

INVESTIGACIÓN

LA POBLACIÓN INDÍGENA
COMO AGENTE ECONÓMICO
EN LOS MERCADOS LOCALES

PALACIO LEGISLATIVO DE SAN LÁZARO,
CIUDAD DE MÉXICO
ABRIL 2020





ÍNDICE

Índice.....	3
Introducción.....	5
I. La economía de mercado frente a la economía indígena	6
II. La historia de los mercados y tianguis en México	12
III. Modelo de Desarrollo Incluyente.....	18
IV. Reflexión sobre la política pública en materia indígena	20
Fuentes consultadas	22

INTRODUCCIÓN

En este documento el CEDRSSA analiza el papel de los pobladores indígenas en la economía local y regional. Los pueblos indígenas constituyen 14 por ciento de los pobres y 17 por ciento de los extremadamente pobres en América Latina y, aunque son ricos en conocimiento tradicional, cultura, identidad y recursos naturales, la pobreza material afecta a 43 por ciento de los hogares indígenas de la región, más del doble de la proporción de hogares no indígenas.

La población indígena en México históricamente ha estado marcada por altos niveles de carencias sociales y económicas que denotan condiciones de mayor pobreza y vulnerabilidad en relación con el resto de la población. De la población indígena, 55.5 por ciento habita municipios de alta y muy alta marginalidad, mientras que 87.5 por ciento de los municipios indígenas se encuentran en condiciones de alto y muy alto grado de marginalidad.

Por lo tanto, es necesario explicar la inserción de los indígenas en el mercado local y regional, cuya actividad, a través de los años, se ha dado dentro de sus tradiciones y sus culturas, como es el trueque,¹ el intercambio de mercancías, sobre todo en alimentos y artesanías, lo cual se realiza desde la parte antropológica, la construcción de los mercados y los tianguis emblemáticos de las localidades.

Al no encontrar información más reciente relativa a la situación socioeconómica de la población indígena, se trabaja con la del año 2015, elaborada por el Inegi.

¹ El trueque fue el método más común para poder hacerse de productos y/o servicios que necesitaban y, de igual manera, poner a disposición de otros lo que generaban. De igual forma, se utilizaban monedas como el cacao o herramientas elaboradas de cobre.

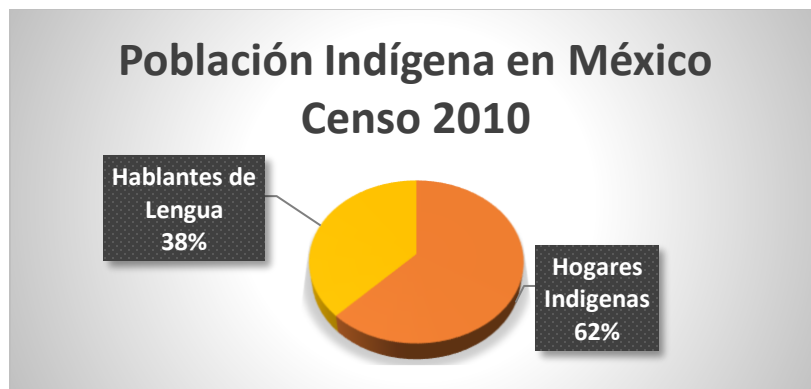
I. LA ECONOMÍA DE MERCADO FRENTE A LA ECONOMÍA INDÍGENA

Para la economía de mercado, el principio lógico es la acumulación mientras que para la economía indígena el eje ordenador es la distribución. En tanto que la acumulación apela al valor del individualismo, el de la distribución invoca al valor de la solidaridad. Entonces, la economía indígena se basa en la reciprocidad, solidaridad y en la no acumulación.

