



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES  
CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA**

**TESINA:**

**CAMBIOS EN LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE MICRO  
UNIDADES ECONÓMICAS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO  
EN EL MUNICIPIO DE AGUASCALIENTES**

**PRESENTA:**

**SIMÓN PEDRO GARCÍA NÚÑEZ**

**PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA**

**TUTORES:**

**DR. OCTAVIO M. MAZA DÍAZ CORTÉS**

**DRA. EVANGELINA TAPIA TOVAR**

**LECTOR:**

**DR. MOISÉS HUSSEIN CHÁVEZ HERNÁNDEZ**

**AGUASCALIENTES, AGS., SEMESTRE JULIO 2015**

## **Dedicatorias**

A toda mi familia en especial a mis padres Agustín y Elena, por su apoyo incondicional.

A todos mis maestros y maestras por su acompañamiento, en especial al Octavio Maza, Moisés Hussein y a todos los miembros del equipo de estudios laborales de la por involucrarme en su trabajo sociológico.

A mi Universidad

## Índice general

1.	Introducción .....	7
2.	Planteamiento del problema de investigación .....	8
2.1.	Importancia del estudio de las unidades económicas de pequeñas dimensiones y su presencia en el estado de Aguascalientes.....	10
2.2.	Las pequeñas unidades económicas de la industria textil y del vestido en el estado de Aguascalientes .....	13
3.	Marco teórico.....	16
3.1.	El estado de Aguascalientes y su desarrollo económico .....	16
3.2.	Proceso de producción de la industria textil y del vestido .....	19
3.3.	El concepto de estrategia.....	19
3.4.	La finalidad dentro de la estrategia productiva .....	20
3.5.	Estrategia de Ganancia .....	22
3.6.	Configuracionismo y estrategias productivas .....	24
3.7.	Las finalidades en la estrategia, campos de vida y prioridades subjetivas.....	25
3.8.	El problema del cambio social desde la teoría critica.....	27
4.	Marco metodológico.....	29
4.1.	La unidad de análisis .....	29
4.2.	Definición de la muestra. ....	30
4.3.	Plan de trabajo de campo y técnicas de obtención de información.....	31
5.	Análisis de información.....	32
5.1.	Las raíces del surgimiento de los talleres .....	32
5.2.	Técnicas de comercialización .....	33
5.3.	Calidad.....	35
5.4.	Contexto institucional .....	36
5.5.	Diseño, diversidad e innovación .....	37
5.6.	Fuerza laboral.....	37
5.7.	Organización para la producción .....	38
5.8.	Jornada laboral.....	39

5.9.	Implicación de prioridades y espacios de vida.....	39
5.10.	Condiciones del cambio .....	40
5.11.	El sentido del trabajo en los talleres de confección .....	41
6.	Conclusiones .....	42
7.	Anexos.....	44
7.1.	Guion de entrevista.....	44
7.2.	Preguntas para el patrón/a .....	44
7.3.	Preguntas para el patrón sobre la unidad económica .....	44
7.4.	Preguntas para el trabajador .....	45
7.5.	Preguntas para el patrón sobre estrategias de ganancia .....	45
8.	Referencias.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## Índice de esquemas

1. Porcentaje de unidades económicas según su tamaño en el estado de Aguascalientes. ....	10
2. Porcentaje de personas ocupadas de acuerdo al tamaño de la unidad económica en el estado de Aguascalientes .....	10
3. Porcentaje de ingresos de las unidades económicas según su tamaño en el estado de Aguascalientes .....	11
4. Porcentaje de unidades económicas en las que trabajan de 1 a 15 trabajadores de acuerdo al subsector de actividad en el estado de Aguascalientes .....	13
5. Porcentaje de participación en la generación de empleo por subsectores manufactureros en el estado de Aguascalientes .....	14
6. Esquema de procesos del producto hecho con materiales textiles .....	18

## **Resumen**

Esta investigación aborda el problema del cambio en las dinámicas productivas de micro unidades de la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes, centrándose en los procesos que llevan a los sujetos a implementar cambios o mantenerse pasivos respecto a la implementación de cambios en sus estrategias de producción, postulando la posibilidad que en esta clase de negocios se combinen diferentes espacios –como el del trabajo, familia, recreación-, así mismo que las personas que en ellos trabajan puedan combinar y negociar diferentes roles sociales - trabajador, ama de casa, esposa, abuelo-, de modo que cada uno de estos elementos aporta un sentido particular a la acción, los cuales llegan a implicarse contradiciéndose, potencializándose o inhibiéndose, los sujetos mediados por tales entramados de significación, y a través de sus decisiones cotidianas configuran sus estrategias productivas.

**Palabras clave:** micro unidad económica, estrategia productiva, industria textil y del vestido.

## **Abstrac**

This research addresses the problem of change in the dynamics of micro productive units of the textile and clothing industry in the city of Aguascalientes, focusing on the processes that lead subjects to implement changes or remain passive regarding the implementation of changes in their production strategies, positing the possibility that in this kind of business different spaces like the work, family, recreation-, and the people can combine and negotiate different social roles like -a worker, housewife, wife, grandfather-, so that each of these elements gives a particular meaning to the action, these senses come to be involved, come to contradict, increases or inhibited by the mid subjects such frameworks of meaning, and through their daily choices shape their production strategies.

**Keywords:** micro economic unit, production strategy, textile and clothing industry.

## **1. Introducción**

El trabajo de investigación que se presenta a continuación tiene como propósito generar conocimiento sobre los cambios en las estrategias productivas de las unidades económicas de pequeña escala de la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes, enfoca sus esfuerzos para responder la interrogante ¿Qué impulsa o mantiene pasivos a los sujetos que trabajan en las unidades económicas de la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes en lo concerniente a la implementación de estrategias productivas?, Desde una posición que busca dar cuenta de la existencia de relaciones complejas y reciprocas entre las dinámicas sociales prevalecientes y la forma adoptada por la industrialización en casos específicos, que las coyunturas y contextos cambiantes de la vida de las gentes puede abrir posibilidades de acción (Wilson, 1990).

La problematización del objeto de estudio plantea la posibilidad de que la implementación de las estrategias productivas esté mediada por la convergencia de sentidos de acción diversos originados por la confluencia de diversos campos de vida y roles sociales, cada uno provisto de un sentido propio que implica a los demás, a partir de este entramado de interacciones aunado a las condiciones estructurales y coyunturales se tratar de explicar las dinámicas estratégicas de las unidades económicas.

Se argumenta la importancia de este tema de investigación a partir de la extensión de formas de trabajo flexibles, no estructuradas y de dimensiones reducidas, que constituyen una alternativa para grandes contingentes de la población para sortear las condiciones laborales caracterizadas por la poca capacidad de absorción de mano de obra.

La investigación recurre a la teoría configuracionista para explicar el campo de interacciones en que se suscita la acción estratégica y caracteriza este tipo de dinámica haciendo uso del modelo de estrategias de ganancias de la propuesta de los modelos productivos.

## 2. Planteamiento del problema de investigación

El presente trabajo de investigación se inscribe dentro de la corriente de los estudios laborales, desde una perspectiva sociológica se plantea generar conocimiento sobre los cambios en las estrategias productivas de las unidades económicas de pequeña escala de la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes, este interés surge a raíz de participar como becario en apoyo para investigación en el proyecto del cuerpo académico de trabajo y relaciones sociales de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, titulado *“Uriangato Guanajuato. Retos y Potencialidades productivos-culturales vinculados a una economía global”*.

Durante el trabajo de campo se observó en reiteradas ocasiones que los patrones de pequeños talleres y comercios de la industria textil y del vestido de los municipios de Moroleón y Uriangato en el estado de Guanajuato manifestaban no estar interesados en expandir sus negocios o modificar sus condiciones laborales.

Este fenómeno abrió una gran interrogante para los investigadores, al mismo tiempo que constituía una fuente de preocupación para las instancias gubernamentales quienes veían en este hecho un freno para el desarrollo y en algunos aspectos una bomba de tiempo como en el caso de la inexistencia de mecanismos de seguridad social para amortiguar el inevitable envejecimiento de la población.

Estas reflexiones tocaron mi propia historia de vida personal y familiar, ya que en mi hogar desde hace 19 años ha habido un taller dedicado a la confección de prendas de vestir que cumple con las características antes mencionadas, de tal manera que a partir de este conocimiento sociológico fue posible sorprenderme en mi vivencia cotidiana del mismo hecho que era objeto de debates y preocupaciones.

De manera que aún después de finalizado tal proyecto la interrogante a nivel personal persistió dando lugar a la pregunta general de investigación que orienta y que trata de ser respondida en este trabajo, la cual es: ¿qué impulsa o mantiene pasivos a los sujetos

que trabajan en las unidades económicas de la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes en lo concerniente a la implementación de estrategias productivas?, considerando la articulación de aspectos objetivos, subjetivos y coyunturales que implican a las unidades económicas de este campo.

El problema de estudio se centró en la posibilidad de que la decisión de implementar una estrategia estuviera mediado por la capacidad de que en las unidades económicas de pequeña escala de la industria textil y del vestido se combinen diversos espacios de vida –trabajo, hogar, recreación, etc.- cada uno con finalidades propias y prioridades diversas entendidas como –roles sociales, valores, creencias, etc.-.

Estos elementos podrían llegar a implicarse, estableciendo límites infranqueables o impulsando directa o indirectamente la consecución de otra(s) finalidad(es), admitiendo la contradicción y la discontinuidad, a partir de este entramado de interacciones aunado a las condiciones estructurales y coyunturales podría tratar de explicarse las dinámicas estratégicas de las unidades económicas.

Desde una posición que busca dar cuenta de la existencia de relaciones complejas y reciprocas entre las relaciones sociales prevalecientes y la forma adoptada por la industrialización en casos específicos, que las coyunturas y contextos cambiantes de la vida de las gentes puede abrir posibilidades de acción (Wilson, 1990).

Esta manera de hacer investigación trata de evitar las inferencias que lleven a relaciones unidireccionales de causa y efecto, en su lugar abre la posibilidad de construir un mapa que trata de dar cuenta de la realidad dada y dándose, siendo conscientes que éste no agota a la realidad estudiada pero que sí abona a la comprensión del fenómeno social laboral en cuestión.

