



La evolución del sector textil en la región centro-occidente de México: "Del taller de costura al *tianguis*"

**The evolution of the textile industry in the central-west region of Mexico:
"From the sewing shop to the *stalls*"**

**A evolução da indústria têxtil na região centro-oeste do México:
"Da oficina de costura para *afeira*"**

1

Armida Concepción GARCÍA *
Octavio Maza DÍAZ CORTÉS **

Recibido: 10.03.18

Aprobado: 10.10.18



RESUMEN

Existen en México municipios y comunidades altamente reconocidas por la calidad de su producción textil. El sector textil y la industria del vestido han dado un gran impulso a la economía capitalista del país. Su desarrollo ha sido progresivo e ininterrumpido, con una fuerte influencia global pero luchando por conservar sus particularidades y cultura. No obstante, existen datos que dan cuenta del lento transitar de economías con una amplia tradición en producción textil hacia patrones donde el *comercio* toma fuerza como la actividad predominante. Durante los ochenta, la expansión de maquiladoras textiles definió un "segundo eje económico" en regiones y comunidades que sufrían del declive de sus actividades económicas (principalmente en aquellas economías de corte agrario). Su "reorganización económica espacial" se apoyó en su momento en los rasgos y ventajas competitivas de las economías locales de cada región, creando patrones de especialización productiva, reactivando el empleo y la economía. Por décadas, el comercio y la industria se centraban en las grandes urbes. En la actualidad, la movilización de flujos de personas, mercancías y objetos de un lugar a otro facilitan el acceso de mercancías diversas, nacionales e internacionales, transformando los patrones comerciales.

Palabras clave: Sector textil, maquila, comercio, flujos de mercancías.

ABSTRACT

In Mexico, there are certain municipalities and communities that are renowned for the quality of their textile production. The textile and clothing industries have played a significant role in driving capitalist economic development in the country. Their development has been constant and

* Doctora en Estudios Socioculturales. Unidad Académica de Estudios del Desarrollo. Universidad Autónoma de Zacatecas, México. Correo electrónico: armisgarcia@gmail.com/ armisgarcia@estudiosdeldesarrollo.net

** Doctor en Estudios Laborales. Profesor investigador. Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México. Correo electrónico: octaviomazadc@gmail.com

uninterrupted, with a strong global presence, but they are struggling to maintain their particular characteristics and cultural components. However, there exists data that show economies with a longstanding tradition of textile production move slowly toward patterns where the *trade* plays the predominant, determinant role. During the 1980s, the expansion of maquiladora-origin textiles defined a “second economic axis” in regions and communities that suffered a decline in their economic activities (primarily in agrarian sectors). Their “economic domain reorganization” is based upon the traits and competitive advantages found in the local economies of each region, creating patterns of productive specialization, driving employment and the economy. For decades, the market and industry were concentrated in large urban centers. Today, the mass movement of people, products and things from one place to another leads to easier access to a diversity of national and international merchandise, transforming patterns of trade.

Keywords: Textile industry, maquila, regional trade, trade flows.

RESUMO

No México existem municípios e comunidades que são altamente reconhecidos pela qualidade de sua produção têxtil. O setor têxtil e a indústria do vestuário deram um grande impulso à economia capitalista do país. Seu desenvolvimento tem sido progressivo e ininterrupto, com uma forte influência global, mas lutando para preservar suas particularidades e cultura. No entanto, há dados que mostram o movimento lento das economias com uma ampla tradição na produção de têxteis em direção aos padrões onde o comércio toma força como a atividade predominante. Durante a década de 1980, a expansão das maquiladoras têxteis definiu um "segundo eixo econômico" em regiões e comunidades que sofreram o declínio de suas atividades econômicas (principalmente nas economias agrícolas). Sua "reorganização econômica espacial" baseou-se nas características e vantagens competitivas das economias locais de cada região, criando padrões de especialização produtiva, reativando o emprego e a economia. Durante décadas, o comércio e a indústria se concentraram em grandes cidades. Atualmente, a mobilização de fluxos de pessoas, bens e objetos de um lugar para outro facilita o acesso de diversos bens nacionais e internacionais, transformando os padrões comerciais.

Palavras chave: setor têxtil, maquila, comércio, fluxos de mercadorias.

SUMARIO

Introducción. 1. El sector textil en México. 2. La industria de la maquila en México. 3. Modelos de organización productiva y comercial: localidades textiles y centros de comercio en México. 4. Morolón e Uriangato: municipios de tradición en México. 5. Chiconcuac: Entre la tradición y la renovación. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Introducción.

México cuenta con cientos de espacios comerciales destinados a la producción y comercialización de millones de mercancías textiles. Los productos que ofrecen estos centros son una muestra de la infinita posibilidad de opciones para comprar y vender. Una de sus características es la de ofrecer un “comercio combinado”, caracterizado por la existencia de una fuerte disputa por la fabricación, distribución y venta de productos mexicanos sumando además miles de mercancías textiles de origen extranjero (García, 2016). Las características socioeconómicas que los distinguen, representan condiciones particulares de producción, acceso y comercialización para miles de agentes que se movilizan dentro de los mismos. Los fabricantes, productores y distribuidores inmersos, juegan un papel primordial como proveedores de mercancías, incluyendo aquellos productos económicos para los segmentos “más pobres de la población urbana” (Salas, 2003).

El sector textil ha dado un gran impulso a la economía capitalista del país. Es uno de los rubros más productivos desde hace varias generaciones por impulsar la generación de empleos, los ingresos derivados de la exportación de productos y su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) a nivel nacional. Su devenir histórico ha estado completamente ligado a políticas gubernamentales, procesos sociales de lucha, programas de apoyo de inversión extranjera, acuerdos de libre comercio internacionales y a la inestable situación económica. Es una industria con una particular tradición de crecimiento y desarrollo, influenciada por los aspectos políticos y sociodemográficos específicos de la región en la que se desarrolla, pero además de las economías y productos globales.

