

LA MUJER EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL GUAJOLOTE (*Melleagris gallopavo* L.) EN LOS MERCADOS DE LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA

WOMEN IN TURKEY (*Melleagris gallopavo* L.) MARKETING IN THE MARKETS OF VALLES CENTRALES OF OAXACA

Ángel-Hernández A.^{1*}, Jerez-Salas M.P.¹, Camacho-Escobar M.A.², Vázquez-Dávila M.A.¹, Villegas-Aparicio Y.¹, Rodríguez-Ortiz G.¹

¹División de Estudios de Posgrado e Investigación, Instituto Tecnológico del Valle de Oaxaca, México. *arturo.angelhdz@gmail.com

²Universidad del Mar campus Puerto Escondido, Oaxaca, México

Keywords: Backyard; Marketing; Meleagriculture.

Palabras clave: Traspatio; Comercialización; Meleagricultura.

Abstract

In the rural areas of Mexico, the family labor is used to develop several productive activities. Among the many tasks performed by women, the marketing of agricultural products generates complementary economic resources for the family. The aim was to investigate women participation in the turkey (*Melleagris gallopavo*) marketing in the local markets of the region of Valles Centrales of Oaxaca, Mexico. During 2014, seven local markets in the region were visited; these places are called "Baratillos or market day" where a specific week-day domestic animals and farm products are marketed. Seventy interviews to turkey sellers-buyers were realized by selected way. Generic and age people and their productive activity, production system and marketing details were included. Data were analyzed by testing independence of Ji-Square ($p = 0.05$). Over 60% of respondents were women engaged in market turkeys. Housework are major activities that women do (50%), which complement with turkey marketing produced entirely by family backyard system. Productive activity or occupation, and the role of people in turkey marketing is dependent on the genre ($p \leq 0.0079$). The reasons for market the turkey are dependent on the age of the people ($p = 0.05$), whose productive age is the most important.

Resumen

En las zonas rurales de México se utiliza la mano de obra familiar para desarrollar diversas actividades productivas. Dentro de las múltiples tareas realizadas por la mujer, la compra-venta de productos agropecuarios funciona como actividad complementaria de recursos económicos para la familia. El objetivo fue conocer la participación de las mujeres en la comercialización del guajolote (*Melleagris gallopavo*) en los mercados locales de la región de los Valles Centrales de Oaxaca, México. Durante los meses de enero-mayo del 2014, se visitaron siete mercados locales de la región llamados "Baratillos o días de plaza", donde un día específico de la semana se comercializan animales domésticos de trabajo y productos agrícolas. Se realizaron 70 entrevistas a vendedores-compradores de estas aves, los cuales fueron seleccionados de manera dirigida. Se incluyeron datos genéricos y edad de las personas, así como su actividad productiva, sistema de producción y detalles de la comercialización. La información fue analizada mediante pruebas de independencia de Ji-Cuadrada ($p = 0.05$). Más de 60% de los entrevistados fueron mujeres que se dedican a comercializar pavos. Las labores del hogar son actividades principales que las mujeres realizan (50%), la cuales complementan con la comercialización del guajolote producido totalmente en un sistema de traspatio familiar. La actividad productiva u ocupación, así como el papel de las personas en la comercialización del pavo es dependiente del género de las mismas ($p \leq 0.0079$). Las razones para comercializar el guajolote son dependientes de la edad de las personas ($p = 0.05$), cuya edad productiva es la de mayor importancia.

Introducción

Las familias de las zonas peri-urbanas y rurales se organizan distribuyendo entre sus integrantes las distintas tareas. La mujer se encarga de la atención a la familia y colabora en las tareas agrícolas. Otra actividad de la mujer es el traspatio (Saucedo, 1984; Aquino *et al.*, 2003; Losada *et al.*, 2006; Rodríguez *et al.*, 2011). El traspatio es una estructura que se desarrolla en los espacios libres de la casa habitación que son aprovechados

para la siembra de vegetales, hortalizas y la cría de animales (Vieyra *et al.*, 2004); este cumple una función clave para la seguridad alimentaria de las familias, ya que produce alimentos básicos para el consumo del hogar. Así mismo, los excedentes de los alimentos producidos son comercializados en los mercados locales, lo que posibilita captar ingresos que permitan complementar la dieta, estas mujeres están en un rango de edad de 15 a 59 años (Ballara *et al.*, 2012). En México, más del 75% de estas mujeres practica dentro de su traspatio la cría de gallinas y guajolotes (Juárez y Fraga, 2002), estos últimos poseen una gran importancia cultural, económica y social en zonas rurales (Díaz, 1976; Medrano, 2000). En Oaxaca, la mayoría de estos productos se comercializa en los mercados ambulantes denominados “días de plaza”. En la región de Valles Centrales estos mercados se realizan en las cabeceras distritales una vez por semana y se observa un importante movimiento económico de dichos productos, fijándose diferentes precios que llegan a influir en otras regiones del estado de Oaxaca (8 regiones) (Jerez *et al.*, 2009). Por lo anterior, el objetivo de la investigación fue conocer la participación de las mujeres en la comercialización del guajolote en los mercados distritales de la región de los Valles Centrales de Oaxaca, México.