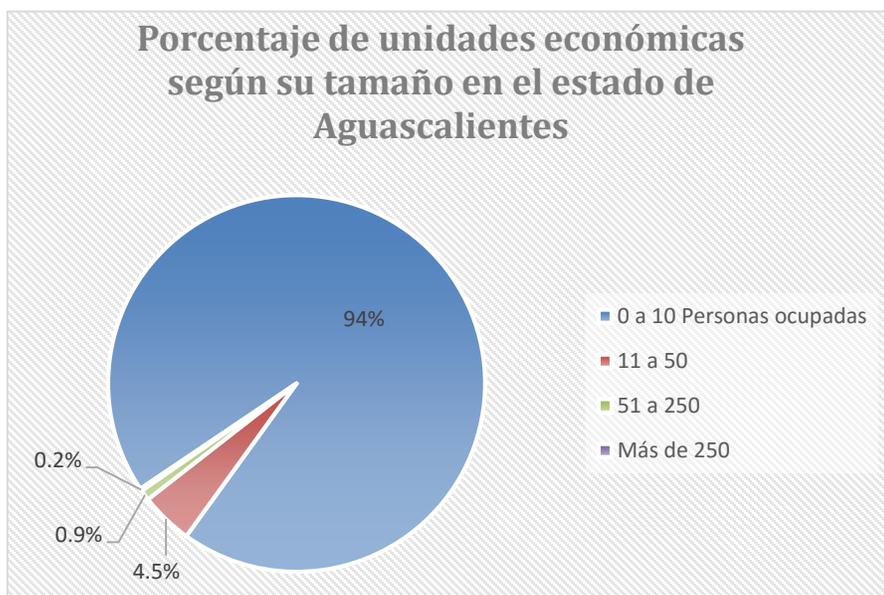
## **2.1. Importancia del estudio de las unidades económicas de pequeñas dimensiones y su presencia en el estado de Aguascalientes.**

El interés en las unidades económicas de pequeña escala ha adquirido importancia en las últimas décadas, ya que hacia los inicios del siglo pasado las expectativas de la modernidad no contemplaban en su proyecto programático la continuidad de unidades económicas fuera de la lógica racional capitalista, ya en la década de los 30s su gran persistencia a los ojos interpretativos de la teoría desarrollista conduce a que sean planteadas como producto marginal y transitorio (Alba Vega & Kruijt, 1995).

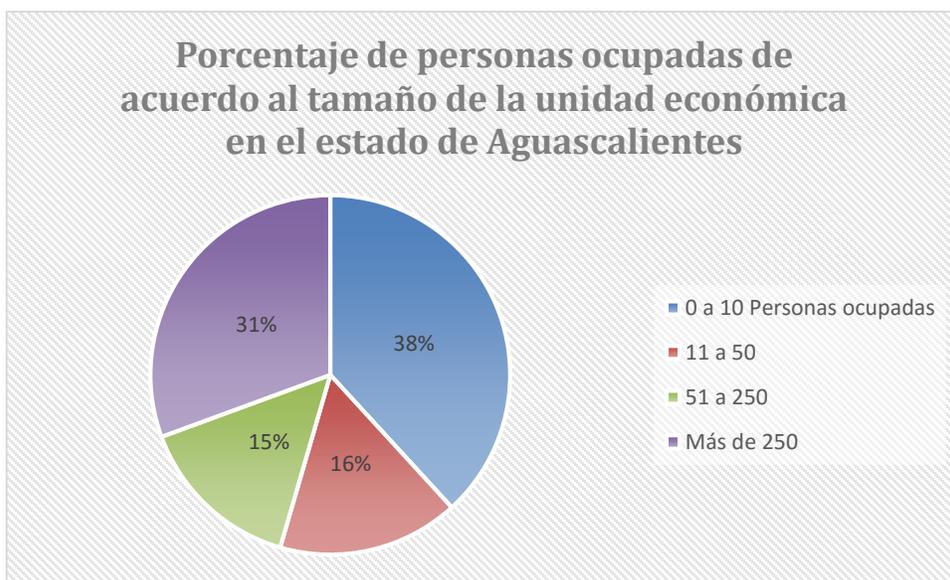
Ya entrado el siglo XXI las discusiones en torno a las unidades de pequeña escala se habían tornado en poco rentables y exitosas en contextos de competencia internacional, sin embargo el papel que estas juegan en las economías locales resulta trascendente para algunos espacios sobre todo barriales en donde se concentran buena parte de estas unidades

Estas unidades económicas además de ser un medio para obtener ingresos económicos también son una vía importante de transmisión y apropiación de valores y símbolos, que se convierten en elementos estructuradores de la identidad individual y colectiva de quienes se desenvuelven en este contexto.

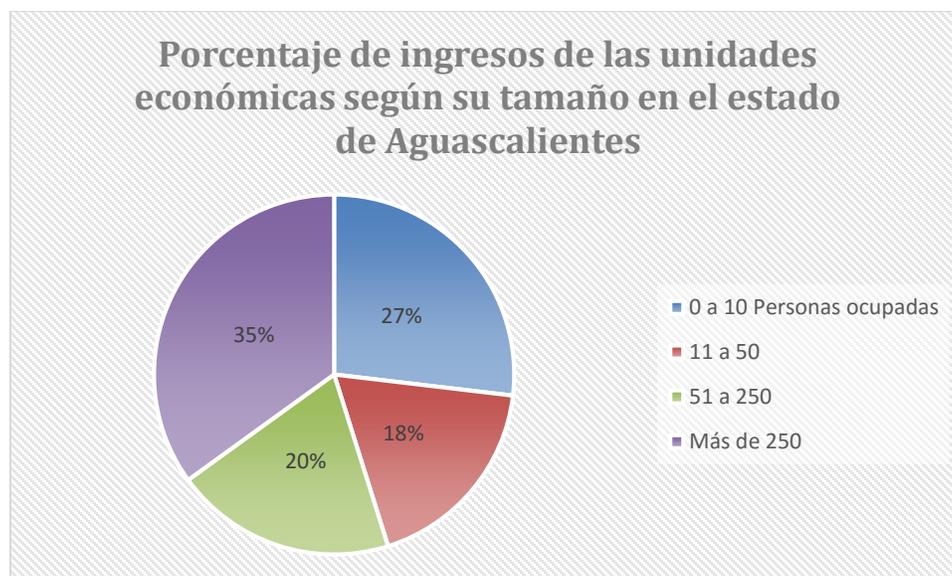
Su importancia puede apreciarse a partir de observar la distribución porcentual de unidades económicas según su tamaño y sus ingresos totales, en el estado de Aguascalientes según los resultados oportunos del censo económico 2014 el número de establecimiento de pequeñas dimensiones es considerablemente mayor en comparación con los de mediano y gran tamaño, como se muestra en el grafico (1), en lo que respecta a la generación de empleos se siguen manteniéndose a la cabeza las pequeñas unidades como se muestra en el grafico (2) aunque su participación en la generación de ingresos es menor como se puede ver el gráfico (3).



1 Elaboración propia a partir de INEGI (2015) Resultados oportunos del estado del Aguascalientes



2 Elaboración propia a partir de INEGI (2015) Resultados oportunos del estado del Aguascalientes



*3 Elaboración propia a partir de INEGI (2015) Resultados oportunos del estado del Aguascalientes*

Desde la mirada de la academia durante gran parte del siglo XX los estudios del trabajo privilegiaron la línea de la regulación laboral, mercados, procesos de trabajo y las organizaciones de los actores vinculados al trabajo asalariado, sin embargo la extensión de actividades no asalariadas, no estructurados, flexibles y precarios ha dado lugar a incursionar en nuevas betas de investigación (De la Garza 2011:50 a 51).

Este es el caso de la producción que se realiza en micro y pequeñas unidades económicas de producción, que constituyen un mundo complejo con sus propias dinámicas y racionalidades, y que permite a grandes contingentes de la población subsistir (Vega & Kruijt 1995:14) y que guarda una estrecha relación con problemas como la pobreza, el desempleo y los mercados de trabajo.

Grandes contingentes de la población ante la imposibilidad de insertarse en el mercado laboral hegemónico, no ven en el desempleo su única opción, y en particular las actividades económicas de pequeña escala absorben gran parte de la fuerza de trabajo disponible, así tienen un rol social al posibilitar la reproducción de importantes volúmenes de la población, son productoras y distribuidoras de mercancías, de esta manera

representan hoy en día un mecanismo mediante el cual el capitalismo puede reproducirse minimizando a la vez, los conflictos derivados de una menor capacidad de absorción de fuerza de trabajo (Salas P., 2002).

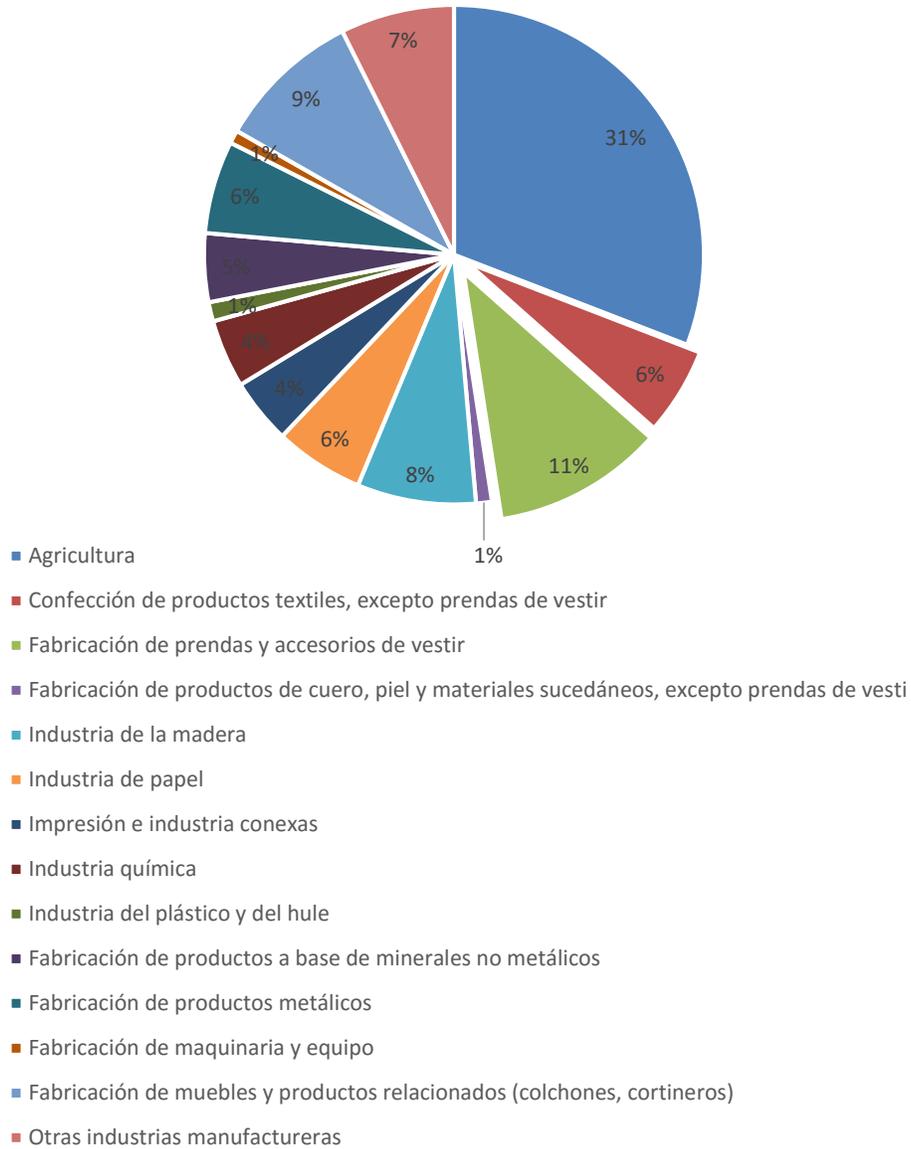
## **2.2. Las pequeñas unidades económicas de la industria textil y del vestido en el estado de Aguascalientes**

Dentro del universo de las unidades de producción de pequeña escala están aquellas dedicadas a la industria textil y del vestido, cuyos productos están entre los de mayor demanda generando continuamente un mercado ávido de mercancías, caracterizadas por ser altamente diferenciadas y perecederas, al mismo tiempo que las herramientas, maquinarias, insumos y conocimientos básicos necesarios para su fabricación no suponen un alto costo ni conocimientos altamente especializados.