La emergencia de cadenas de comercio que permiten la distribución y comercialización de productos textiles nacionales y globales, han creado cambios en los patrones socioeconómicos de ciertas regiones mexicanas que se han distinguido por su amplia tradición en producción textil. El desarrollo de nuevos centros de distribución y comercio de mercancías variadas, crean nuevas realidades de análisis. Con el objetivo de entender esas transformaciones y comprender la estructura de una actividad comercial delimitada, se partió de una investigación que recurrió a la etnografía multisituada como método de análisis, por su propuesta para describir los procesos socioculturales y el sistema político económico que se desarrolla más allá de los límites locales, regionales y nacionales. Utilizar esta herramienta metodológica permitió entender procesos comerciales donde el acceso a la información *clave* es uno de los principales retos para la obtención de datos. Sin embargo, el análisis de estadísticas presentadas en los censos socioeconómicos realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (por sus siglas INEGI), permitió ampliar el panorama de investigación.

1. El sector textil en México

Por ser de las primeras actividades económicas, la historia de este sector nos permite entender los primeros indicios de acumulación capitalista que marcaron el despegue de la industria. El proceso de “génesis” del capitalismo en el país, puede ser observado a través de su crecimiento y desarrollo (Arroyo y Cárcamo, 2010: 53). Para mediados del Siglo XIX el trabajo en la industria textil era manual y artesanal, bajo el cuidado principal de “manos femeninas”, que dieron empuje y realce al trabajar eficientemente en fábricas textiles y de confección, además de talleres domésticos. En la misma época, se establecieron las primeras fábricas textiles con una marcada estructura de corte artesanal en sus procesos. El capital en su mayoría provenía de inversiones extranjeras, mismas que aprovecharon los bajos costos de producción existentes (Arroyo y Cárcamo, 2010). Parte de las estrategias implementadas por los inversores fue la introducción del pago de hora o destajo² que dejó desprotegidos a muchos de los obreros textiles, quienes realizaban complejos procesos³. Las políticas gubernamentales se encargaron de impulsar una economía de corte capitalista construyendo innumerables obras de inversión, además de incrementar el control sobre sectores básicos, factores que impactaron de forma negativa a la industria. La coyuntura de los elementos mencionados, surgió en un momento histórico marcado por la ausencia de instituciones que regularan el conflicto social. Estas condiciones evidenciaron al país como una nación con una economía en tránsito y en la búsqueda de una plena estructuración social y política (Gutiérrez, 2000). No obstante de contar con una amplia historia y tradición textil que se remonta a sus antecedentes prehispánicos, no fue sino hasta las primeras décadas del siglo XX que se reconoce su importancia industrial.

Durante los años setenta que la economía fue impulsada por incentivos fiscales a la industria privada, especialmente a la industria manufacturera, gracias a lo cual se pudo observar un notable crecimiento anual y un incremento en la tasa de empleo promedio. A pesar de *supuesta* bonanza económica, el sector presentaba serias deficiencias: empleaba operarios poco calificados, otorgaba

² En el contrato de trabajo por destajo, se acuerda pagar un determinado valor por cada unidad producida. En teoría este sistema mejora la productividad del trabajador y a la vez, la empresa racionaliza los gastos laborales ya que sólo paga por lo que el trabajador produzca realmente.

³ Destaca el proceso para la obtención del “hilo de algodón” (de gran demanda para elaboración de múltiples productos y prendas de vestir) (Gutiérrez, 2000).

salarios poco competitivos en relación a otros sectores industriales y sufría de altas tasas de rotación (Arroyo y Cárcamo, 2010). Para inicios de los ochenta, México decidió renunciar al proceso de “sustitución de importaciones”, modelo que había mantenido por más de cuarenta años (Gereffi, 2000). La nueva apertura comercial permitió que la industria textil incrementará sus exportaciones y empleos, el acceso a procesos tecnológicos y sistemas de organización internacionales. No obstante, enfrentaría a partir de esta época profundas dificultades implícitas. En mayor medida, una fuerte competencia de productos de origen estadounidense resultado de la liberación de cuotas y aranceles (Simón, 2004). Fuertes descensos en la producción durante este periodo coincidieron históricamente con la introducción del modelo económico neoliberal. El comercio internacional del sector textil y del vestido estuvo controlado bajo regímenes especiales⁴, que permitieron a Estados Unidos y algunos países de la Unión Europea, negociar o imponer cuotas contra las importaciones textiles y las prendas de vestir provenientes de países en desarrollo. Como resultado de estas condiciones, en los noventa la producción textil inició con un proceso de integración hacia “cadenas globales de manufactura”, compuestas principalmente por minoristas, fabricantes de marcas reconocidas y comercializadoras estadounidenses (Rivera-Ríos, 2004). Paradójicamente, en ese mismo periodo las exportaciones mexicanas que mostraron un alto dinamismo fueron las desarrolladas en el mercado interno, como las confecciones de punto y tejido plano en la región del Bajío; especialmente las prendas fabricadas en las ciudades y municipios de los estados de Guanajuato y Jalisco.

2. La industria de la maquila en México

Durante los ochenta y noventa se establecieron múltiples empresas dedicadas al ensamble de prendas de vestir (conocidas también como maquiladoras) usando insumos de Estados Unidos, aumentando la cantidad de divisas provenientes de esta actividad. En sus inicios, las empresas maquiladoras fueron ubicadas estratégicamente cerca de la frontera norte del país, lo que redujo costes de logística, facilitando el acceso al mercado estadounidense (Huerta-González, 2007). Con los años, la industria maquiladora en México ha pasado por un proceso de “reorganización espacial” generado por la movilidad del capital y la reorganización del trabajo. Durante los noventa se extendió la instalación de maquiladoras fuera del perímetro de la frontera norte de México, “movilizadas” por la modificación de los programas exportadores gubernamentales. Esto permitió que las industrias se instalaran en diversas zonas geográficas (ciudades medias urbanas del noreste y norte del país), donde existieran ventajas competitivas salariales o de infraestructura industrial. Otras maquiladoras se emplazaron en comunidades rurales relativamente pequeñas, lo que propició un “segundo eje” económico en regiones que sufrían del declive de sus principales actividades de subsistencia; principalmente en comunidades que dependían en su mayoría de una economía de corte agrario. La llegada de este tipo de industria, se percibió como una “oportunidad para el desarrollo y una estrategia viable para la reactivación del empleo local” lo que propició patrones particulares de especialización productiva (Martínez de la O, 2006: 102). La importancia de la industria de la maquila se incrementó ante la posibilidad de “producir y vender su producción en el mercado doméstico, aprovechar la mano de obra barata y paquetes de estímulos fiscales ofrecidos por los gobiernos locales” (ídem).