Al enfrentar la economía indígena de las comunidades a la economía de mercado, se empiezan a perder, en mayor o menor medida y velocidad, las formas tradicionales de vida. La economía indígena tradicional se basa en la diversidad y en conocimientos y saberes que permiten el uso y manejo de la biodiversidad, manteniendo un amplio abanico de estrategias económicas para la producción, recolección e intercambio con otras comunidades y con el mundo no indígena. La capacidad para seleccionar y usar de manera exitosa alguna estrategia, entre muchas posibles, requiere de un conocimiento amplio de las condiciones ecológicas, ambientales y culturales. Ese conocimiento ha sido acumulado y transmitido por generaciones

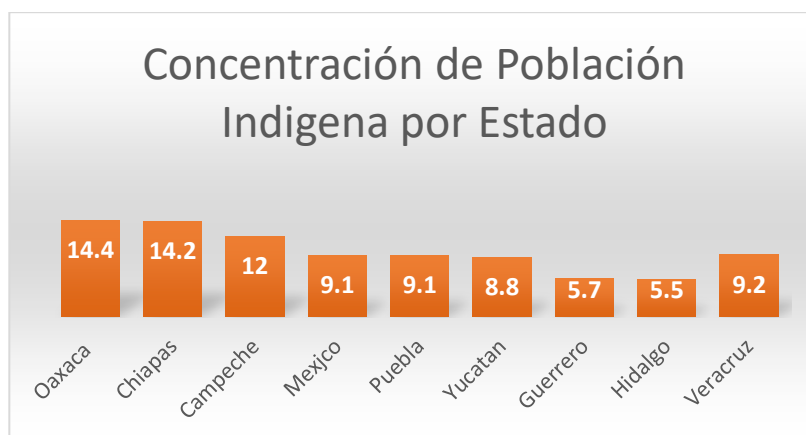
La economía indígena trata de adaptarse sólo comerciando con los pequeños excedentes de la producción destinada al autoconsumo. Pero poco a poco, y a medida que se empieza a depender del consumo de bienes “foráneos” (instrumentos de trabajo, ropa, comida, e incluso armas –para cacería, o control territorial–), la necesidad de la moneda se hace más apremiante y disminuye el comercio o trueque con otras comunidades, y los indígenas, cada uno por su cuenta, empiezan a ofrecer tanto productos de la selva, como de las chacras, y vendiendo, además, su fuerza de trabajo como jornaleros, alejándose de sus comunidades por periodos cada vez más largos.

La población indígena en México suma 11.1 millones. Esta población vive en hogares indígenas y ubicables geográficamente, y son 6.7 millones los que se identifican y son hablantes de alguna lengua indígena que se concentran en diez entidades federativas donde se ubica 83 por ciento del total; su presencia se ubica sobre todo en la región sur y sureste del país, particularmente en Oaxaca y Chiapas.



Elaborado por el CEDRSSA con datos Inegi Censo 2010.

El mayor porcentaje de población indígena se concentra en Oaxaca (14.4 por ciento), Chiapas (14.2), Campeche (12), Veracruz (9.2), México (9.), Puebla (9.1), Yucatán (8.8), Guerrero (5.7) e Hidalgo (5.0 por ciento). En conjunto, en estos estados vive 82 por ciento del total de la población indígena del país. (Inegi,2015)



Elaborado por el CEDRSSA con datos Inegi Encuesta Intercensal 2015.

El porcentaje de la población indígena respecto a la población estatal es mayor al promedio de 13 por ciento en diez entidades del país: Veracruz (13.6 por ciento), San Luis Potosí (13.6), Puebla (17.7), Guerrero (19.3), Hidalgo (21.2),

Campeche (22.2), Quintana Roo (32.5), Chiapas (32.7), Oaxaca (43.7) y Yucatán (50.2 por ciento). Por el contrario, en siete entidades federativas es menor de 2 por ciento siendo éstas: Tamaulipas (1.9 por ciento), Colima (1.4), Jalisco (1.3), Aguascalientes (0.7), Guanajuato (0.5), Zacatecas (0.5) y Coahuila (0.5 por ciento).

De acuerdo con los datos socioeconómicos del Inegi para 2015 y de la Coordinación General de Planeación y Evaluación del Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI), de un total de 9 millones de población indígena de 12 años y más, aquellos con actividad económica PEA ascienden a 3.9 millones, o sea, un 43.9 por ciento mientras que los ocupados son 3.8 millones, es decir, el 96 por ciento de la PEA indígena. Los indígenas inactivos suman 5 millones de personas, que significan 55.8 por ciento de la PEA indígena.