En el estado de Aguascalientes el contingente de unidades económicas manufactureras en las que trabajan entre 0 y 15 trabajadores dedicadas a la fabricación de prendas de vestir y confección de productos textiles excepto prendas de vestir comprende un 17% de los establecimientos, como se puede apreciar en el grafico (4).

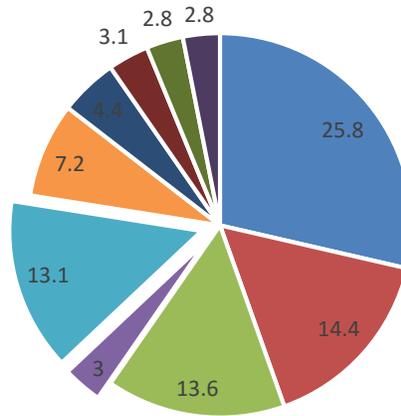
En lo que respecta a la generación de empleos la industria textil y del vestido el estado de Aguascalientes, sobresale generando 12.1% de empleos en el subsector dedicado a la fabricación de prendas y accesorios de vestir y otro 3.1% en el subsector dedicado a la fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir de acuerdo a los resultados oportunos del censo económico 2014, como se muestra el gráfico (5).

**Porcentaje de unidades económicas en las que trabajan de 1 a 15 trabajadores de acuerdo al subsector de actividad en el estado de Aguascalientes**



4 Elaboración propia a partir de INEGI (2015) Resultados oportunos del estado del Aguascalientes

## Porcentaje de participación en la generación de empleo por subsectores manufactureros en el estado de Aguascalientes



- Fabricación de equipo de transporte
- Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos componentes y accesorios electrónicos
- Industria alimenticia
- Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir
- Fabricación de prendas de vestir
- Fabricación de productos metálicos
- Fabricación de muebles, colchones y persianas
- Fabricación de maquinaria y equipo
- Fabricación de productos a base de minerales no metálicos

5 Elaboración propia a partir de la enamin 2010

### **3. Marco teórico**

En el marco teórico abordamos algunos planteamientos que consideramos pertinentes para dar cuenta la realidad estudiada, tratando de evitar encajonarla en cierto modelo o categorías teóricas sino que toma los elementos conceptuales de estas para tratar de traducir la realidad en conocimiento pertinente.

Considerando a la teoría como construcción social, por tanto depende del conjunto de reglas instituidas y legitimadas por un grupo de personas (De la Garza 2002 a), comprende una forma particular de ver la realidad, con limitaciones y potencialidades para aproximarnos y dar cuenta de la realidad.

#### **3.1. El estado de Aguascalientes y su desarrollo económico**

El estado de Aguascalientes está ubicado en la región centro-norte del país, forma parte de la macrorregión del Bajío conformada por Guanajuato, Querétaro y Jalisco, a lo largo de la historia las ramas industriales predominantes en esta región han estado marcadas por una marcada división del trabajo por género destacando la industria textil y del vestido, que tuvo resurgimientos periódicos a lo largo del siglo XIX mismos que fueron barridos por la revolución (Willson: 1990).



*Elaboración propia a partir de Mapa Digital V6.1*

En el periodo de 1940 a 1976 Aguascalientes era un estado agrícola con una industria textil tradicional, la entidad se caracterizaba por el cultivo de uva, durazno y guayaba, en la industria manufacturera destacó el subsector de textiles y al confección de prendas de vestir, a partir de la década de los 60s la ubicación del estado fue importante para la toma de decisiones económicas y a pesar de ser uno de los estado más pequeños representaba un punto estratégico para los tres polos de consumo más importantes ( Benard C., 2004).

En los años 70s contaba con tradiciones articuladas, con un sustento religioso católico fuerte, población homogénea en cuando a sus orígenes raciales, con poca presencia de estratos sociales aristocráticos y extranjerizantes que exacerbaran la desigualdad social, los cambios en las tradiciones y prácticas sociales se daban con lentitud, la década de los 80s fue paradójica, junto a la profunda crisis económica las distintas regiones y ciudades del país experimentaron procesos de crecimiento muy heterogéneos mientras algunas ciudades padecían los estragos de la crisis nacional otras como Aguascalientes alcanzaban niveles de crecimiento envidiables (Ibídem).

Sin embargo partir de 1995 el gobierno de Aguascalientes sintió con fuerza los efectos de la crisis, por lo que optó por atraer nuevas inversiones, extender las ya existentes y fomentar una política de búsqueda de mercados externos, en este contexto es que repunta la industria maquiladora de exportación junto con el resurgimiento de la tradicional textil y del vestido (Hernández R. 2005)

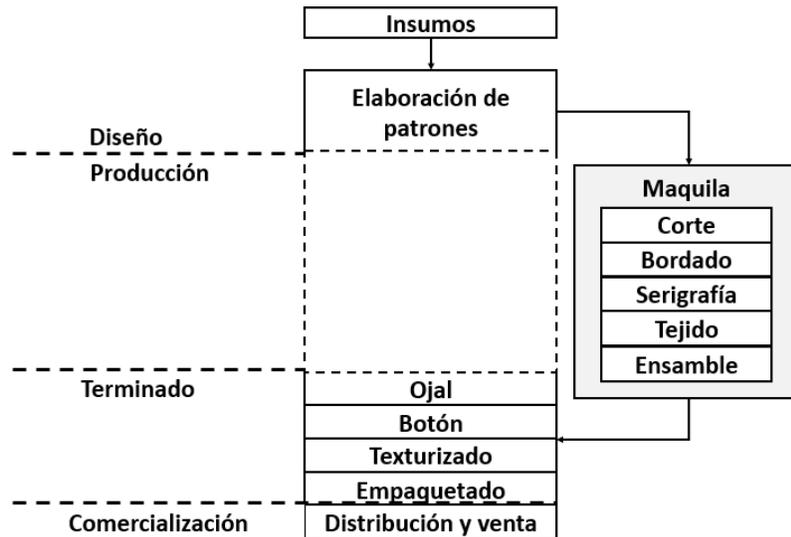
El dinamismo que alcanzó este modelo en el periodo que va de 1994 a 1999 se observa en 164 proyectos de inversión en maquila que representaron el 90.32 del total de las inversiones del estado. Se promociono a la localidad en el extranjero con base en la experiencia industrial del estado Aguascalientes se sumó como parte de la política económica nacional de auge de maquila (Ibídem).

Los productores locales no dieron buena acogida a la instauración de este modelo maquilador, cuestionaban la falta de apoyo por parte del gobierno para promover las empresas locales no maquiladoras, por su parte la respuesta del gobierno fue argumentar que esta solo era una etapa de transición para sortear la crisis, adquirir experiencia para exportar y para adquirir capacidades empresariales y laborales, durante el transcurso de esta década los productos estuvo enfáticamente orientada hacia mercados externos, en el estado se abrieron centros para la cualificación de mano de obra (Ibídem).

En el 2000 las hasta entonces exitosas maquiladoras de la industria textil y del vestido comienzan a sentir los efectos de la recesión en el país, que por largo tiempo Aguascalientes había logrado sortear pero que a partir de ese momento comenzó a menguar con el cierre de establecimientos y despido de obreros, caída en la demanda de productos, entre los empresarios se responsabilizaba de este hecho a la falta de una mano de obra calificada y la calidad en los productos generados (Ibídem).

Esta tendencia a la recesión en el área de la maquila se agravo al pasar de los años, derivando en un importante abandono, (Ibídem) encontraron que las empresas manufactureras locales de las que buena parte pertenecían a la industria textil y del vestido, no reinvirtieron en modernizar sus empresas, al no incorporar nueva tecnología o implementar cambios en la organización del trabajo, sino que se caracterizaron por una práctica de atesoramiento de empresarios ricos con empresas pobres, con miedo al riesgo, con una cultura de conformismo y pasividad que llevo tras la crisis de la maquila de importación a perder la marca propia y los clientes.

### 3.2. Proceso de producción de la industria textil y del vestido



6 Esquema de procesos del producto hecho con materiales textiles

Los productos manufacturados por la industria textil y del vestido son de primera necesidad, figuran dentro de la canasta básica mexicana son altamente diferenciados y perecederos. El proceso productivo de la fabricación de ropa se pueden distinguir el desarrollo de cuatro etapas principales que son: diseño, producción, terminado y comercialización (Cota Yañez 2012: 71), y dentro de cada una de estas existen otros procedimientos que dependerán del producto particular, véase el cuadro (6).

### 3.3. El concepto de estrategia

El concepto de estrategia es antiguo, en sus orígenes más remotos era utilizado en el campo de la milicia para designar la acción de organizar la disposición de los recursos en vistas de vencer al oponente, y fue a mediados del siglo XIX y principios del XX, durante

la segunda Revolución Industrial que el concepto de estrategia fue adoptado en los negocios, se percibía como una manera de competir en el entorno.

En sus orígenes la idea de estrategia hacía alusión a la coordinación de las partes que integran una organización considerando su interacción con el entorno para alcanzar sus objetivos ( Ámez, 1995 & Fernández L., 2012), también puede ser definida como una guía de acción orientada al cumplimiento de los objetivos de una organización, pero no solo comprende una declaración del método para alcanzar tales objetivos, esto implica un proceso que comienza con la determinación de los objetivos y las mediaciones como tareas y acciones a través de las que se espera alcanzar los objetivos(Arenas Z. & Orozco L., 2005).

### **3.4. La finalidad dentro de la estrategia productiva**

Para construir un concepto de estrategia para estudiar las unidades económicas conviene reflexionar sobre algunos de los problemas que surgen al tratar de utilizar este concepto para fines de investigación.