Al proliferar las maquilas, se detonaron toda una serie de fenómenos socioeconómicos en las regiones en las que se fueron asentando. Surgieron plantas clandestinas que operan bajo esquemas de submaquila con trabajo flexible, trabajo a domicilio, alta migración de las zonas rurales con la consecuente expansión territorial de las zonas urbanas, comercio informal, degradación del tejido social. La industria tuvo que lidiar además, con una serie de problemas comunes independientes de la zona geográfica de ubicación, tales como bajos salarios, la escasa integración con la industria local y nacional, la vulnerabilidad del empleo ante los ciclos económicos (influenciados principalmente por

⁴ Como el “acuerdo del algodón” (1961-1973), así como el “acuerdo multifibras” (1974 a 1994) (Simón, 2004). El objetivo principal de estos acuerdos era proteger durante cuatro años a las industrias nacionales de los países importadores de textiles y del vestuario, mediante la imposición de cuotas. Sin embargo, se extendió su vigencia en cuatro ocasiones más hasta 1994 debido a posiciones proteccionistas de los países.

las fluctuaciones financieras de E.U.A.) y la creciente flexibilidad en el uso de la fuerza de trabajo (Martínez de la O., 2006).

Como las maquilas en la frontera norte, las que se establecieron en la zona conocida como *la Laguna*⁵ se expandieron gracias a la liberación del comercio internacional textil y del vestido, pero estableciendo además, relaciones con marcas estadounidenses por su experiencia, capital y capacidades para coordinarse con productores textiles y fabricantes de insumos complementarios. Para muestra un botón: la ciudad de Torreón en el centro de la región Lagunera, llegó a identificarse como la “Nueva Capital Mundial de los Blue Jeans” (Arroyo y Cárcamo, 2010: 63). Actualmente esta área es sumamente reconocida por su alta producción y comercialización de mezclilla.

Pese a los avances en producción, lo que se conoce como “paquete completo” no se extendió a todas las empresas del sector textil debido a la incapacidad de integrar “cadenas productivas completas” (Gereffi, 2001). En su mayoría las empresas que integran el sector siguen trabajando con baja tecnología, mano de obra poco calificada, deficientes habilidades de diseño y rudimentaria administración. A partir de la literatura revisada e investigaciones sobre producción textil, los factores claves que impiden una adecuada integración de una cadena completa textil-vestido en el país serían los siguientes:

- a. Limitada capacidad financiera de las empresas textiles mexicanas, lo que lleva a la *dependencia* de materiales y textiles de importación de bajo costo.
- b. Poca capacidad de *comercialización y distribución* de prendas de vestir fabricadas en el país. Estas actividades son aprovechadas por productos de empresas extranjeras con cadenas de comercialización eficientes (y globales).
- c. Falta de desarrollo tecnológico. *Obsolescencia tecnológica* con la consecuente importación de maquinaria textil y aumento de costos.
- d. Carencia de esfuerzos concretos para mejorar las capacidades de las empresas o para la integración de una eficiente cadena textil-vestido⁶.
- e. Bajos costos de mano de obra⁷.
- f. Bajos costos de logística⁸.
- g. Contrabando y comercialización de prendas de vestir de *baja calidad* y precio, provenientes de EUA y el continente asiático⁹.

En este escenario, es probable que México conserve una combinación de plantas maquiladoras vinculadas a fabricantes de marcas estadounidenses y una nueva serie de productores de paquete completo vinculados a comercializadoras y tiendas de menudeo de marcas exclusivas y/o reconocidas. En medida que se comience a disponer de mayor cantidad de los insumos necesarios para producir prendas de vestir, “los insumos extranjeros dejarán de ser necesarios y las tradicionales maquiladoras serán reemplazadas por fábricas con mayor integración vertical o por conglomerados de empresas conexas que compitan mediante cadenas localizadas, como los fabricantes de pantalones vaqueros de Torreón”(Gereffi, 2000). Con ciertos periodos de bonanza, para las empresas mexicanas de producción textil las condiciones no han sido del todo favorables. Las oportunidades creadas por los mercados globales y las redes productivas de valorización y la introducción de modelos de producción

⁵ Dicha región comprende los estados de Durango y Coahuila, México.

⁶ Aún y cuando México ha logrado superar el *simple* ensamblaje, “todavía no ha logrado alcanzar con éxito el sistema de ensamblaje completo propio de las empresas asiáticas”(Gereffi, 2001:32).

⁷ Para los economistas esto era considerado como una ventaja competitiva. En la actualidad, países como China, Honduras, India y Brasil, tienen mano de obra más económica y considerada esclava por sus condiciones extremas de trabajo a destajo.

⁸ Los bajos costos en logística, son una ventaja competitiva para las microempresas. No obstante, esta podría perderse por la creciente inseguridad en las principales vías de comunicación de México.

⁹ Como en otros países, la constante presencia de artículos asiáticos, es un tema de mucha controversia y análisis. La producción textil en México se ha visto seriamente afectada por la competitividad del comercio internacional de sus productos. Estos países, ingresan toneladas de mercancías a través de métodos legales e ilegales (García, 2016).

flexible, no han sido una ventaja aprovechable para la industria (Gereffi, 2000; Huerta-González, 2007; Martínez de la O., 2006).

3. Modelos de organización productiva y comercial: localidades textiles y centros de comercio en México

La República Mexicana cuenta con entidades y espacios que han logrado un notable crecimiento económico gracias a la fabricación textil, pero también cuenta con cientos de centros de comercio especializado. Con sus maquilas, fábricas y negocios, estos espacios se han constituido bajo estrategias de organización, producción y comercialización capaces de dinamizar el desarrollo rural¹⁰ transformando el panorama económico (Gortari y Santos, 2010; Martínez de la O., 2006). En la elaboración, abasto y comercialización de productos, se establecen diversas cadenas y formas comerciales entre productores, mayoristas, agentes comerciales y comerciantes, en diversas formas y escalas (Bayona, 2011). La concentración productiva y comercial de empresas del ramo textil favorece el establecimiento de redes y flujos que “permiten ganar fuerza a empresas pequeñas, obtener beneficios en precios y acercarse a nuevos productos” (Pintaudi, 1997). Son una opción de desarrollo y subsistencia para un notable número de comerciantes y fabricantes que han logrado incrementar su capital, la productividad de sus negocios y la generación de nuevos mercados y empleos, en condiciones socioeconómicas y culturales que amplían las nociones e interrogantes sobre las estrategias que utilizan los sujetos sociales para subsistir (García, 2016).