En las zonas de atracción de migrantes indígenas –Baja California Sur, Nuevo León, Colima, Ciudad de México, Aguascalientes, Sinaloa y Baja California– la tasa de participación económica de la población de 12 y más años es de 60 por ciento o más, a diferencia de las zonas tradicionales como Oaxaca, Guerrero, Nayarit, San Luis Potosí y Durango, en las cuales la participación en el mercado de trabajo es del 38 por ciento de migrantes indígenas.

El estrato de Unidades Económicas Rurales UER conocido como Familiar de subsistencia(E1) es donde se encuentra la mayoría de la población indígena sin vinculación al mercado y representa 22.4 por ciento del total de las UER. Se caracteriza por no presentar ingresos por ventas y su producción se destina para el autoconsumo y no al mercado, por lo que no se considera una variable importante en la generación de sus ingresos. Más de 60 por ciento de estos productores se ubica, principalmente, en localidades de alta y muy alta marginación en ocho estados: Chiapas, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Oaxaca, Puebla y Veracruz. Los principales problemas del estrato mencionado son su bajo nivel de ingresos y escaso desarrollo de capital humano que, en conjunto, provocan una condición de pobreza generalizada

La población indígena con educación es de 8.2 millones de personas; sin instrucción existe una población indígena de 1.4 millones de personas, o sea, 16.7 por ciento; con educación primaria terminada, 1.5 millones de personas, las cuales representan 18.2 por ciento; en cuanto a la secundaria esta fue cursada por 1.7 millones de personas, que representan 20.5 por ciento y, en cuanto a la educación media superior y superior, ésta es de 1.8 millones de indígenas, es decir, 21.7 por ciento de la población indígena con educación.

En cuanto a los datos en salud, existe desnutrición crónica en niñas y niños indígenas: retardo en el crecimiento (baja talla) en casi la mitad, o sea, 44 por ciento de la población, mientras que a nivel nacional es de 17.7 por ciento; deficiencia de micronutrientes y anemia es de 36 por ciento de indígenas y 27.0 por ciento de no indígenas; deficiencias importantes de hierro, zinc, vitaminas C y A (entre 12 y 50 por ciento de los niños indígenas); cuatro de cada 10 embarazadas presenta anemia (casi el doble que la población general). Las enfermedades causales de la mortalidad de la población indígena son: diabetes mellitus, tumores, enfermedades del corazón, cirrosis, neumonías, tuberculosis materna y diarreas.

Un estado de salud precario, falta o dificultad de acceso a servicios, una cobertura ineficaz, falta de infraestructura y además escasa participación de los propios pueblos indígenas, contribuyen a que persista una condición de desventaja para lograr un mayor nivel de bienestar de acuerdo con el último Informe sobre Desarrollo Humano de los Pueblos Indígenas en México, del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Para medir el desarrollo humano, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) diseñó un índice para medir las capacidades básicas de las personas a partir de tres componentes: salud, educación e ingresos.

Los pueblos originarios pueden representar un desafío de política pública para los gobiernos. En muchas partes del mundo, los indígenas se encuentran entre las poblaciones más pobres y marginadas. También son objeto de racismo, pérdidas de tierras, controles externos e incluso políticas coercitivas de asimilación.

Los gobiernos y los medios de comunicación promueven rutinariamente los estereotipos indígenas basados en las desventajas percibidas y las debilidades en comparación con las poblaciones no indígenas. Sin embargo, reconocer las fortalezas de los pueblos originarios, su cultura, prácticas tradicionales, gobernanza, innovaciones, empresas y patrimonio, es el primer paso hacia el reconocimiento de un entorno donde los pueblos indígenas desempeñan un papel activo en la economía moderna. Las ventajas son importantes, entre ellas: contribuir al crecimiento económico regional y nacional, reducir los conflictos sociales y mejorar la educación e incluso el optimismo entre los jóvenes indígenas.

Cabe reconocer que un número creciente de pueblos indígenas está contribuyendo al crecimiento económico del país, a través de negocios sostenibles. Los tejidos familiares, comunales y sociales que comparten colectivamente incluyen redes de mercados y cooperación que explican el posicionamiento exitoso de comunidades y pueblos originarios.