Algunas preguntas básicas sobre el concepto de estrategia, son si este refleja efectivamente la realidad que nos interesa estudiar, la cual corresponde al hecho de que cotidianamente los trabajadores y patrones de las unidades económicas deciden una forma precisa de funcionamiento y organización, ajustan sus recursos y acciones, presumiblemente esta acción cotidiana no existe en un limbo, es decir sin un sentido y finalidad, sino que responde a finalidades diversas, desde las más triviales como traer dinero en el bolsillo, hasta otras más elaboradas como lograr crecer y consolidarse, tales finalidades implican un universo de significados, donde la persecución de una finalidad puede repercutir indirectamente en la consecución de otra.

Estas finalidades no se limitan ni reducen a la búsqueda de la eficientización económica y los sujetos no poseen información acabada de su situación como lo supondrían las

teorías del actor racional, sino que los insumos a partir de los cuales se constituye su decisión y así su estrategia admiten la contradicción, discontinuidad y obscuridades; de esta manera en el acontecer del día a día los sujetos son guiados por entramados de significado, en la forma de certezas, creencias, valores, incertidumbres, estética por mencionar algunas de sus expresiones, que interactúan con diversas estructuras, realizan procesos interpretativos que constituyen mediaciones que implican sus acciones.

De tal manera que el sujeto en un espacio de posibilidades configura su acción y sus recursos mediante la toma de decisiones, las cuales podemos decir son objetivadas, en la realidad mediante la forma de actitudes, formas de organización y producción, planes y resultados (Hernández R., 2011).

Un ejemplo concreto del uso de este concepto en el estudio de unidades económicas de la industria textil y del vestido es el caso de Zapotlanejo comunidad ubicada dentro de la Región del Bajío en el que se encontró que las actividades con mayor uso intensivo de la mano de obra se llevan a cabo fuera de la fábrica, y la función de esta consistía en actividades de tipo organizacional, no se encontraron fábricas de tipo fordista es decir que llevarán a cabo todo el proceso productivo en una sola planta al contrario hay una gran flexibilización productiva por medio de la desconcentración de las diferentes actividades inherentes a la confección de prendas (Cota Y., 2012).

Diversos estudios muestran la existencia de diversas estrategias que siguen los empresarios de las unidades productivas de pequeña escala para alcanzar mejores desempeños, existen diversas estrategias en tanto que los empresarios responden a diversas racionalidades y entorno. Para entender la empresa es necesario considerar el entorno en que se desenvuelve así como características propias de la empresa (Robles, M., 2001)

### **3.5. Estrategia de Ganancia**

Dentro de la teoría de los modelos productivos se entiende por estrategia de ganancia el proceso definido por los sujetos de las unidades económicas que tiene como fin la supervivencia y crecimiento de la unidad económica; para lo que se busca obtener ganancias que permitan compensar la inversión, incrementar el capital, elevar la productividad y así reducir los costos unitarios y tratar de ampliar sus partes de mercado, dicho proceso se plasma en tres componentes: política-producto, organización productiva y relación salarial (Neffa y De la Garza, 2010:29 a 30).

*En cuanto a la política producto* se refiere a los segmentos del mercado tanto geográfico (local, regional, nacional e internacional) como sociodemográfico (edad, sexo, genero, estrato socioeconómico, exigencias de calidad, etc.) a los que se orienta la producción, para definir objetivos de volumen, diversidad, calidad, innovación y diseño.

La estrategia de volumen, alude a distribuir los costos fijos entre una base más amplia y así reducir al máximo los costos de producción para competir mediante el precio, este tipo de producción implica medios e insumos de producción homologados y procesos de trabajo estandarizados y prescritos.

La estrategia de diversidad implica la producción variada que en ocasiones puede presentarse en medidas estándar de tallas o formas, a esto también se pueden agregar más elementos como colores, detalles o diseños, para abarcar más segmentos, trata de ampliar la oferta a nuevos grupos de clientes solventes, respondiendo a sus propias necesidades y expectativas (Ibídem, 2010:31 a 32).

La estrategia de calidad conlleva una orientación hacia un segmento social diferenciado por el ingreso y exigencia de calidad específica, dicha calidad justifica un precio mayor y busca el prestigio mediante la marca para generar lealtad en los clientes, la estrategia de innovación tiene por objetivo anticiparse a la competencia, requiere una organización

de producción más flexible, la estrategia por diseño consiste en la invención, adaptación o copia del producto para ofrecer un diseño atractivo (Ibídem, 2010).

La organización productiva y cadena de valor concierne a los medios elegido para concretar la política-producto y responder a la demanda solvente, como los procesos de trabajo, grado de integración de las actividades, métodos y técnicas para la fabricación y comercialización, gestión interna y distribución espacial de los proveedores y clientes.

Los procesos de trabajo se refieren a las dinámicas orientadas a la producción necesariamente implican la logística tanto interna (división, polivalencia, mejora continua, especialización, sistema justo a tiempo, *line production*, etc.), como externa (distribución de clientes, proveedores, instalaciones), el grado de integración de las actividades productivas como las de subcontratación; infraestructura (instalaciones, maquinaria, equipo, etc.) y financiamiento que comprende el origen de los recursos financieros (gobierno, banca, familia, etc.); por ejemplo al de la organización científica que corresponde a dinámicas orientadas a al incremento progresivo de la producción y la productividad, mediante la racionalización de los procesos de trabajo, ahorro del tiempo muerto, intensificación del trabajo y estandarización de medios, procedimientos e insumos.

Dentro de los métodos y técnicas para la fabricación y comercialización, se encuentran estrategias como la de implementar y fortalecer una marca en el mercado; el servicio al cliente para conseguir su fidelidad al producto mediante una relación directa, que puede llegar a involucrar a este en el proceso productivo (Ibídem, 2010:31 a 32).

La relación salarial alude a las instituciones y normas que regulan el uso y la reproducción de la fuerza de trabajo (De la Garza 2000 citado en Mercedes and García, 2005), comprende elementos como el reclutamiento y formación de la fuerza de trabajo (por género, calificación, escolaridad, etc.), su división (sexual, etaria) y clasificación (especialización, calificación), el contrato y estabilidad en el empleo que puede estar definido por un acuerdo explícito o implícito entre el patrón y el trabajador, por ejemplo

apalabrado o escrito, a través de él se llega a un compromiso de realizar un trabajo a cambio de su cumplimiento y remuneración, en la seguridad social que puede o no prever el empleo, concretiza en la existencia de prestaciones en materia de salud, vivienda, retiro, etc., el salario y sistemas de remuneración, como el pago a destajo o según el rendimiento; los mecanismos de control, disciplinamiento y sanción de los asalariados; puestos y ascensos; duración e intensidad de la jornada laboral; instancias de representación; aceptación o conflicto de las condiciones laborales (Ibídem, 2010:31 a 32).

### **3.6. Configuracionismo y estrategias productivas**

Planteamos una propuesta de síntesis de estos elementos conceptuales para comprender el fenómeno del cambio en las estrategias productivas, por una parte incorporamos la propuesta de las configuraciones sociotécnicas De La Garza como marco estructural y de posibilidades de acción, conformado por –encadenamientos productivos, tecnología, organización, perfil de la mano de obra, relaciones laborales y culturas laborales- en el que se articulan y rearticulan las interacciones de sujetos diversos guiados por estrategias en diversos niveles (De la Garza, 2010).

El concepto de configuración concibe a la realidad conformada por relaciones que pueden ser fuertes o débiles, las primeras asociadas la lógica formal como la ciencia y las segundas a formas derivadas del razonamiento cotidiano de sentido común, que no llegan a conformar un sistema dual sino que permiten la articulación y desarticulación que implica a la vez procesos de actualización y desactualización entre niveles, durante tal proceso la realidad puede llegar a ser transformada; permitiendo al investigador la posibilidad de captar formas no teorizadas, resemantización, rejerarquización, reenganches, asimilaciones, mimetismos como forma de vinculación conceptual (De la Garza: 2010)

Planteamos el maridaje de la visión configuracionista con un esquema de estrategias de ganancias tomado de la teoría de los modelos productivos, particularmente de la propuesta elaborada por De La Garza y Neffa (2010), sin perder de vista que a su vez dicha teoría hunde sus raíces en los trabajos de investigación anteriores realizados por Boyer & Freyssenet, (2003) y por ende también de la escuela de la regulación francesa, de tal manera que el uso de esta teoría implica un proceso de adecuación al contexto latinoamericano (De La Garza y Neffa 2010:15).

Cabe señalar que este esquema de estrategias de ganancia es un punto de partida para visibilizar estrategias productivas, sin embargo consideramos que no agotan la diversidad de acciones estratégicas de las que son capaces los sujetos, es decir que este planteamiento constituye una herramienta a través de la cual esperamos visibilizar ciertas dinámicas productivas caracterizadas por constituir -en un espacio de posibilidades y a través de la decisión de los sujetos implicados en la dinámica productiva-, un modo preciso de organización y funcionamiento, previsto de un sentido, que es objetivado de diversas formas como actitudes, valores, proyectos y resultados.

### **3.7. Las finalidades en la estrategia, campos de vida y prioridades subjetivas**

En cuanto a las intenciones la literatura que aborda este tema destaca la supervivencia y el crecimiento como las principales finalidades que guían la acción estratégica, no obstante planteamos que estas no agotan la diversidad de sentidos de los que está provista esta acción, y que es precisamente la existencia de múltiples sentidos donde podríamos encontrar respuesta a nuestra pregunta de investigación, y a otros fenómenos como la gran heterogeneidad de las unidades económicas de pequeñas dimensiones.

No obstante esto abre nuevas interrogantes como ¿de qué manera podríamos admitir la inclusión de sentidos diferentes a los de la sobrevivencia y el crecimiento?, la respuesta a esta pregunta podría estar en la vinculación de espacios de vida y prioridades diversas.

En lo que respecta a la proximidad de campos de vida -entendidos como espacios de posibilidad y de coerción de la acción-, planteamos la posibilidad de que en las pequeñas unidades económicas se combinen diferentes espacios como el del trabajo, la familia, la recreación, entre otros, cada uno provisto de un sentido propio que implica a los demás y a la acción.

Por otra parte las prioridades de vida concebidas como aspectos a los que se les asigna un mayor nivel de importancia en comparación con otros y que varían en función del sujeto y su historia de vida, que ejercen una fuerte influencia sobre la orientación de su acción

Para abordar las posibles implicaciones de este planteamiento, detengámonos a observar a las grandes empresas modernas, consensualmente se admite que están constituidas sobre el objetivo de búsqueda y maximización de ganancias, de tal manera que su funcionamiento organización y estructura, o dicho en términos más amplios su estrategia se pone al servicio de esta finalidad y ha dado lugar a formas de organización controladas y cuantificadas ya que tales formas de producción han resultado ser las más eficientes en la consecución de tales objetivos, en este mismo sentido para el caso de las unidades económicas de pequeñas dimensiones, admitir la búsqueda de diversas finalidades, que pueden trastocarse, contradecirse, empatarse o repelerse, habrá una beta para explicar la sus configuraciones productivas.