Las localidades y/o comunidades mexicanas “textiles” se han distinguido gracias a la producción y calidad de sus prendas, pero también por ofrecer productos nacionales y de origen extranjero, en una dinámica comercial y productiva que combina actividades formales y estrategias informales, con una “tendencia” a la especialización de sus actividades productivas y comerciales. Algunos ejemplos serían los municipios de Moroleón y Uriangato¹¹ en el estado de Guanajuato que se caracterizan por contar con pequeñas fábricas textiles que elaboran prendas de vestir y tejidos de “buena calidad” (Vangstrup, 1995). Conocido por su especialización hacia la industria del vestido, el municipio de Villa Hidalgo (ubicado en los Altos de Jalisco) cuenta con una dinámica productiva y comercial similar al ejemplo de Moroleón (García-Macías, 2013; Gil-Paredes, 2014). El municipio de San Miguel Chinconcuac en el Estado de México, comercializa prendas de vestir a precios económicos y calidad variada (Pérez Lizaur y Zamora, 2006). Los tianguis de Tepeaca y San Martín Texmelucan, se han convertido en los principales centros de distribución de manufacturas textiles de la región de Puebla-Tlaxcala y sureste del país (Montiel, 2014: 35). El municipio de Zapotlanejo en Guadalajara, cuenta con un importante número de fábricas familiares textiles, y es considerado uno de los centros comercializadores de ropa más importantes de la región noroeste y norte del país (Cota, 2012). La ciudad de México, se distingue por el acceso a los diferentes centros comerciales y tianguis de esta metrópoli, con mercancías entre las que se encuentran ropa, bisutería y accesorios simples, productos de temporada y “fayuca”¹² (Alarcón, 2008; Montiel, 2014; Parra, 2012). Para Arias (1997) la especialización productiva de cada zona, crea vínculos con espacios distantes que necesitan de lo que se produce y ofrece. Estas localidades no son los únicos mercados comerciales y textiles en México, pero coinciden en muchos de sus aspectos de origen y funcionamiento.

La forma en como han respondido a las constantes crisis económicas, como se han organizado para alcanzar sus fines productivos, su relación con cadenas regionales, nacionales e internacionales de producción y consumo, así como los límites y alcances del desarrollo de sus unidades de producción, han sido la interrogante de numerosas investigaciones (García-Macías, 2013; Pérez Lizaur y Zamora, 2006; Sá, 2011; Sandoval, 2012). La coincidencia en un área geográfica de sistemas de

¹⁰ En localidades donde la agricultura ha dejado de ser la única opción de generación de empleo e ingresos.

¹¹ Ambos municipios forman parte de la zona metropolitana de Moroleón-Uriangato.

¹² Se denominaba como “fayuca” a aquellos productos provenientes de Estados Unidos vendidos directamente en mercados de México; estos artículos no pagaban impuestos ni contaban con una garantía válida. En la actualidad todavía se utiliza *esta* palabra para nombrar cierta mercancía ilegal llegada al país.

producción similares no se traduce en una simple concentración territorial, sino además, a la pertenencia a una comunidad que comparte un mismo conjunto de pautas y valores socioculturales, e historia en común (Cota, 2012: 32). En algunas de estas localidades textiles, su rápida transformación de lo rural a lo urbano, así como un desarrollo enraizado en valores y costumbres regionales han propiciado “el florecimiento de pequeñas unidades productivas familiares en las que las redes y la utilización del capital social tejen una cultura empresarial e identidad productiva con características únicas” (Maza y Lazcano, 2015). Son ejemplos de la existencia de procesos de industrialización atípicos, de producción flexible (propia de los denominados distritos industriales)¹³, fuerte presencia de empleo y mano de obra familiar, trabajo precario, estrategias de evasión tributaria, falta de seguridad laboral, la presencia de trabajo femenino y mano de obra joven, así como una estructura ocupacional especializada, que rompe con el modelo del trabajo asalariado (García-Macias, 2013). Estas localidades reúnen empresas, empresarios, formas de producir y comercializar que entrelazan actividades formales con estrategias informales; su constitución socioeconómica abre nuevas interrogantes sobre los modelos productivos que han surgido, las nuevas formas capitalistas de acumulación y las dinámicas sociales que surgen en esta relación. Así, han sido descritas como enclaves, clústers (Ramírez-Pasillas, 2007), circuitos comerciales, sistemas locales de producción (Grossetti, 2004) o aglomeraciones industriales. Su desarrollo teórico remite además al concepto acuñado por Alfred Marshall de “Distritos Industriales”, retomado en los años setenta por Becattini (2002): “una entidad socio-territorial que se caracteriza por la presencia activa tanto de una comunidad de personas, como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada. En el distrito, la comunidad y las empresas tienden a fundirse”. En la discusión teórica surge el término *polos de confección*, definido como: “un aglomerado de actividades productivas, comerciales y de servicios cuya característica principal es la especialización en la manufactura textil. Con una amplia producción de prendas de vestir y un notable crecimiento logístico y de soporte, un *polo* incorpora un conjunto variado de productos, una diversidad de actividades que se complementan en una relación entre producción y comercialización, así como de actividades y dinámicas formales e informales” (Véras de Oliveira y Santana, 2013). Gracias a su capacidad de producción, se dan lugar intensos intercambios materiales y simbólicos entre agentes en sus propios espacios de articulación: los tianguis¹⁴, que forman parte de una intrincada dinámica de producción-comercialización, prácticas sociales y mercantiles peculiares, con un carácter complejo de los procesos que asocian y articulan sus dinámicas constitutivas y en los cuales surgen nuevas conformaciones socioeconómicas y culturales¹⁵. La constitución geográfica de un tianguis y/o mercado, permite una mayor conectividad entre ciudades, pueblos y comunidades (Montiel, 2014).