Sobre el particular, los pueblos originarios en el llamado día de mercado o día de plaza, es una institución cultural de esos pueblos que involucra, al menos, 4 dimensiones:

- *Temporal*: es un día específico de la semana, en el que durante varias horas se reúnen cientos de vendedores y compradores; es efímero, pero también es cíclico pues se repite continuamente en el tiempo.
- *Espacial*: ocurre en un lugar concreto, es un sitio específico a donde todos saben que deben acudir. Este espacio físico no sólo convoca por su importancia comercial, sino también porque adquiere un carácter ritual (es como un sitio místico, con cierta sacralidad). Recordemos el mercado de Tlatelolco entre los aztecas.
- *Impersonal*: donde ocurre el funcionamiento de los mecanismos de mercado, oferta y demanda se traducen en un sistema de precios que refleja las preferencias de los agentes económicos y la escasez relativa de los bienes y servicios que son intercambiados. En todo caso, esta dimensión es la única puramente económica.

- *Social:* más que una concentración de personas para realizar actividades mercantiles, el día de mercado es la oportunidad más importante de la semana para interactuar socialmente; las personas aprovechan el tiempo y el espacio del mercado para realizar otras actividades importantes como trámites municipales, visita religiosa, charla con los amigos o familiares del municipio aledaño.

II. LA HISTORIA DE LOS MERCADOS Y TIANGUIS EN MÉXICO

Cada madrugada, en centenares de localidades de nuestro país, miles de gentes se aprestan para concurrir a los mercados tradicionales, lo mismo como vendedores que como compradores [...] Al hacerlo, en buena medida, repiten acciones y costumbres centenarias. Los cronistas españoles de la conquista, con más asombro que comprensión, nos legaron vívidas descripciones de los mercados prehispánicos. Muchos de sus elementos persisten todavía, desde las mantas que sombrean a los productos y la concurrencia, secuencias y patrones en el ordenamiento del espacio, hasta formas de empaque y presentación de las mercaderías que en buena proporción son autóctonas (Crónica del investigador guatemalteco de la cultura maya, Sol Tax)

Los mercados locales son espacios de interacción económica, donde los olores, colores y sabores de la economía campesina e indígena son sello distintivo de economías microrregionales o regionales, por lo que se asegura que los tianguis y mercados campesino-indígenas habrán de perdurar por mucho tiempo.

De acuerdo al antropólogo Samuel Villela² los mercados indígenas han cumplido, desde su inserción en la economía colonial, dos funciones:

- lanzar a la circulación en un ámbito regional productos producidos en el contexto de una economía campesina, no necesariamente mercantil, y
- proveer a los individuos y sus comunidades productos manufacturados con fines específicamente mercantiles, esto es, que son elaborados con el objetivo de obtener ganancias monetarias a través del intercambio, proveen a los individuos y sus comunidades de artículos manufacturados y elaborados con fines específicamente mercantiles. Ahí la comida y los amigos confluyen, y se refuerza la tradición cultural.

² Maestro en etnología por la ENAH. Investigador de tiempo completo en la Dirección de Etnología y Antropología Social, INAH. Autor de ocho libros y más de 100 artículos científicos y de divulgación. Coordinador del proyecto “Guerrero” dentro del proyecto “Etnografía de las regiones indígenas de México en el nuevo milenio”.

El mercado de Tlatelolco³ fue uno de los varios motivos que asombraron a los españoles cuando arribaron a México-Tenochtitlan. Bernal Díaz del Castillo, uno de los cronistas de la conquista, describió así sus impresiones en la *Historia verdadera de la Conquista de Nueva España*:

...llegamos a la gran plaza, que se dice el Tlatelulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían. Y los principales que iban con nosotros nos lo iban mostrando; cada género de mercadería estaba por sí, y tenían situados y señalados sus asientos.



Maqueta del mercado de Tlatelolco. Foto: Héctor Montaña, INAH.

³ El mercado de Tlatelolco fue visitado por Hernán Cortés poco antes de la guerra de conquista y aquí tuvo lugar la última y decisiva batalla contra los mexicas el 13 de agosto de 1521, cuando fue derrotado Cuauhtémoc y obligado a capitular ante Cortés.

Este mercado, si bien el más trascendente y del cual tenemos conocimiento, no era el único. Los tianguis, como lugares de intercambio, existían en varios lugares del México prehispánico. Así, la Historia Tolteca-Chichimeca refiere lo siguiente para el caso de Tepeaca, en el hoy estado de Puebla: *Onca moman tianquiztli yn Tepeyacac* (Entonces en Tepeyacac se estableció el mercado).