Material y métodos

La investigación se realizó en la región de los Valles Centrales de Oaxaca, México que se ubica en la parte centro del estado y comprenden siete distritos con 121 municipios y 1476 localidades de las cuales 133 son urbanas y 1343 son rurales con una superficie de 9480 km² (CIEDD, 2014). Esta región es una de las ocho en que se divide geográfica y administrativamente de Oaxaca. Se asistió una vez al mes a los mercados que se llevan a cabo semanalmente en cada distrito: Centro, Ejutla, Etla, Ocotlán, Tlacolula, Zaachila y Zimatlán. El trabajo se desarrolló en dos etapas: investigación documental y trabajo en campo. Se realizaron 70 entrevistas utilizando un cuestionario que incluyó 26 reactivos, previamente elaborados. Las personas involucradas en la comercialización del guajolote fueron entrevistadas entre los meses de enero a mayo del 2014. Las variables evaluadas fueron sexo, edad, ocupación, rol en el mercado, razón de la comercialización y el sistema de producción origen de las aves. La información obtenida se analizó mediante la prueba estadística de independencia con Ji-Cuadrada ($p < 0.05$). Los análisis fueron realizados en el programa de análisis estadístico (SAS) (SAS Institute Inc., 2004).

Resultados y discusión

La participación de la mujer en la comercialización del guajolote en los Valles Centrales de Oaxaca es importante pues constituye 65.71% de las personas que asisten y participan en este proceso, mientras que solo el 34.29% son varones (tablas I y II). De igual forma en las comunidades rurales del estado de Michoacán, México, la mujer es la que se encarga de la cría y comercialización del guajolote (López-Zavala *et al.*, 2008). La prueba de Ji-Cuadrada mostró que la actividad u ocupación a la cual se dedican los entrevistados es dependiente del género de los mismos ($p = 0.0001$). Es de destacar que 58.57% son mujeres que se dedican a las labores del hogar y el 24.29% son varones dedicados a las actividades agrícolas (tabla I). Otras ocupaciones minoritarias de las mujeres son: actividades agrícolas, y compra-venta (revendedoras). Los valores obtenidos en el mismo estado pero en la región de la Costa es muy similar donde el 67.2% de las personas que producen estas aves son mujeres amas de casa (Camacho-Escobar *et al.*, 2006). De la misma manera en el estado de Veracruz, México, los controladores del traspatio son las amas de casa y campesinos (Aquino *et al.*, 2003). El papel que desempeñan los entrevistados en el mercado es también dependiente del sexo ($p = 0.0079$), donde el 50% fueron mujeres que realizan la venta del guajolote, seguidas de quienes solo lo compran (10.0%) o son intermediarias (5.71%). Es decir, personas que compran y venden a un mayor precio (revendedoras) (tabla I). Los motivos para comercializar las aves son independientes del sexo de las personas ($p = 0.09$), donde el 38.57% de las mujeres lo hacen con la intención de obtener dinero, 10% por necesidad, 4.29% para criar animales y el resto (12.85%) por otras razones, en donde se incluyen las fiestas (tabla I). En este sentido, el papel primordial que tiene la mujer de la región es ocuparse de las labores del hogar; y como actividad secundaria obtienen dinero mediante la venta del guajolote en los días de plaza. Estas labores domésticas incluyen actividades de crianza de las aves en los hogares, donde el 100% de las aves involucradas en este estudio provenían del sistema de traspatio propio de la mujer vendedora. Lo anterior es confirmado por Mallia (1999), Medrano (2000) y Lara *et al.* (2003), donde mencionan que actualmente, la cría de guajolote es una de las actividades complementaria a la economía familiar en el medio rural, de manera contraria, en las zonas suburbanas esta actividad es cada vez menor y tiende a desaparecer.

Tabla I. Efecto del género de las personas en las actividades de comercialización del guajolote en los Valles Centrales de Oaxaca, México (*Effect of people gender in marketing activities of turkey in the Valles Centrales of Oaxaca, Mexico*).