Las formas de producción precarias y flexibles, la existencia de distritos de producción y comercialización en México que combinan emprendimientos formales e informalidad, el surgimiento de tendencias socioeconómicas que se caracterizan por el dominio de la organización productiva de la pequeña empresa, la cual privilegia el trabajo autónomo y la independencia (Arias, 1988, 2002; Martínez de Ita, Sánchez Daza, y Ríos, 2005), han dominado el pensamiento y las discusiones teóricas por bastante tiempo. Las características de los espacios productivos en el caso mexicano, la

¹³ Término establecido por Alfred Marshall que distingue a un “Distrito” como una organización industrial en la que prima la competencia, la emulación y la cooperación entre las pequeñas y medianas empresas que la conforman. Son concentraciones de sectores especializados en una localidad específica (Venacio, 2010:5).

¹⁴ Un tianguis es el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, artesanos y comerciantes especializados que aseguran el intercambio entre regiones. En Brasil, un lugar de *feira* (que también podríamos definir como tianguis), tiene una doble función mercadológica: la primera, de salida de producción local (textil) llevada en cantidades considerables a otros lugares para su reventa; la segunda, revender para la región productos de diversos tipos. Al mismo tiempo se puede observar un conjunto de costumbres y prácticas sociales y mercantiles, peculiares en este tipo de comercio (Sá, 2011).

¹⁵ Como las condiciones formal e informal, condiciones de producción y de comercialización, espacios rural e urbano (Véras de Oliveira y Santana, 2013).

especialización productiva basada en pequeñas y medianas empresas, y el éxito relativo en cuanto al desempeño económico de las poblaciones, no se encuentran constituidas con un distrito industrial “típico”, sino más bien pueden entenderse como localidades atípicas, con configuraciones y especificidades únicas (García-Macías, 2013; García-Macías y Maza, 2013). La presencia de fenómenos cuyas combinaciones dan cuenta de nuevas y complejas realidades duales: formalidad/informalidad, alta tecnología/prácticas artesanales, moda/tradición, exportación/mercado local, marcas originales/creación de nuevas marcas, espacios productivos/espacios reproductivos, son patrones de estructuración diferentes en los que el capitalismo ha sabido permanecer, transformarse y combinarse.

En las últimas décadas la producción a nivel mundial “ha experimentado transformaciones que las teorías de desarrollo industrial no han sido capaces de explicar adecuadamente” (Vangstrup, 1995: 105). Los estudios guiados en los aspectos inherentes de las localidades, no profundizan en las conexiones que existen entre estos lugares y los sujetos (Seele, 1983 citado en Montiel, 2014), así como las formas y/o estrategias que surgen para dinamizar la producción y la comercialización. Cada uno de los centros de comercio, con sus semejanzas y particularidades, son reflejo de una dinámica peculiar de producción y comercio. La importancia de estudiar sus procesos de integración y funcionamiento radica en que se encuentran incrustados en dinámicas económicas, sociales, políticas y culturales que marcan las características y recorridos del sector textil en nuestro país.

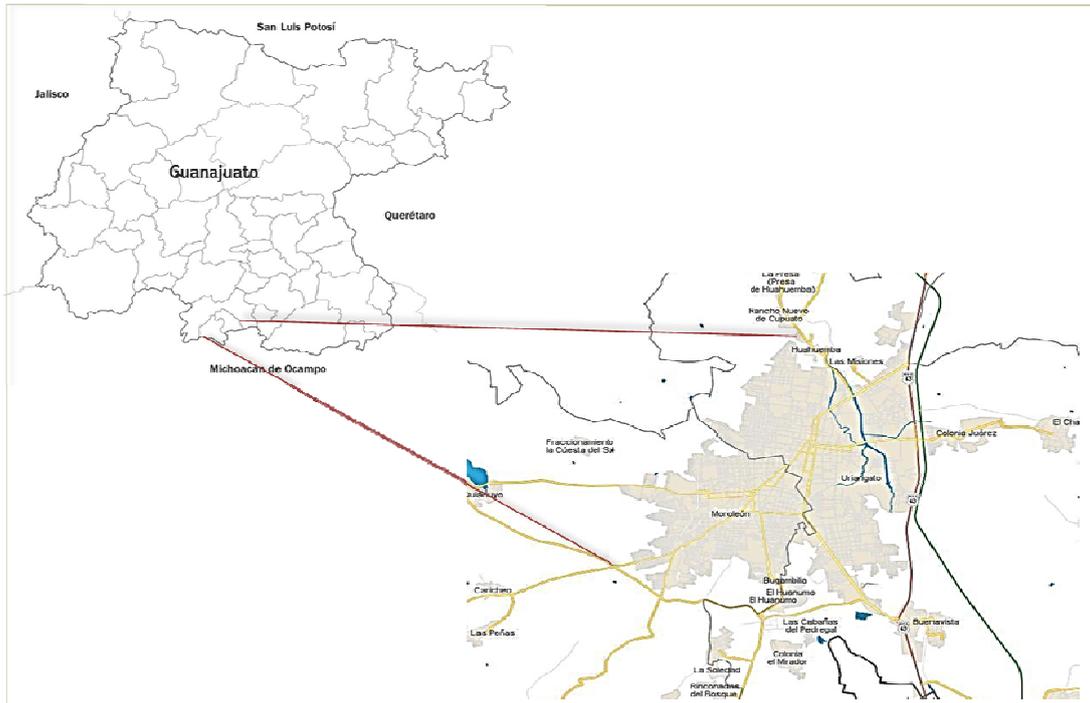
4. Moroleón e Uriangato: municipios de tradición en México.

Situado sobre un eje industrial, el Estado de Guanajuato es heredero de una larga tradición minera y manufacturera. Posee una posición geoeconómica de importancia: alrededor del 70% de su población radica en un radio de 400 kilómetros y cuenta con una densa red carretera que permite el acceso y tránsito de personas de todas las regiones del país (INEGI, 2014). La mayor parte de su población urbana y la producción manufacturera, se concentra en el corredor industrial Celaya-León, conformado por una sucesión de centros urbanos cuyas especializaciones productivas cuentan con una arraigada tradición (Estrada, 2007).