Los tianguis son lugares y espacios donde se llevaban a cabo operaciones de intercambio que siguieron desarrollándose en el contexto colonial como parte del engranaje social que permitió la inserción de los pueblos indígenas a una economía mercantil en continua expansión. La imposibilidad de las comunidades para autoabastecerse, dada su limitada producción, hacía imperioso este tipo de intercambio para proveerse de lo necesario, en un ámbito de consumo que se ha ido diversificando por la producción manufacturera nacional e internacional.

Existen algunos ejemplos como el mercado indígena de Chilapa, el cual hasta recientemente conservaba su fisonomía tradicional: “Una fuentezica ay de rrazonable agua que viene encañada al monasterio y va a la plaça y mercado, que se dize ‘Tianguetz’ (Gonzalo Bazán, *Relación de Chilapa*). Asimismo, el término indígena tianguis encuentra expresión en el toponímico Tianguistenco (a la orilla del mercado), en lo que sigue siendo una de las principales plazas de mercado del actual estado de México. Muchos otros pueblos de México conservan en su toponimia el término tianguis.

El tianguis es una tradición de la época prehispánica. Proviene del náhuatl *tianquiztli* y podría traducirse como “mercado”. Los indígenas estaban siempre en el mercado, comenzaban colocando en tapetes de petate sobre el piso los productos que se ofrecían; así, los interesados podían observar y adquirir lo que necesitaran y eran medios de intercambio de productos, algunos básicos como la comida.

Los tianguis tienen ahora dos funciones principales. La primera es acercar los productos que se originan en un contexto de economía campesina a un ámbito regional. La segunda es que refuerzan las tradiciones culturales y la convivencia. En el norte del país se les conoce como *mercado sobre ruedas*.

En el mercado de Huejutla de los Reyes, Hidalgo, puede encontrarse el zacahuil, tamal de gran tamaño, mientras que el pueblo de Michoacán del Cuanajo es la cuna de los muebles de madera, se podía encontrar “fruta, alfarería, tejidos, plantas, especias, atole, pozole, granos, mazorcas, petates y diversos objetos tallados en madera”. Existen los mercados como el de Cuetzalan, Puebla; Tianguistengo y Otumba, Estado de México; Tenejapa y San Juan Chamula, Chiapas; Chilapa, Guerrero; Zacualpan de Amilpas, Morelos; o Ixmiquilpan, Hidalgo.



Los tianguis están conformados como sistemas concéntricos, donde un gran lugar de comercio aglutina a varios mercados más pequeños que le son subsidiarios. Aparejado a esto, se realizan de manera periódica los tejidos familiares, comunales y sociales que comparten colectivamente reciprocidades. Incluye redes de mercados y cooperación, que explican el posicionamiento exitoso de comunidades y pueblos indígenas en el mercado.

En algunos mercados de la cuenca lacustre de Pátzcuaro se intercambiaban productos producidos en las tierras bajas por los productos provenientes de las tierras altas; así, los productos de los pueblos alfareros se intercambiaban con

los de los pueblos de agricultores o ganaderos, por ejemplo, el mercado de cerámica en Uruapan, Michoacán.

En los mercados de los Altos de Chiapas pueden encontrarse los productos textiles que elaboran los tzeltales y tzotziles, así como los que se producen en la frontera con Guatemala; es famoso el día de mercado en Tenejapa, Chiapas.

En la mayoría de los mercados indígenas de México, los productos aún se disponen en lugares específicos, y con forma de “calle”, dentro del área del mercado.

En la Ciudad de México existen alrededor de 1 500 tianguis y mercados sobre ruedas: está el tianguis de La Raza, el de la Lagunilla, el de Sullivan, el de Jardín Balbuena, el de la San Felipe, el de San Juan, el del Salado o el famoso tianguis del Chopo, por mencionar algunos. El término de mercado sobre ruedas es relativamente nuevo, se acuñó en 1969 como un programa gubernamental impulsado por el presidente Gustavo Díaz Ordaz, con la finalidad de que el trato fuera directo entre el productor y el consumidor final.