Características y significancia ^{§§}	Sexo	
	Hombres (34,29%) [§]	Mujeres (65,71%)
Actividad u ocupación (p = 0,0001)		
Campesino	24,29	4,29
Ama de casa	0,00	58,57
Otros	10,00	2,85
Rol en el mercado (p = 0,0079)		
Compra	17,14	10,00
Venta	15,71	50,00
Intermediario	1,43	5,71
Razón para la comercialización (p = 0,09)		
Obtener dinero	8,57	38,57
Por necesidad	5,71	10,00
Para criar animales	7,14	4,29
Otros	12,87	12,85

[§]Porcentaje del total de personas entrevistadas, correspondiente a cada característica.

^{§§}En relación a la prueba de Ji-Cuadrada (p = 0.05).

Tabla II. Efecto de la edad de las personas en las actividades de comercialización del guajolote en los Valles Centrales de Oaxaca, México (*Effect of people age in marketing activities of turkey in the Valles Centrales of Oaxaca, Mexico*).

Característica y significancia ^{§§}	Edad (años)		
	[23-30] (10,0%) [§]	[31-64] (64,29%)	[65-86] (25,71%)
Actividad u ocupación (p = 0,62)			
Campesino	5,71	40,00	12,86
Ama de casa	2,86	15,71	10,00
Otros	1,43	8,58	2,85
Rol en el mercado (p = 0,25)			
Compra	4,29	18,57	4,29
Venta	5,71	38,57	21,43
Intermediario	0,00	21,43	0,00
Razón para la comercialización (p = 0,05)			
Obtener dinero	2,86	28,57	15,71
Por necesidad	0,00	15,71	0,00
Para criar animales	1,43	7,14	2,86
Otros	5,71	12,87	7,14

[§]Porcentaje del total de personas entrevistadas, correspondiente a cada característica.

^{§§}En relación a la prueba de Ji-Cuadrada (p = 0.05).

El motivo que tienen las personas entrevistadas para comercializar el guajolote mostró dependencia con la edad de las personas (p = 0.05), donde el 28.57% de las mismas entre 31 y 64 años de edad lo hacen con la intención de obtener ingresos económicos. Solo el 15.71% son adultos mayores (65-86 años) que lo hacen con esta misma intención. La comercialización mayoritaria del guajolote la realizan personas entre 31 y 64 años de edad (64.29%) (tabla II). Otras razones fundamentales para comercializar las aves son por necesidad económica o de otro tipo (15.71%); para crianza (9.43%); y otras razones (25.72%), como ahorrar, compra-venta, para fiestas, etc. según Canul *et al.* (2011), en Yucatán, México la crianza y venta del guajolote está a cargo de mujeres con más 45 años de edad y en el estado de Chiapas, México el promedio de edad de las mujeres que comercializan

estas aves es de 41 años (Cigarroa-Vázquez *et al.*, 2013). Por otro lado, la ocupación o actividad a la que se dedican las personas entrevistadas, así como el papel que desempeñan estas en la comercialización del guajolote es independiente de la edad de la gente ($p \geq 0.25$). Es importante destacar que el grupo de mayor importancia en la comercialización fluctúa entre 31 y 64 años (64.29%), donde la ocupación prioritaria son las labores del hogar (40.0%) y labores agrícolas (15.71%). Los adultos mayores (65 y 86 años) tienen una participación de 25.71% y los jóvenes (25 y 30 años) del 10.0% (tabla II).

Conclusiones

La comercialización del guajolote en la región de los Valles Centrales de Oaxaca, México es dependiente de la participación de las mujeres (65.71%). La ocupación principal de la mujer son las labores del hogar (58.57%) y el papel que desempeñan las mismas dentro del proceso de comercialización es la venta (50.0%) de aves provenientes en su totalidad de un sistema de producción de traspatio. De esta manera, la actividad que el entrevistado desarrolla y el rol que este mismo realiza en la comercialización es dependiente del género, resaltando la importancia de la mujer. La comercialización del guajolote es una actividad secundaria, que es realizada mayoritariamente por mujeres y hombres en edad productiva (31-64 años) que representan el 64.29% de los entrevistados. La necesidad de obtener recursos económicos es altamente dependiente de la edad de las personas, siendo la edad productiva la más importante.