Los municipios Moroleón y Uriangato se localizan en la Región Suroeste de México, en la zona denominada como “Bajío”. Desde la época colonial, se convirtió en el área más dinámica y rica de las regiones novohispanas. Su producción textil se remonta a los orígenes coloniales con la fabricación de los conocidos “rebozos”, prendas típicas utilizadas por las mujeres que se tejían en telares tradicionales y artesanales. Actualmente, ambas localidades albergan un importante corredor industrial dedicado a la producción y el comercio textil. Uriangato, Moroleón¹⁶ así como el vecino municipio de Yuriria, conforman una “zona metropolitana” por su interrelación social, productiva y económica (Maza y Lazcano, 2015). Ambos municipios son aglomeraciones productivas y de venta *in situ*, que gracias a su rápida adaptación a los cambios en la moda y su orientación a un mercado eminentemente popular, atraen a miles de compradores durante todo el año (García-Macías, 2013). En los años ochenta se convirtieron en el principal centro de producción de suéter de la república mexicana y un reconocido espacio de comercialización textil.

¹⁶ La separación municipal se hizo necesaria dado los conflictos que siempre han existido sobre disputas económicas y políticas entre ambas poblaciones (Vangstrup, 1995).

Mapa 1. Municipios de Moroleón e Uriangato. Distribución territorial



Fuente: Elaboración propia basada en INEGI. Marco geostatístico municipal, 2005

Gozan de una ubicación estratégica que les permite tener una mayor conectividad y comunicación con otras regiones del país. Aunque ambos municipios desarrollaron una importante economía agrícola en sus inicios, la alta concentración de empresas dedicadas a la industria del vestido los convirtió en centro importante de la industria de Guanajuato. La gran cantidad de pequeñas y medianas fábricas, ofertan sus productos a través de más de 4,000 establecimientos a lo largo de un corredor comercial de más de 4 kilómetros lineales donde se pueden encontrar una enorme variedad de prendas de vestir. Su unión geográfica, potencializa el comercio en la región. Por su importancia, ambas localidades han sido estudiadas especialmente a partir de descripciones y análisis economicistas, así como de esfuerzos por encontrar correspondencia con los modelos de especialización flexible (García-Macías, 2013).

Uno de los estudios pioneros en el área fue realizado por Vangstrup (1995), quien puso en discusión las teorías que afirmaban “que la industria moderna solo podría localizarse en las grandes urbes, y que la tecnología era *solo* privilegio de ella”. Este municipio puso en discusión dichas teorías, al desarrollar una eficiente industria a pequeña escala basada en el taller familiar de confección de ropa, suéteres y calzado. En la actualidad cuenta con amplio prestigio por ofrecer gran variedad de ropa a precios accesibles, lo que atrae a comerciantes mayoristas y clientes de menudeo. El comercio, sin duda ha sido decisivo para vender los productos de los talleres y mantiene un papel clave en la economía moroleonesa. Visitantes de todo el país viajan largas jornadas para realizar compras en su zona comercial (eje de la economía del municipio), la cual comprende aproximadamente 100 metros de longitud entre las avenidas Colón y Peatonal, donde se oferta una amplia producción en tejidos, suéter, colchas, ropa para bebe, ropa deportiva, ropa casual, tejido de punto y plano, entre otros productos. En el año de 1995 se calculaban 1,200 talleres, lo que tradujo en un taller de confección por cada 39 pobladores (Vangstrup, 1995). Por tal razón, llegó a autodenominarse como “la tienda de ropa más grande de México”.

Tabla 1. Unidades Económicas y Personal Ocupado en sectores y ramas seleccionados de los municipios de Uriangato y Moroleón

	Localidad							
	Uriangato				Moroleón			
	2009		2014		2009		2014	
	UE	PO	UE	PO	UE	PO	UE	PO
Unidades Económicas y Personal Ocupado Totales	4.448	12.116	4.835	12.057	4.710	13.988	5.522	13.066
Unidades Industria Manufacturera	965	3.052	972	2.827	1.201	4.558	1.431	4.245
Fabricación de insumos y productos textiles, prendas de vestir (1)	617	2.229	543	1.961	904	3.772	1.013	3.345
Proporción del total de la Industria Manufacturera	63,94	73,03	55,86	69,37	75,27	82,76	70,79	78,80
Comercio (mayor y menor)	2.403	6.147	2.550	6.129	2.198	5.731	2.423	4.927
Comercio de productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado	1.218	2.674	1.199	2.226	906	2.245	1.005	2.002
Porcentaje del total del comercio	50,69	43,50	47,02	36,32	41,22	39,17	41,48	40,63
IM y Comercio relacionado a la Industria del vestido	1.835	4.903	1.742	4.187	1.810	6.017	2.018	5.347
Proporción sobre los totales	41,25	40,47	36,03	34,73	38,43	43,02	36,54	40,92

Fuente: INEGI, Censos económicos (2009, 2014), García-Macias (2013)

(1) Este apartado incluye los subsectores 313: Fabricación de insumos y acabados textiles; 314: Fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir; 315 Fabricación de prendas de vestir.

El total de UE no incluye un determinado número de empresas que en la desagregación por subsectores el INEGI considera confidencial.