Cabe destacar que estos procesos se dan en el marco de condiciones de carácter objetivo y estructural, que a su vez comprenden algunas de corte sociodemográfico como el sexo, edad, escolaridad, estado civil, etc., otras de fuerzas de mercado como la oferta, demanda, competencia, también hay condiciones coyunturales, como épocas de bonanza o recesión.

El punto de vista estructuralista ha sido privilegiado por los estudios relativos al tema haciendo aparecer a estos factores como los principales determinantes de las decisiones de los sujetos (Hernández Romo, 2003), consideramos que estas variables por si solas

y al margen del universo de significados de que está provista la acción, resultarían en un marco limitado para entender los procesos que configuran las estrategias productivas.

### **3.8. El problema del cambio social desde la teoría crítica**

Las relaciones entre cambio social y la constitución de los sujetos puede entenderse desde el punto de vista positivista como una realidad sujeta a leyes universales actuando al margen de los sujetos a la vez que los determina por otro lado una postura crítica respecto a la positivista en lugar de leyes universales reconoce tendencias que pueden volverse o no realidad en función de los sujetos y sus acciones, en este caso el papel de la ciencia no sería la predicción sino definir en la coyuntura del tiempo presente el espacio de posibilidades de los sujetos (De la Garza, 2001).

El espacio de posibilidades de acción puede ser pensado a través de factores estructurales, objetivos, coyunturales y subjetivos, que se actualizan y/o desactualizan cotidianamente a través de las interacciones y que por tanto pueden ser transformados, si la estructura tiene la potencialidad de cambiar a partir de la acción de los sujetos, cabe preguntarse: ¿a qué se enfrentan estos cuando intentan cambiarla?, la creación en la coyuntura tiene limitaciones dado por diversos factores, por un lado están los elementos fuertemente asentados y actualizados que cohesionan a los sujetos, por ejemplo las relaciones asimétricas de poder y por tanto de imposición y/o convencimiento desiguales (De la Garza: 2015)<sup>1</sup>

Los sujetos no hacen las acciones únicamente porque están en ciertas condiciones estructurales, sino que estas pasan inevitablemente a través de lo que Gramsci llamaba una *visión del mundo*, es decir que son traducidas en términos subjetivos, antes de emprender las acciones los sujetos siempre tienen algún tipo de reflexión sobre ellas,

---

<sup>1</sup> Taller impartido por el Dr. Enrique de la Garza "Alternativas desde el Configuracionismo del objeto de investigación"

que no depende únicamente de las condiciones materiales y estructurales sino que en ellas puede influir la cultura, religión, estética u otros insumos de la subjetividad (Ibídem: 2015).

También está el hecho que la acción de los sujetos particulares abarca solo ciertos niveles de realidad, de manera que en la coyuntura los sujetos no están totalmente sujetos pero tampoco son absolutamente libres para actuar y tomar decisiones, no obstante los son porque en sus formas de percibir la realidad como aparato de dar sentido hay la posibilidad de jugar y trastocar las formas comunes de comprender (CIPSTRA, 2014).

La capacidad polisémica de los sujetos dificulta la constitución de una epistemología que logre captar sus movimientos, articulaciones, potencialidades e incertidumbres, en donde el problema principal no es dar cuenta de lo dado, sino de lo dado dándose, no como simple devenir sino como articulación de la voluntad con condiciones dadas-dándose de esta manera el proceso de conocer se centra en el tiempo presente y se concibe a la objetividad como a la subjetividad dadas dándose articuladamente continua y cotidianamente en un continuo flujo que entraña la posibilidad del cambio (De la Garza, 2001:4).

En última instancia reconocemos que el cambio en la configuración de las estrategias de producción de la unidad económica es producto la acción de los sujetos que en el espacio de posibilidades son movidos tanto por estructuras como por su subjetividad.

#### **4. Marco metodológico**

Para aproximarnos a esta realidad nos embarcamos en la tarea de construir un método y cuerpo teórico que nos permita colocarnos y ajustarnos a esta realidad (Zemelman, S.f), en lo concerniente al método consideramos es pertinente elaborar un esquema de posibles estrategias y características de los sujetos y las unidades económicas, para así elaborar una delimitación del campo en el que está ubicado el sujeto, a partir de este punto de partida se abre la posibilidad de indagar en el hecho de si se está implementando o se han implementado cambios en la las estrategias de producción así como los argumentos que llevan a los sujetos a tomar estas decisiones.

Este ejercicio abre una ventana al proceso de cambio en las dinámicas productivas, en el cual posiblemente están las claves para entender su éxito o fracaso, su transición hacia diversas formas de organizaciones tales como las asociadas a la formalidad, informalidad o precariedad, etc.

No hay que perder de vista que el universo de las unidades económicas de pequeña escala es altamente diferenciado en tal grado que se puede decir que uno de sus principales rasgos, si no es que el más representativo es su heterogeneidad, no obstante a partir de un ejercicio analítico es posible construir segmentaciones con base en patrones recurrentes como la antigüedad en el mercado, la existencia o no de trabajo asalariado y no asalariado, el uso del capital, (Salas Paéz, 2003: 121 a 122) por mencionar solo algunas ya que la posibilidad de segmentar es ilimitada y depende de una caracterización previa, ambos ejercicios son una fuente importante de contenido para nuestro planteamiento, además de que suman nuevos matices como la posibilidad de indagar en la transición entre segmentos.

##### **4.1. La unidad de análisis**

La definición de micro unidad económica a la que nos sujetamos corresponde a la propuesta por el INEGI en la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN 2010), esta

es “aquella entidad económica privada de pequeña escala donde el trabajador independiente a cargo decide ocupar determinada cantidad de empleados para producir y/o vender sus productos o servicios en el mercado”, por entidad nos referimos a una agrupación de individuos ocupados, en cuanto al tamaño de la unidad económica partimos de dos criterios para precisar su delimitación, el número de trabajadores y el sector de la actividad económica, 0 a 5 trabajadores para comercio y servicios y de 0 a 15 trabajadores para manufacturas, respecto a la figura del trabajador independiente corresponde a aquella población que estando económicamente activa y ocupada es propietaria de los medios de producción y es quién decide cómo y dónde promover sus productos y/o servicios enfrentando el riesgo económico, por último el criterio de pertenencia al sector privado se debe a que cualquier persona que trabaje en el sector público se considera un trabajador subordinado (ENAMIN 2010:13 a 15) en oposición a la figura del trabajador independiente.

Dado que el presente trabajo de investigación se acota a la industria textil y del vestido en el municipio de Aguascalientes es necesario delimitar los criterios que comprende este campo, para su definición partimos de la clasificación del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2013), por motivos operativos y de interés acotamos este campo al sector de las Industrias manufactureras, y dentro de estas incluimos los niveles (ramas, subrama y clases de actividad) contenidos en los subsectores correspondientes: fabricación de insumos textiles y acabados textiles, fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir y fabricación de prendas de vestir.

#### **4.2. Definición de la muestra.**

Se identificar dos casos que cumplieran con las características de las micro unidades de la ENAMIN2010 y que se dedicaran a la producción de bienes hechos con materiales

textiles en el municipio de Aguascalientes, para identificarlos se recurrió a redes personales y se utilizó muestro no probabilístico, intencional y por conveniencia.

Estos criterios de muestreo se debieron a que dado la profundidad de análisis que suponen los objetivos consideramos con mayor operatividad delimitarlo a pocos casos. Las unidades económicas fueron identificadas a través de la observación y entrevistas realizadas en investigaciones anteriores, puede decirse que este es un muestreo de segundo orden.

Se cuenta con varios informantes claves, a quienes fue posible acceder a través de un portero mecánico que trabaja dando mantenimiento a maquinaria de negocios de esta industria a quien se acompañó en varias ocasiones y a través del cual se logró entablar un nivel de confianza oportuno para la realización del trabajo de campo.

#### **4.3. Plan de trabajo de campo y técnicas de obtención de información.**

El trabajo de campo se desarrollara en el trascurso de los meses enero y junio del 2015 en tres unidades económicas que se tienen seleccionadas, para la recolección de información se llevará a cabo a partir de entrevistas y observación semiestructurada, apoyados de grabadora y cámara fotográfica para capturar la información y analizados posteriormente por medio de software especializado en estudios cualitativos, Atlas ti.

## **5. Análisis de información**

A continuación se presenta el análisis de entrevistas realizadas a patronos y trabajadores de dos unidades económicas de la industria textil y del vestido del municipio de Aguascalientes, una dedicada a la confección de disfraces y otra a la elaboración de vestuarios, vestidos de fiesta para dama y uniformes escolares.

### **5.1. Las raíces del surgimiento de los talleres**

Las condiciones en las que se origina la unidad económica pueden ser un punto de partida para tratar de comprender como se entrelazan los hechos que dan lugar a las estrategias de producción, en los ambos casos estudiados se observó una trayectoria familiar ligada a las actividades de la industria textil y del vestido, ya que varios miembros de la familia a lo largo de su historia personal adquirieron experiencia que con seguridad entra en juego para decidir las estrategias productivas.

“...yo trabajaba en la mañana en un colegio y ya en la tarde cosía, yo desde que empecé a coser nunca deje de coser, todo el tiempo siempre estuve con la costura, como que ya me llamo la atención, y bueno como no puedo trabajar y a mí me gustaba trabajar, hacer algo pues, y entonces por ahí me fui, ya cuando me case con mi esposo pues él era sastre, y ya también me decía, -no mira hazle así y así y así-...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015).

“pues que siempre me gusto coser, yo cosía poquito; yo cosía poquito al principio, siempre me gustó cose, toda la vida, desde que estaba chiquilla, hacia mi tejido así...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015).

El capital con el que se financia el establecimiento del taller es de procedencia familiar, en ambos casos es el salario del padre de familia quién solventa los gastos iniciales, este hecho puede interpretarse más que como una contribución económica, una circunstancia coyuntural que imprime a la organización el carácter familiar que repercutirá en afianzar

en cada uno de los miembros el compromiso por contribuir con sus propios recursos para la prosperidad del negocio.

“mi hija es diseñadora textil, sí, entonces pues yo seguía cosiendo así en mi casa, a mis clientas yo las recibía en mi casa, y cuándo ella sale de la carrera pues sin trabajo y sin nada, empezó a buscar trabajo y empezó a ir a una fábrica y pues que no, dos tres días en otra fábrica y pues que no, entonces por ahí una señora hacia disfraces y la invito a trabajar con ella, pero pues no tampoco no aguanto la carilla porque se le hacía muy pesado que no que era mucho trabajo, entonces le dice al papá, -papá pues este, pues es que yo quiero trabajar pero este como vez, no me hechas la mano este réntame un local y cómprame máquina para empezar a trabajar y voy a empezar a hacer disfraz, y mi mamá que me ayude-...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015).

También cabe destacar que se observa una asignación sexual del trabajo ya que son mujeres quienes en ambos casos tienen la iniciativa de emprender los negocios, mientras que la participación del varón corresponde al rol tradicional de proveedor económico, de tal manera que podemos decir que existe la presencia de roles de género fuertemente asentados.