Bibliografía

- Aquino, R.E., Arroyo L.A., Torres H. G., Riestra D.D., Gallardo L.F. & López Y.B.A. 2003. El guajolote criollo (*Meleagris gallopavo* L.) y la ganadería familiar en la zona centro del estado de Veracruz. *Técnica Pecuaria en México*, 41, 165-173.
- Ballara, M., Damianovic, N. & Valenzuela, R. 2012. Mujer, agricultura y seguridad alimentaria: una mirada para el fortalecimiento de las políticas públicas en América Latina. Thematic Consultation.
- Camacho-Escobar, M.A., Ramírez-Cancino, L., Hernández-Sánchez, V., Arroyo-Ledezma, J., Sánchez-Bernal, E.I. & Magaña-Sevilla, H.F. 2006. Guajolotes de traspatio en el trópico de México: 1. Características de los productores, tamaño de la parvada y manejo zootécnico. Consultado el 8 de enero del 2014 en <http://bibliotecas.umar.mx/publicaciones/Guajolote%20de%20traspatio%201.pdf>
- Canul, S. M., Sierra, A., Mena, O., Ortiz, J., Zamora, R. & Duran L. 2011. Distribución a la caracterización fenotípica del *Meleagris gallopavo* en la zona sur de Yucatán, México. *Actas Iberoamericanas de Conservación Animal* 1, 284-287.
- Centro de Información Estadística y Documental para el Desarrollo. 2014. Carpeta Regional, Valles Centrales. Información Estadística y Geográfica Básica.
- Cigarroa-Vázquez, F., Herrera-Haro, J.G., Ruiz-Sesma, B., Cuca-García, J.M., Rojas-Martínez, R.I. & Lemus-Flores, C. 2013. Caracterización fenotípica del guajolote autóctono (*Meleagris gallopavo*) y sistema de producción en la región centro norte de Chiapas, México. *Agrociencia* 47, 579-591.
- Díaz, G.A.M. 1975. Programa Nacional de Meleagricultura. In: Memoria de la primera reunión anual. SAG. Dirección General de Avicultura y Especies Menores. México, DF., del 29 de julio al 5 de agosto. 54-56.
- Jerez, S.M.P., González, M. A., Herrera, H.J.G., Vásquez, D.M.A., Segura C.J. & Villegas, A.Y. 2009. Mercadeo de huevos de gallinas criollas (*Gallus gallus* L.) en los Valles Centrales de Oaxaca, México. *Etnobiología*. 7, 86-93.
- Juárez, C.A. & Fraga, M.L. 2002. A preliminary note on the productive indicators of Mexican turkeys under confinement conditions. *Cuba Journal of Agricultural Science*. 36(1), 63-65.
- Lara L.L.H., Merino G.C., González Q.F., Sánchez R.F. & Juárez C.A. 2003. Diagnóstico de la avicultura familiar en el municipio de Penjamillo, Michoacán. In: XIV Encuentro de Investigación Veterinaria y Producción Animal, del 01 al 03 de diciembre de 2003, FMVZ-UMSNH, Morelia, Michoacán, México.
- López-Zavala, R., T. Monterrubio, H. Cano, O. Chassin, U. Aguilera, & G. Zavala. 2008. Caracterización de sistemas de producción del guajolote doméstico (*Meleagris gallopavo* gallopavo) de traspatio distribuidos en las cinco regiones fisiográficas del estado de Michoacán, México. *Tec. Pec. Mex.* 46(3), 303-316.
- Losada, H., Rivera, J., Cortés, J., Castillo, A., González, R.O. & Herrera, J. 2006. Un análisis de sistemas de producción de guajolotes (*Meleagris gallopavo*) en el espacio suburbano de la delegación de Xochimilco al sur de la ciudad de México. *Livestock Research for Rural Development*. (18)4, 52.

- Mallia, J.G. 1999. Observation on family poultry units in parts of Central America and sustainable development opportunities. *Livestock Research for Rural Development*. (11) 3, <http://www.cipav.org.co/lrrd/lrrd11/3/mal113.htm>
- Medrano, J.A. 2000. Recursos animales locales del centro de México. *Arch Zoo*. 49, 385-390.
- Rodríguez, G.G., Perezgrovas G. & Zaragoza L.M. 2011. El Traspatio como espacio de empoderamiento para la mujer tzotzil en Chiapas (México). *Actas Iberoamericanas de Conservación Animal* 1, 280-283.
- SAS Institute Inc. 2004. SAS/STAT 9.1 User's guide. SAS Institute, Cary, NC. USA.
- Saucedo, M.P. 1984. Historia de la Ganadería en México. Universidad Nacional Autónoma de México, México DF.
- Vieyra, J., Castillo, A., Losada, H., Cortés, J., Alonso, G., Ruiz, T., Hernández, P., Zamudio, A. & Acevedo, A. 2004. La participación de la mujer en la producción de traspatio y sus beneficios tangibles e intangibles. *Cuadernos de Desarrollo Rural* 53, 9-23.