En la actualidad la inserción de los indígenas ha tenido un enorme costo social, pues se va debilitando el sistema de reciprocidad, desapareciendo las formas sustentables de convivencia con la naturaleza, que limitaban la caza, la pesca y la recolección a lo únicamente necesario para la subsistencia familiar o comunal, y se van generando crecientes diferencias entre las familias, en razón de sus vínculos con el mundo externo (motoristas, maestros, promotores de salud, líderes comunitarios, artesanos, cazadores-recolectores, entre otros), generando divisiones dentro de las comunidades .



III. MODELO DE DESARROLLO INCLUYENTE

Actualmente, el Modelo de Desarrollo presentado en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 plantea una nueva relación entre el Estado y los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas, incorporando su participación en la elaboración de los Planes Integrales de Desarrollo Regional, así como la promoción del diálogo y la asesoría para fortalecer su representación en los sistemas, cargos y otros ámbitos de representación de sus pueblos y comunidades.

Los pueblos originarios ahora son considerados como sujetos de derecho público con capacidad para definir libremente sus concepciones, aspiraciones y prioridades de desarrollo local y regional en el contexto nacional. Al respecto, el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas tiene como misión orientadora las políticas públicas para el desarrollo integral y sustentable de los pueblos y comunidades indígenas que promuevan el respeto a sus culturas y el ejercicio de sus derechos.

La Ley del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas,⁴ en su artículo 2º señala

[...], que tiene como objeto definir, normar, diseñar, establecer, ejecutar, orientar, coordinar, promover, dar seguimiento y evaluar las políticas, programas, proyectos, estrategias y acciones públicas, para garantizar el ejercicio y la implementación de los derechos de los pueblos indígenas y afroamericanos, así como su desarrollo integral y sostenible y el fortalecimiento de sus culturas e identidades, de conformidad con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los instrumentos jurídicos internacionales de los que el país es parte.

Adicionalmente, en términos del artículo 3º

[...], se reconocen a los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas como sujetos de derecho público; utilizando la categoría jurídica de pueblos y comunidades indígenas en los términos reconocidos por el artículo 2o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los instrumentos internacionales en la materia.

⁴ El 4 de diciembre del 2018, se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el decreto de la Ley.

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, el instituto contribuirá, a través del Programa para el Fortalecimiento Económico de los Pueblos y Comunidades Indígenas (Proeci) (antes Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena), al

"fortalecimiento de las economías de los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas, con la implementación de proyectos productivos y turísticos; acciones de mitigación y adaptación al cambio climático; generación de valor agregado, acceso al crédito y apoyo a la comercialización; mediante la realización de procesos de planeación, desarrollo de capacidades y asistencia técnica, desde una perspectiva participativa, territorial y de género, para alcanzar su desarrollo integral, intercultural y sostenible.

A través del Ramo Administrativo 47 donde se incluye el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), se canalizan los recursos para implementar los programas que garanticen los derechos de los pueblos indígenas y los afromexicanos,

Para el ejercicio 2020 se le asignó un presupuesto de 4 018.3 mdp, de los cuales al Programa para el Fortalecimiento Económico de los Pueblos y Comunidades Indígenas (Proeci) se le aprobaron 806.9 mdp habiéndose modificado al segundo trimestre de 2020 a 795.5 mdp, habiéndose autorizado un gasto de 62.5 mdp y pagado 28.3 mdp, lo que representó un avance anual de 3.6 por ciento y de 45.4 por ciento al periodo. (Segundo Informe Trimestral de SHCP, 2020).

IV. REFLEXIÓN SOBRE LA POLÍTICA PÚBLICA EN MATERIA INDÍGENA

Los pueblos originarios deben ser considerados como sujetos históricos de la sociedad mexicana, ser incluidos y ser parte de las políticas públicas, para lo cual es necesario dejar de verlos como pobres y darles la oportunidad de considerar sus fortalezas, al tiempo de revisar sus debilidades.