## **5.2. Técnicas de comercialización**

La calidad de los productos y las relaciones interpersonales caracterizadas por un trato amable y cordial con los clientes se convierten en un pilar fundamental para comercializar sus productos, consiguiendo nuevos clientes por medio de recomendaciones, también las personas que han trabajado en los talleres y que en ocasiones emprenden sus propios negocios se convierten en una fuente de trabajo mediante la subcontratación de partes del proceso de producción.

“...tenemos clientes de, por ejemplo el Colegio Bosques se manera por grupos y cada grupo tiene un vocal y esa vocal se encarga de que se hagan lo disfraces, y entonces sobre todo el kínder, si cambian de vocal la misma vocal recomienda -mire el año pasado fuimos con la señora, vayan allá-, entonces aunque cambien de vocal como te siguen

recomendando, siguen, o luego a veces dicen -no ya no vamos-, y luego después dicen -y nomás viera, nos fue re mal con los trajes, pues ya venimos otra vez-, pero nunca, pero no he querido yo, que tal que no alcanzamos a responder, es trabajo de mucha gente, mucha gente va y se ofrece, -nosotros hacemos-, yo nunca he ido, siempre han vendido, yo nunca he ido ...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

“... esas muchachas que han venido para acá haciendo disfracitos pues son la que ahorita muchas de ellas están trabajando en ya de forma autónoma, no haciendo disfracitos pero sí, y de vez en cuando que les sales disfraces pues acá vienen a dar ...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

“... nuestra publicidad es que un cliente me trae a otro, me trae otro, me trae otro, ósea nos hemos dado a conocer de voz, -¿oye donde te hicieron el disfraz?-, -no pues que ahí-, -oiga me recomendó, fulanita, oiga me recomendó manganita?- ...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

En el siguiente fragmento de una entrevista se puede constatar como La interacción con los clientes ser lleva a cabo de un modo amable y familiar contribuye a que el consumidor se llevé una impresión que contribuye en gran medida para que éste recomiende a otras personas el trabajo o para en el futuro volver a solicitar los servicios.

“... (entra en la cocina la mamá de una jovencita que en ese mismo momento se está probando un vestuario en el baño que está a unos metros de donde se está llevando a cabo la entrevista).

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: (se dirige hacia la Sr. Elena) que calientito verdad.

Elena: ¿se le hace?

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: sí no entra nada de frío.

Elena: a mi mí casa se me hace muy helada.

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: no pues la mía está más.

Elena: ¿Sí?, y ¿Dónde vive?

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: aquí en San Cayetano.

Elena: ha, sí.

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: sí ahí por la clínica del iste.

Elena: ha, fíjese que esas casa, la mayoría está así (indica la dirección con sus manos) en esta dirección, las casa que están así, esas son calentitas, yo tenía una casa, cuando recién casada, que estaba así, y que calentita.

Mamá de la joven que se está probando el vestuario: sí verdad...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.3. Calidad**

Los casos estudiados coinciden en optar por confeccionar con una alta calidad que se vigila de forma cotidiana y rigurosa para conseguir por medio de esta estrategia diferenciarse de otros productores del mismo giro, al mismo tiempo existe una gratificación personal significativa al hacer un trabajo de buena calidad que incluso compensa en la falta de valor que los clientes pueden presentar respecto al trabajo, además que se considera que existe una posibilidad de que en el futuro se reditué tal esfuerzo en la captación de clientes y en la forma de nuevos aprendizaje.

“...estoy al pendiente de que este bien cortado de que no se pase nada, y a la hora de que terminan también las prendas las reviso, y van para atrás, y se enoja mi esposo a veces, -y así déjalo-, -no es que así no-, si a mí no me gusta, a la gente tampoco, entonces a la simple vista yo te digo, ese esta chueco, le quedo un ojo más arriba, pues ni modo, o lo hacemos de nuevo, entonces yo sé que, yo sé que es mucho trabajo, demasiado trabajo y a veces el cliente ni lo reconoce pero puede ser que algún día eso nos dé resultado y algo bueno salga para nosotros, pero tampoco, no es bueno engañar al cliente, -hay se lo tapamos al cabo ni se va a fijar-, si se fija, y ya no vuelve...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

“...un disfraz que le venden a usted en una tienda de disfraces del centro en el mercado se ve mucho la diferencia en cuanto a calidad de lo que ellos venden, porque ellos los traen de México no sé de donde los traigan y aquí todo lo que vendemos todo lo hacemos nosotros...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015).

“...si hacen la comparación por ejemplo de los que venden en el centro a los que vendemos y sí es un poquito más elevado el precio, pero es más pues en cuanto a calidad mucha la diferencia...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

“...la gente no lo valora tanto porque ello ni en cuenta, ellos que se vea bonito ya pintadito y ya no sé, pero de todos modos eso nos hace este, pues sentirnos bien con el trabajo y decir puede ser que mañana o pasado haya una oportunidad de que se reditué todo ese trabajo de atrás, y más, más que nada es el aprendizaje ya lo demás se dará con el tiempo...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

#### **5.4. Contexto institucional**

Con las nuevas disposiciones legales, se originaron nuevas obligaciones que llevan a los productores a la necesidad de contratar servicios profesionales de contaduría, aunque en algunas ocasiones gracias al nuevo régimen se omite el cobro de impuestos, dado que al mismo tiempo se exige una declaración de impuestos, se sigue realizando un gasto igual o mayor al de la contribución del impuesto a causa de la necesidad de contratar los servicios de un contador.

“...el año pasado no pagamos impuesto, yo nada más hice las declaraciones, y me dice el contador -este año ya así se va a pagar-, y luego vino el mes pasado y dijo, -tampoco este año se va a pagar impuestos-, -achís como-, nada más que si tengo que estar haciendo la declaración, las declaraciones y pues me va a salir una cosa con otra, porque no estoy pagando impuestos pero estoy pagándole al contador...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

El registro legal en este caso no ha sido asumido como una dificultad sino que de forma contrario se asume como un elemento que impulsa positivamente la dinámica productiva, al hacer posible estar al público.

“...yo le sacaba como que no, pagar impuesto, pero no pues no, no tiene mayor problema, hay que pagar, y acá también este, se registra lo que entra y sale en la tienda, por ejemplo

damos el servicio que ahorita, de bastilla, cierres, parches a pantalón, así cositas de sastrería pero eso realmente no lo cuantificamos, lo deja uno aquí, ahora sí que para los gastos de aquí, pero ya este con eso ya por lo menos ya lo tengo pues en papel lo que entra y lo que sale más o menos... de estar registrada en hacienda, este pues uno puede estar trabajando tranquilo y estar al público y aunque no le guste a uno, porque a quién le gusta pagar impuestos verdad pero pues hay que cumplir con la ley de alguna manera..." (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.5. Diseño, diversidad e innovación**

Ambos talleres estudiados se caracterizan por ofrecer productos únicos y/o altamente diferenciados para lo que requieren una organización altamente flexible, que permita crear o imitar cualquier diseño, también tienen la capacidad de crear o agregar innovaciones emergentes a los artículos y la posibilidad de fabricación por medida y por pedido.

"... aquí lo que nos ha mantenido es que por ejemplo se hace mucho disfraz que no se consigue en el centro y vienen y lo piden aquí, aquí a veces el detallito es que en existencia no hay mucho, no tenemos nada, a veces pero todo lo manejamos sobre pedido y sobre medida..." (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.6. Fuerza laboral**

El trabajo requiere una fuerza laboral altamente calificada, para conseguirla se recurre mediante redes personales para reclutar a recién egresados de carreras de diseño de modas en indumentaria y textiles, ya que la fabricación de estos productos requiere conocimientos y habilidades afines al trabajo creativo y meticuloso, se consigue llegar a ellos a partir de redes personales, la oportunidad que se les ofrece es de entrenarse en la confección de prendas y así adquirir confianza, para en un futuro insertarse en un trabajo de mayor remuneración o iniciar por su cuenta un negocio de confección, de tal

forma que el empleo que la patrona ofrece es considerado por ambas partes como un trabajo momentáneo.

“...¿cuáles serían esas características en las que usted se fija para contratar a una persona?... pues que no nomás le pise a la máquina, ósea porque deben que tener le digo, pues las diseñadoras porque tienen el sentido desde el color, la textura de las telas, y a mí me ayuda mucho porque hay cosas que yo no manejo mucho y entonces me auxilio de ellas verdad, porque ellas conocen de colores de telas, de texturas, saben dibujar saben pintar, ósea saben muchas habilidades, que me completan a mi pues mi trabajo, aquí el único problema es pues es la cuestión monetaria que no puede uno pues pagarles realmente el precio de su trabajo, yo lo único que les ofrezco aquí es que pues agarren experiencia que tengan confianza en ellas de que pueden hacer las cosas pues solas verdad, pues ya, duran a veces un año dos años, años y ya se independizan ellas entonces, ya pues que más les puede uno ofrece...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

“...mi esposo yo, y, y siempre tenemos a una persona más, extra de ayudante, que nos ayude a la maquinas sobre todo,.. son este pues son diseñadoras que empiezan este igual que salen de la carrera y que pues no hay ni donde trabajar y en las fábricas también son contadas porque púes diseñadora en cada fábrica ósea si acaso tienen una o dos, no hay lugar para más gente, verdad, pues entonces me ha tocado que por aquí han pasado siempre varias personas de salen de la escuela...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.7. Organización para la producción**

Existe un orden que se ha formulado tácitamente, que responde a necesidades cotidianas, en el caso de algunos taller se ha ensayado la elaboración y aplicación de un reglamento al cual no se le da cabal cumplimiento en la práctica, esto se puede tratar de explicar por el reducido número de trabajadores cuya interacción no suele representar conflictos que requieran la mediación de un instrumento de control.

“...si hay cierto orden que pues eso yo lo pongo de que patrones o accesorios o telas eso más o menos lo tenemos dividido en cuanto a cuestión de alimentos también, ósea no hay mucho orden y mi esposo también me ha tratado de hacer un pequeño reglamentito, -que dejar las tijeras en su lugar-, que hay esto que hay lo otro...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.8. Jornada laboral**

Las jornadas de trabajo son altamente flexibles y dependen de los compromisos de trabajos contraídos, llegando incluso a trabajar en domingos cuando la carga de trabajo es muy grande.

“...no tenemos un horario muy así, de trabajar muy establecido no, lo que si tratamos de respetas es cuándo uno abre al público, ahí sí más o menos de once a dos y de cinco a ocho ya aquí también que estamos hasta tarde, son las nueve, nueve y media o diez y bajamos cortinas y seguimos...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.9. Implicación de prioridades y espacios de vida**

El carácter flexible del tiempo de trabajo en el taller permite combinar distintos roles de vida y permitiendo disponer del tiempo de la jornada laboral habitual para realizar actividades familiares.