Durante gran parte del siglo XX el comercio textil se concentró en el vecino municipio de Moroleón; sin embargo, desde la década de 1990 el comercio ha buscado ampliarse hacia Uriangato. Según cifras del Censo económicos (INEGI, 2014), un importante 70.79% de la industria del municipio de Moroleón se dedica a la fabricación de insumos y productos textiles, y prendas de vestir contra un 55.86% del municipio hermano. Este último, es más comercial (aunque en una baja proporción), ya que el 47.02% del comercio se dedica a la comercialización de productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado, contra un 41.48% de Moroleón. Podríamos distinguir que pese a su cercanía geográfica y similitudes socioeconómicas, no sería aventurado afirmar que en el municipio de Moroleón se maquila y en Uriangato, se vende. Del 2009 al 2014 se puede observar una disminución en Uriangato del 12% de unidades dedicadas a la fabricación de insumos y productos, entre ambos periodos. Moroleón, tuvo un crecimiento de 230 unidades manufactureras, lo que representa un crecimiento del 19.15%. Específicamente en la manufactura de prendas de vestir, hubo un incremento del 12.05% en relación al periodo anterior. En cuanto a comercio de productos textiles, el incremento de unidades fue el 10.92%, al sumarse 99 negocios comerciales. El 36.03% de las unidades económicas del municipio de Uriangato se dedican a la manufactura y comercio de prendas de vestir y concentran el 34.73% de la población ocupada. Aunque Moroleón concentra más unidades dedicadas a la manufactura, los números finales son similares. El municipio cuenta con un 36.54% de las unidades dedicadas al rubro de fabricación y comercio, con un 40.92% de población ocupada. Con porcentajes similares, los números representan lo que se percibe en sus calles y centros de comercio: la disputa de ambas localidades por la fabricación y comercialización textil. Es su actividad central y lo que las distingue. Cabe señalar que las cifras antes mostradas, no incluye información sobre el sector informal, lo que es una significativa carencia de información de entidades productivas y comerciales no registradas o el porcentaje de informalidad en actividades comerciales. Es pertinente es este punto, reparar que nos remitimos especialmente a datos que nos muestren la constitución de los estos municipios en cuanto a su capacidad como espacios comerciales, más que a sus sistemas de producción o niveles productivos. En cuanto al segundo aspecto, existen sólidos trabajos de

investigación que han dado cuenta de las características productivas de ambas localidades (García-Macías, 2013; García-Macías y Maza, 2013; Maza y Lazcano, 2015; Vangstrup, 1995).

5. Chiconcuac: Entre la tradición y la renovación.

San Miguel Chiconcuac (hoy denominado Chiconcuac de Juárez), es la cabecera del municipio del mismo nombre situada en el Estado de México. Es una localidad pequeña ubicada a 30 kilómetros del noreste del Distrito Federal, en el área conocida como “el Valle de Texcoco”. Su superficie es de tan solo 6.94 Km². Hasta los años veinte, este pequeño pueblo tuvo una población mayormente indígena. Su historia comercial inició con su fama como localidad artesanal y sus suéteres de lana tejidos a mano, conocidos en México y el mundo. Como Chiconcuac, las comunidades del Valle de Texcoco han transitado de una economía agrícola a una basada en ingresos en efectivo. La pérdida de la agricultura como una actividad económica viable para las familias del campo y su reemplazo por nuevas formas de trabajo y empleo dentro y fuera de la región, representó un gran cambio para la comunidad (Arias, 2011). El caso de este municipio es muy representativo; reorientó con éxito su actividad productiva tradicional y ha redefinido su mercado regional de trabajo. Del tejido de cobijas de lana y suéteres de acrilán¹⁷ dio paso a una actividad que se consideró mucho más lucrativa y expansiva: la confección a menor costo de prendas de vestir que fácilmente puedan ser trasladadas a diferentes y alejados mercados. La aparición de un gran mercado de gente de escasos recursos con demanda de ropa económica, fue aprovechada con éxito por los fabricantes (Pérez-Lizaur y Zamora, 2010). Una gran proporción de los negocios de este municipio, son de estructura familiar organizada con base en el modelo de familia culturalmente reconocido: “el mesoamericano” (Robichaux, 2002), buscando responder a las oportunidades del socioeconómicas del entorno. Sus negocios conforman una especie particular, vulnerable, pero productiva y flexible de la “empresa familiar”. La actividad manufacturera fue inseparable del desarrollo, casi infinito, del comercio de prendas de vestir. Ambas actividades han tejido una “red económica regional” basada en la proliferación de talleres de fabricación y maquila de ropa en muchas comunidades rurales, talleres que utilizan mano de obra familiar en los solares domésticos (Arias, 2011).

La fabricación y la venta de ropa han ampliado el mercado de trabajo en la manufactura y el comercio. Para los años setenta, al incrementarse el comercio, se estableció el tradicional tianguis comercial (que opera hasta la fecha). Con su crecimiento se organiza un horario nocturno de abasto de ropa barata para los mayoristas, especialmente de mujer; pero al mismo tiempo y durante el día, se consolida un mercado minorista y accesible para la población de escasos recursos (Pérez Lizaur y Zamora, 2006). El ingenio de sus empresarios-comerciantes no se ha limitado a aprovechar las oportunidades, sino también el conocimiento que tienen de los gustos y necesidades de los consumidores (Pérez-Lizaur y Zamora, 2010:137). Para el 2006, la mercancía predominante eran las blusas para mujer, unitalla¹⁸ y de material sintético de moda, aunque también se ofrecen vestidos de niña, ropa de bebé, ropa deportiva, camisetas con serigrafía, camiones, lencería, jeans y faldas de mezclilla, pantalones de hombre y de mujer, suéteres, abrigos, chamarras de acrilán. Muchos de los productos elaborados, son imitaciones de marcas famosas. En la dinámica del tianguis, existen vendedores que ofrecen sus mercancías transitando por sus pasillos caóticos como “ambulantes”, lo cual representa una importante competencia para los que cuentan con un local fijo.

¹⁷ En sus inicios como mercado comercial, muchos de sus compradores eran turistas nacionales y extranjeros que aprovechaban el recorrido por Teotihuacán y llegaban a Chiconcuac a comprar artesanías, además de adquirir su famoso “suéter-chamarra”: prenda tejida a mano que no tenía botones, sino que se cruzaba al frente y se amarraba con un cinto de mismo material. Estos generalmente eran blancos o con dibujos de lana color café en medio. Muy populares en la época, por ser utilizados en programas de televisión en Estados Unidos (Pérez Lizaur y Zamora, 2006: 124).

¹⁸ Unitalla es una medida única de prendas de vestir. La tela de las prendas, normalmente es flexible y se estira logrando ajustarse a los diferentes tipos de medidas, aunque generalmente su uso es para personas de talla chica o mediana.

Junto con la invasión de las calles, el crecimiento de puestos y plazas comerciales, creció la fama del tianguis como lugar de compra de ropa barata (Pérez Lizaur y Zamora, 2006, p. 129). Aunque la historia de este municipio destaca en sus inicios su importancia como un centro de fabricación textil y artesanal, su tendencia hacia el comercio como actividad principal es irrefutable. En las décadas de 1980, 1990 a pesar de las crisis económicas el tianguis del municipio mantuvo el comercio, proveyendo a las familias de bajos recursos. Con la apertura comercial del TLCAN logra retomar su crecimiento comercial con la incorporación de ropa “americana”, mercancías de fabricación asiática, así como del contrabando de ropa (Sales y Martínez, 2014).