La economía indígena está basada en el poder de dar y recibir, dentro de las normas culturales de intercambio recíproco, es decir, una economía basada en la apreciación personal como fuente de obligación recíproca, así, los múltiples bienes y productos surgidos de la cotidianidad económica de los pueblos indígenas están y estarán presentes en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

Se requiere un modelo que contemple mejorar la igualdad de oportunidades de las minorías indígenas y afromexicanas en la vida económica, social, cultural o educativa, poniendo de manifiesto la igualdad de los derechos de todos ellos. Que no sólo se revaloricen las diferencias culturales, sino que también se les permita compartir experiencias, enriqueciendo sus características culturales y sociales.

La formulación intercultural es una clara respuesta a la tolerancia, respeto a la diferencia e inclusión con la intención de respetar la autonomía de los pueblos originarios. Proteger la cultura y el idioma, contemplar que las comunidades indígenas pueden participar en modelos comerciales variados, como ser dueño de un negocio que utiliza sus tierras o es externo a sus tierras y explorar mercados sostenibles y oportunidades económicas, incluso pensar en grandes empresas para apoyar a la comunidad.

Asimismo, diseñar políticas que incentiven la participación económica indígena garantizando una buena gobernanza y responsabilidad de la comunidad y la empresa; considerar programas, no proyectos, ya que los proyectos tienen una fecha de finalización y los programas buscan la sostenibilidad continua.

En México el artículo 2º constitucional establece que los gobiernos estarán obligados a “asumir la responsabilidad de desarrollar, con la participación de los pueblos interesados, una acción coordinada y sistemática con miras a proteger

los derechos de esos pueblos y a garantizar el respeto a su integridad” para, a continuación, dar cuenta de que las medidas que adopten los gobiernos aseguren “los derechos y oportunidades que la legislación otorga a los demás miembros de la población”, así como promover “la plena efectividad de los derechos sociales, económicos y culturales de esos pueblos, respetando su identidad social y cultural, sus costumbres y tradiciones, y sus instituciones” y ayudar “a los miembros de los pueblos interesados a eliminar las diferencias socioeconómicas que puedan existir entre los miembros indígenas y los demás miembros de la comunidad nacional”.

Además, “deberán tener el derecho a decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo” debiendo éste no afectar “sus vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y a las tierras que ocupan o utilizan”. Igualmente, el artículo 7 del Convenio 169 de la OIT apunta que “el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo y del nivel de salud y educación” se hará con la participación y cooperación de estos pueblos. El derecho a la consulta tiene mención especial al obligar a los gobiernos a “consultar a los pueblos interesados, mediante procedimientos apropiados y en particular a través de sus instituciones representativas”⁵

⁵ *Los derechos de los pueblos indígenas en México: una mirada desde los organismos del Sistema ONU*, publicado el 21 de enero de 2018.

FUENTES CONSULTADAS

- Attolini Lecón (2015.): *Los mercados y tianguis, vigencia mesoamericana*, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).
- Cornell Stephen, 2019. Qué funciona para promover el desarrollo económico indígena, [en línea] <<https://blogs.iadb.org/igualdad/es/author/stephencornell/>>
- Censo Poblacional, 2010, Inegi.
- CEDRSSA (2018): *La composición del ingreso de los pequeños productores agropecuarios*
- 2016. *La Constitución de 1917: la cuestión indígena* ISBN (pdf en línea): 978-607-8501
- Cruz Rueda, Elisa (2008): “Mecanismos de consulta a los pueblos indígenas en el marco del convenio 169 de la OIT: el caso mexicano”, *Revista Pueblos y Fronteras* digital versión en línea ISSN 1870-4115.
- Encuesta Intercensal, 2015. Inegi.
- Economía indígena y mercado, Instituto Interamericano de Derechos Humanos ISBN 978-9968-917-75-9.
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos (2007): *Economía indígena y mercado*, Colección Pueblos Indígenas y Derechos Humanos, San José, ISBN 978-9968-917-75-9.
- Villela F., Samuel, “Mercados indígenas en México”, en *Arqueología Mexicana*, núm. 122, pp. 74-79.
- La Constitución de 1917: la cuestión indígena* Claudia Elizabeth Contreras Pérez, Jaime Salvador Trejo Monroy y Jorge Arturo Morton Treviño, ISBN (pdf en línea): 978-607-8501.
- Pascale Villegas, 2010. “Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: lugar de intercambio y predicación (siglo XVI)” en *Estudios Mesoamericanos*, Nueva época, 8, enero-junio 2010.