“...a veces si paramo de las dos a la cinco porque nosotros recogemos a los nietos de la escuela, les damos de comer, los recogemos y ya nos venimos pero cuando no hay nietos que hay que recoger, nos aventamos la jornada desde las ocho de la mañana diez, once de la noche cuando está muy pesado...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

El manejo del taller está estrechamente ligado con la organización familiar, y sus miembros participan aportando sus recursos sin recibir una retribución económica, presumiblemente movidos por una solidaridad originada en el vínculo familiar.

“...mi esposo dice -no pues yo estoy aquí para apoyarte- porque yo a su vez lo apoya a él en la cuestión económica, entonces las decisiones de lo que se hace o lo que se deja de hacer la última palabra la digo yo, ósea partiendo de que como yo soy la que me hago responsable de pagos..., pues aunque sí pues le digo hay sugerencias -mamá hazle así, mamá hazle-, por ejemplo lo de la contabilidad que hay que mandarle el reporte al contador y todo eso, mi hijo el otro que es el arquitecto él es el que me, es el que se encarga, pues me hace el favor de llevarlo al contador, lo del mes y este entonces pues hay apoyo por parte de ellos pero en cuanto a decisiones...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

#### **5.10. Condiciones del cambio**

Los productos altamente diferenciados requieren el uso de diferentes maquinarias que en ocasiones no se tienen en los talleres y estos ven limitado su posibilidad de oferta, al estar imposibilitados para fabricar ciertos productos.

“... sí nos hace falta más maquinaria por decir aquí, piden seguido ropa elástica, o con licra y ya nosotros, pues se necesita una máquina pues más...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

El proceso de crecimiento de los talleres se ha dado de forma gradual a lo largo de prolongados periodos de tiempo, durante los cuales se adquiere la experiencia y la seguridad suficiente para adentrarse en nuevos mercados.

“... para esto de que iniciamos es para nosotros ya diez años de hacer disfraz, ya tenemos diez años y ahorita estamos pues viendo como le hacemos de ya de hacerlo este un poquito más, por ejemplo vender a mayoría que dicen, pues medio mayoreo porque pues no es mucho, pero si ya estamos incursionando, de hecho estamos, precisamente ahora

en marzo estamos cumpliendo ya un año que estamos vendiendo por paquetitos que seis animalitos de uno que seis animalitos de otro, ósea ya hacemos un paquete...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

### **5.11. El sentido del trabajo en los talleres de confección**

La informante expreso que la principal satisfacción que encuentra en su trabajo no es "hacerse rico", que puede ser interpretado como adquirir y maximizar ganancias, no obstante esto no deja de ser un requerimiento cotidiano importante incluso es una condición imprescindible para que el negocio pueda operar, empero la informante identifica el bienestar que le genera prestar un servicio a la sociedad como la fuente de mayor satisfacción.

“...no es mucho lo que puede uno ofrecer pero es mucho trabajo lo que sí hay, mucha fe puesta en los talleres pues, porque le digo más que una utilidad lo ve uno como servicio, porque, porque la insignificancia por decir de hacer una bastilla es insignificante desde pegar un botón -oiga no tiene un botón, péguele-, ósea es el servicio, lo que presta uno, y de alguna manera pues está uno vigente, sabe uno que de esto no va uno a hacerse rico, o puede ser que sí verdad, pero pues se siente bien, pero se siente bien, yo me siento bien, que es más el trabajo que lo que uno recibe pero a veces lo que hace uno lo hace con gusto ...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

Los beneficios que se reditúan de los talleres no solamente son económicas sino que también las hay de otros tipos, como la de reafirmar la identidad familiar, definida por la dedicación y la asignación sexual del trabajo, la continuidad de actividades tradicionales a la largo de la vida familiar transgeneracionalmente.

“...yo pienso ya de todos modos le digo si no se reditúa en dinero sí hay cierta ganancia, le digo, porque la mamá de mi esposo cosió en su maquinita ya mi esposo ya cuando el cosió pues ya el cosió en máquinas de motor y ya el hecho de abrir una cortina de un negocio estar al público...” (D.E. comunicación personal, Abril 2015)

## 6. Conclusiones

Las micro unidades económicas de la industria textil y vestido cotidianamente se enfrentan y resuelven el problema de lograr su supervivencia y eventualmente su crecimiento, para lograr esto patronos, trabajadores y actores diversos se entrecruzan dando lugar a un proceso con vida propia.

Podemos tratar de explicar la gran diversidad de formas que asumen las pequeñas unidades productivas a través de admitir que también existen una gran variedad de sentidos que no se reducen a los de la sobrevivencia y al crecimiento.

Así por ejemplo cuando una patrona decide su estrategia de producción, busca ganancias económicas, y al mismo tiempo busca realizar exitosamente sus roles de madre esposa, u otros roles de que le sean significativos, de tal manera que las acciones encaminadas a obtener ganancias encontrarán un límite donde impidan el cumplimiento de otras prioridades.

Observamos que en las unidades económicas convergen diferentes espacios de vida, principalmente el del trabajo y el de la familia, las acciones que se realizan en cada uno de ellos tiene un sentido en el marco del campo que comprende, al mezclarse intenciones diversas se implican, contradiciéndose, potencializándose o inhibiéndose, también existen prioridades que atraviesan de forma transversal estos espacios de vida, como aquellas establecidas por los roles de género –madre, esposa, padre, proveedor, etc.-.

Si bien las necesidades están limitadas por nuestra cultura, puede suceder que tal o cual necesidad que es limitada, limitan a su vez otra necesidad, podríamos también asumir que tal cosa es básicamente limitada por la cultura pero en tal caso suprimiríamos parte del matiz de la decisión.

Las decisiones son limitadas y coersionadas por muchos factores, prioridades subjetivas y condiciones objetivas son algunas de ellas, trascenderlas implicará una negociación delicada, a partir de eso se decidirá el límite y la manera de la propia explotación y la que se ejerce sobre los demás, que no está dada de manera accidental, sino que hay criterios a partir de los cuales se establece, que son a su vez el resultado de un proceso complejo en el que intervienen en mundo de lo económico y lo no económico, en el que hay condiciones de operación que aparecen como requisitos casi imprescindibles como la obtención de ganancias, que solo en casos extraordinarios se pueden obviar, y que si bien la consecución de tal propósito es vital, hay otros que también están presentes y que puede ganar importancia al punto incluso de asumir una preponderancia igual o incluso mayor.

Solventar exitosamente el problema de la obtención de ingresos, lleva a que sea posible dedicar recursos para impulsar otros propósitos, o puede ser también que la consecución de otro(s) logro(s) diferente(s) al de la adquisición de ingresos, como en el de la construcción de una nutrida red de personas como capital social, o la del desarrollo de cualidades como el carisma o la persuasión impulsen indirectamente la obtención de ingresos, la práctica de estas se suscitan de forma recurrente y cotidiana.

Las micro unidades no son sólo un mero residuo marginal del capitalismo hegemónico, tampoco son sólo una organización en proceso de transición hacia una dinámica capitalista de racionalización y acumulación. Constituyen una base social, económica y cultural que permite la existencia de la dinámica macro económica, haciendo posible que subsistan grandes contingentes de la población y palea los problemas derivados del gran capital, como la incapacidad de absorber un gran número de trabajadores.

## **7. Anexos**

### **7.1. Guion de entrevista**

### **7.2. Preguntas para el patrón/a**

1. ¿Cuál es su nombre?
2. Sexo del entrevistado, anotar observación
3. ¿Usted cuantos años tiene?
4. ¿Usted donde aprendió este oficio y a los cuantos años?, un dato sociodemográfico muy importantes que se pregunta en casi todas las entrevistas es la escolaridad me podría decir ¿Hasta dónde estudio usted?; si termino la prepa preguntar ¿Qué tipo de bachillerato fue, con o sin carrera técnica?, si termino la universidad ¿qué carrera fue?
5. ¿A los cuantos años empezó a trabajar, en qué?
6. ¿Dónde y en que ha trabajado antes de ocuparse en este taller/negocio?
7. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este taller/negocio?
8. ¿Usted en lo personal cuánto tiempo dedica a la semana trabajando en el negocio, o en actividades relacionadas con el taller?
9. ¿Qué fue lo que motivo a iniciar/trabajar en este negocio/taller?
10. ¿Además de trabajar aquí, tiene otro trabajo aparte?, si responde afirmativamente ¿cuál es?
11. ¿Cuáles son sus expectativas, sus perspectivas sobre su/el trabajo?, ¿Cómo espera verse en el mediano y largo plazo?

### **7.3. Preguntas para el patrón sobre la unidad económica**

1. ¿Qué producto fabrica principalmente?, ¿Cuánto tiempo tiene fabricándolo?
2. ¿Quién fue quien inicio este negocio/taller y en qué año comenzó a trabajar?
3. Hay muchos talleres que son a la vez casas y taller/negocio, ¿este negocio es uno de esto?, ¿desde cuándo, siempre ha sido así, le interesaría que fuera de otra manera?
4. ¿Este lugar/casa/taller es propio o rentado?
5. ¿En los últimos meses cuando trabajadores han trabajado regularmente en el taller?
6. Ubicación geográfica, datos de ubicación, calle y colonia.

#### **7.4. Preguntas para el trabajador**

1. Sexo del entrevistado, anotar observación
2. ¿Usted cuantos años tiene?
3. ¿Usted donde aprendió este oficio y a los cuantos años?, un dato sociodemográfico muy importantes que se pregunta en casi todas las entrevistas es la escolaridad me podría decir ¿Hasta dónde estudio usted?, sí termino la prepa preguntar ¿Qué tipo de bachillerato fue, con o sin carrera técnica?
4. ¿A los cuantos años empezó a trabajar, en qué?
5. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este taller/negocio?
6. ¿Dónde y en que ha trabajado antes de ocuparse en este taller/negocio?
7. ¿Qué fue lo que motivo a iniciar/trabajar en este negocio/taller?
8. Tiempo dedicado al negocio/jornada laboral (promedio)
9. ¿Además de trabajar aquí, tiene otro trabajo aparte?, sí responde afirmativamente ¿cuál es?
10. ¿Cuáles son sus expectativas, sus perspectivas sobre su/el trabajo?, ¿Cómo espera verse en el mediano y largo plazo?

#### **7.5. Preguntas para el patrón sobre estrategias de ganancia**

1. ¿A qué tipo de mercado va dirigido su producto?, local, regional, nacional, internacional
2. ¿Qué tipo de persona es la que compra este producto?, edad, sexo, nivel de exigencia de calidad, ingresos, etc.
3. ¿Qué tan seguido fabrica grandes cantidades de un solo producto, sí lo hace o no lo hace?
4. ¿Qué variedad de productos fabrican?
5. Hay muchas veces en que se usan materiales económicos para fabricar las prendas porque si no se le ganaría muy poco, ¿Qué tipo de calidad utilizan para trabajar?
6. Al producto(s) que aquí hacen, ¿le han llegado a agregar alguna novedad que otros productos parecidos no tengan, con el iteres que se venda más que otros productos?
7. ¿Con que frecuencia le hacen alguna modificación al producto para que sea más atractivo y se venda más?
8. Para asegurarse que su taller/negocio le de buenas ganancias que tanto se fija en cuanto le gana a cada prenda/producto, porque yo me he fijado que hay patrones que no se fijan mucho en esto, como que no fuera lo más importante.

9. ¿Alguna parte del proceso del producto se fabrican se hace en otro negocio?, Si responde afirmativamente, ¿Cuál, porque y desde cuándo?
10. Hay algunos negocios, principalmente en los de gran tamaño donde hay un control muy estricto de la producción, las operaciones, cuentan el tiempo, hay mucha estandarización, en su taller/negocio ¿han usado o usan alguna de estas medidas?
11. Aunque no se usen controles formales y estrictos en un negocio, siempre hay una organización que hace al negocio funcionar, ¿para usted cuales serían las principales características de su forma de organización, por ejemplo como es la manera en la que regularmente se trabaja, un trabajador puede hacer diferentes funciones (polivalencia), o los trabajadores se especializan en una sola operación (especialización), solo se produce lo que se tiene ya asegurada su venta (line production), se está buscando siempre hacer las cosas mejor (kaizen)?
12. ¿Tienen normas establecidas para hacer alguna actividad?, ¿Cómo se dividen/reparten el trabajo, para tomar esta decisión intervienen los trabajadores?
13. ¿Cómo hace para dar a conocer su trabajo, lo que hace?, ¿para vender sus productos, comercializarlo?
14. ¿Cómo es el trato con sus clientes, existe una relación más allá del trabajo, que tanto se involucra el cliente en la fabricación del producto?
15. El tipo de maquinaria, los servicios, el espacio de trabajo influyen en el ahorro de gastos, en la calidad, en el tiempo que tarda en salir un trabajo, me interesa que me hable de ¿Qué tipo de maquinaria tienen?, ¿servicios?, ¿Cómo distribuyen y usan su espacio?, ¿Qué cambios han hecho y por qué motivo?
16. Le gustaría o le interesaría poder desarrollar su propias herramientas, ¿cree que poder hacer esto ayudarle a usted?
17. ¿Usted de donde obtuvo los recursos para poner este negocio?, préstamo familiar, crédito de algún tipo, ahorros de un trabajo anterior. ¿Actualmente tiene una entrada de dinero que no sea generada por el taller?
18. Ahora le voy a hacer unas preguntas sobre los trabajadores, ¿en el último año ha contratado trabajadores o trabajadoras?, ¿Cómo hace para contratarlos, como sabría la gente que usted ocupa a un trabajador? Y ¿Qué características debe de tener para poder trabajar aquí?
19. Hay negocios donde contratan solo mujeres o hombres para evitar cualquier tipo de problemas, o solo de un edad por lo mismo, ¿usted usa o ha usado alguna vez estas medidas u otras?, y de todos los proceso que se tienen que hacer para el producto hay alguno que solo realice alguna persona en especial?, por ejemplo en los negocios donde solo los hombres usan las cortadoras.

20. ¿Cómo están organizados los trabajadores y trabajadoras para trabajar?, las empresas grandes tienen clasificaciones muy elaboradas, en los pequeños negocios también hay una clasificación, que es más informal, que se sobreentiende implícitamente, ¿Cómo diría usted que es esa clasificación en su negocio?, si sí se reconoce su existencia, ¿cuál es el criterio para llegar a esa organización? (habilidades, fuerza física, etc.)
21. Me interesa mucho que nos cuente sobre la forma en que tienen que organizarse para que el negocio funcione, pienso que una de las cosas más impórtate son los acuerdos entre trabajadores y patrones, ¿Cómo es el acuerdo de trabajo (apalabrado, o por un contrato pequeño)?, ¿por qué le resulta mejor de esta manera? Supongo que hay veces en que el trabajo se les junta mucho y otras donde no hay, por las temporadas, pero en esos casos como le hace, ¿cuándo hay mucho trabajo los trabajadores se pueden quedar más tiempo que lo normal?, y ¿cuándo no hay que hacen los trabajadores?
22. ¿Cómo es que usted y sus trabajadores resuelven el problema e de la seguridad social?, otro aspecto muy importante de la seguridad personal es que va a pasar cuando lleguemos a la vejez, ¿usted y sus trabajadores como piensan solucionar esa situación?
23. ¿A partir de qué criterio decide el salario de sus trabajadores?, jornada, a destajo, otro. ¿Considera la antigüedad, las habilidades, u otra cosa?
24. En un negocio como en todo, hay un orden, un control, a veces una disciplina, porque si no sería un caos todo el mundo haría lo que quisiera, ¿en su negocio como logra que haya este orden y control?, con los trabajadores ha llegado a haber resistencias en algún aspecto, o llegado al conflicto, como se llega a un acuerdo para la cooperación?, ¿Hay alguna sanción, o incentivo?, ¿con los clientes, ha habido o hay ocasiones en que ellos intervengan en el proceso del producto, y lleguen a ejercer un tipo de control sobre este proceso, en calidad, forma?, por ejemplo cuando es una vestido.
25. ¿En promedio cuantas horas al día trabajan y cuantos día a la semana?, ¿Varía en las épocas de mayor o menor demanda?
26. En las empresas formales, hay la posibilidad de ascender de crecer en el trabajo, tener otro puesto más arriba, en este tipo de negocios esto es muy diferente, pero a pesar de las grandes diferencias hay formas de crecer en el trabajo, no necesariamente teniendo un puesto, sino aumentado las habilidades, haciendo nuevos trabajamos que dejen más ganancias, ¿de qué forma un trabajador o un patrón en este tipo de negocio/taller puede crecer?

27. ¿Usted qué piensa de las organizaciones como lo sindicatos, las asociaciones de productores, considera ayuden o sirvan para algo?, ¿le interesaría participar en alguna, de algún tipo?

## 8. Referencias

1. Alba, C., & Bizberg, I. (2012). *La microindustria mexicana a principios del siglo XXI*. México: El Colegio de México.
2. Ámez, Fernández. M. (1995). Estrategia. In *Diccionario de contabilidad y finanzas* (p. 95). Brosmac.
3. Arenas Zárate, Cinthia Alejandra & Orozco Macías, Liliana Kristell (2005) Análisis comparativo de estrategias de marketing aplicado al Simulador de Negocios de Carnegie Mellon. Universidad de las Américas Puebla, Cholula, Puebla, México recuperado el 24 de octubre del 2014 en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/arenas\\_z\\_ca/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_z_ca/).
4. Bizberg, Ilán (S.f.) *La fragilidad de las micro empresas en México*. México: COLMEX.
5. Castillo, J.J. (1983). *Las nuevas formas de organización del trabajo*. Revista Reis 26/84 pp. 201-202.
6. César Neffa, Julio & De la Garza Toledo, Enrique (S.f.) *Modelos Económicos, Modelo Productivo y Estrategias de Ganancia: Conceptos y Problematización*. México: CLACSO. (págs. 15 a 47).
7. Claudio L. Soriano. (2005). El 80% de las pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% no llega a los diez años. ¿por qué? | GestioPolis. Retrieved November 14, 2014, from <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/ochentapy.htm>
8. Cota Yáñez, Rosario (2012) *Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco*. México: Universidad de Guadalajara.
9. A) De la Garza, Enrique (2002) *La configuración como alternativa del concepto estándar de la teoría* en Hugo Zemelman Epistemología y Sujetos, UNAM-Plaza y Vladés, México.

- 10.B) De la Garza, Enrique (2002) *La epistemología crítica y el concepto de configuración: alternativa a la estructura y función estándar de teoría* en *Revista Mexicana de Sociología*. En línea en: <http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/articulos/configuraciones.pdf> tomado el 22 de agosto de 2014.
11. De la Garza, Enrique (1988) *Hacia una metodología de la reconstrucción*. Capítulo II: El método concreto-abstracto-concreto. Enrique de la Garza Toledo. Porrúa, México. En línea en <http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/libros/Hacia/1.htm>
12. De la Garza, E. (coord.). (2012). *La situación del trabajo en México 2012. El trabajo en crisis*. México: Plaza y Valdés, UAM-I.
13. De la Garza, Enrique (2008) ***Hacia un concepto ampliado de Trabajo*** en Trabajo, calificación e identidad, Buenos Aires, Argentina (en prensa). <file:///C:/Users/SimonPedro/Desktop/Haciaunconceptoampliado.pdf>
14. De la Garza, Enrique (1999) *Las relaciones laborales en las micro y pequeñas empresas en México*, en *Las Relaciones de Trabajo en el Siglo XXI*, Industrial Relations Research Association, Lima, Perú. <http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/capituloslibros/micropeque.pdf>
15. De la Garza, Enrique (2007) *Los Límites de la Reestructuración Productiva*, *Revista Trabajo*, Número 4, enero-junio, México.
16. De la Garza, Enrique (2010) *El Modelo Económico Neoliberal y los Límites de las Configuraciones Productivas en México*. Buenos Aires: CLACSO. (págs. 53 a 102).
17. Fernández Lorenzo, A. (2012). *Conceptos de estrategia empresarial*. Recuperado en [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf).
18. Gereffi, Gary (2000) *El tratado de libre comercio de América Latina en la transformación de la industria del vestido: ¿bendición o castigo?* Santiago de Chile: CEPAL & ECLAC.

19. Gil Paredes, Laura Cecilia (2014) *Afortunados trabajadores precarios*. Alemania: Publica.
20. Hernández Romo, Marcela A (2003) *Subjetividad y Cultura en la Toma de Decisiones Empresariales*. Tres Estudios de Caso en Aguascalientes. México: Plaza y Valdés/UAA.
21. Hernández Romo, Marcela A. & Maza Díaz, Octavio M. (2005) *La Maquila en Aguascalientes: parodia de un modelo exitoso*.
22. INEGI. (2009) *Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos: Censos Económicos 2009*. Aguascalientes: INEGI.
23. *La Reestructuración Productiva en Aguascalientes*  
[http://docencia.izt.uam.mx/mahr/libro\\_subjetividad\\_y\\_cultura/capitulo\\_3\\_subj\\_y\\_cult.pdf](http://docencia.izt.uam.mx/mahr/libro_subjetividad_y_cultura/capitulo_3_subj_y_cult.pdf).
24. Maza, O. (Coord.). (2013). *La industria textil y el comercio en Uriangato, Gto. Retos y potencialidades productivo-culturales vinculados a una economía global*. Universidad Autónoma de Aguascalientes: Congyteg y Fomix. Resultados de investigación.
25. Robles, M. Saavedra, J. Torero, M. Valdivia N. y Chacaltana (2001) *Estrategia y Racionalidad de la Pequeña Empresa*.