Tabla 2. Unidades Económicas en sectores y ramas seleccionados.
(Municipio de Chiconcuac de Juárez, Estado de México)

	2009		2014	
	UE	PO	UE	PO
Unidades Económicas y Personal Ocupado Totales	3.244	8.075	2.263	4.484
Unidades Industria Manufacturera	304	1.137	202	466
Fabricación de insumos y productos textiles, prendas de vestir (1)	217	870	83	241
Proporción del total de la Industria Manufacturera	71,38	76,52	41,09	51,72
Comercio (mayor y menor)	2.528	5.863	1.588	3202
Comercio de productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado	2.023	4.776	1.033	2227
Porcentaje del total del comercio	80,02	81,46	65,05	69,55
IM y Comercio relacionado a la Industria del vestido	2.240	5.646	1.116	2.468
Proporción sobre los totales	69,05	69,92	49,32	55,04

Fuente: INEGI, Censos económicos (2009, 2014)

(1) Este apartado incluye los subsectores 313: Fabricación de insumos y acabados textiles; 314: Fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir; 315 Fabricación de prendas de vestir.

El total de UE no incluye un determinado número de empresas que en la desagregación por subsectores el INEGI considera confidencial

Según datos otorgados por el INEGI (2014), actualmente los negocios del municipio están orientados hacia el comercio en mayor proporción que a la producción textil. Se puede observar una importante disminución de unidades dedicadas a la fabricación de insumos y productos textiles, ya que de un periodo censal a otro el número de estas unidades disminuyeron en un 59.44% (129 unidades menos). Aunque el comercio de productos textiles también presenta una disminución del 46.07%, (con 932 unidades menos para el 2014), el número de unidades dedicadas a esta actividad, sobrepasa a las unidades de manufactura (tabla 2). Los porcentajes dan cuenta de una situación recurrente en el área; No obstante ser una entidad pequeña, ha logrado responder a las constantes crisis económicas. Su cambio de actividad económica principal, sus reglas particulares de funcionamiento y producción, así como los actores sociales que dependen de su economía, son signo de una población que busca las alternativas de sobrevivencia necesarias para lograr su subsistencia económica.

6. Conclusiones

El desarrollo histórico de la industria textil en México, da cuenta del enorme potencial económico, laboral y económico. No obstante, su impacto ha sido aprovechado por décadas por la inversión extranjera en el ramo, con la implementación y pues en marcha de un modelo particular de maquila que toma ventaja de las facilidades económicas dadas por el estado. Claramente, su desempeño se encuentra íntimamente relacionado con su estrecha (y conflictiva) relación con otros países, específicamente con Estados Unidos. En la actualidad, la industria textil tiene fuertes retos locales y globales que asumir y un largo camino por recorrer. A pesar del incierto panorama, cuenta

con un alto prestigio internacional, excelente calidad de manufactura y mano de obra económica, elementos con los que se podría desarrollar una eficiente producción y completar el ciclo de producción de la cadena textil. Es evidente que la industria necesita revitalizarse ante la llegada de nuevos productos legales (e ilegales) que merman su producción. Actualmente, las condiciones de fabricación que prevalecen han favorecido el establecimiento de esquemas de contratación irregulares, empleo flexible y precario, con bajos sueldos y condiciones que favorecen la implantación de esquemas de informalidad e ilegalidad.

Para completar el ciclo textil, el mercado mexicano tiene una amplia tradición comercial que se manifiesta en la existencia de cientos de centros de comercio ubicados en localidades con un alto reconocimiento nacional e internacional en la fabricación y distribución de mercancías. Lo encontrado en los municipios del bajío y del estado de México, muestra patrones de formas productivas altamente rentables. Con sus características particulares, estos lugares dan cuenta de la evolución socioeconómica de la región en la que se ubican. Así, específicamente los centros de compra-venta ubicados en los municipios mexicanos de Moroleón, Uriangato y Chiconcuac, son ejemplos de las estrategias que asumen los actores sociales en periodos de crisis y de las alternativas generadas de su transformación económica. Con características diversas, estos espacios se encuentran estrechamente relacionados por aquello que les otorga vida y esencia: *el comercio*. Los agentes que se acercan a estos espacios buscando la posibilidad de establecer relaciones comerciales son parte del engranaje económico que define sus intercambios. Cientos de compradores arriban a estos sitios buscando “lo nuevo, la novedad, lo que se vende, lo que se comercializa”, lo que se conoce coloquialmente como “la pronta moda”. Una maquinaria coordinada y movilizada a través de sus procesos sociales y económicos, que no siempre se encuentran dentro de lo que el estado denomina como formal y legal (García, 2016). Por décadas, el comercio y la industria se centraban en las grandes urbes. En la actualidad, la movilización de flujos de personas, mercancías y objetos de un lugar a otro facilitan el acceso de mercancías diversas, nacionales e internacionales, creando nuevos espacios para la comercialización y por ende, transformando los patrones comerciales. Estas movilizaciones y formas de comercialización son además, un mecanismo a través del cual muchas personas apartadas por un sistema económico generan redes y estrategias para satisfacer sus necesidades, paralelas a las dinámicas impuestas por el mercado capitalista (Platas y Santamaría, 2012). Por medio de estructuras y redes capilares, los actores económicos “populares” han ido asentando una especie de institucionalidad propia en los nichos económicos (Medeiros et al., 2013: 33), que nos indican que se están gestando nuevas prácticas de apropiación y reinterpretación del capitalismo, en el cual comenzamos a construir *otros* significados socioculturales que valdría la pena analizar empíricamente. Al interior de las formas comerciales encontradas, se articulan *grupos económicos* con una estrecha identificación que desarrollan habilidades de supervivencia en la precariedad para lograr sus objetivos, formando redes específicas de cooperación.

Ante los escenarios encontrados los desafíos que enfrenta la industria textil en este periodo histórico, obligan a los expertos y dueños de las unidades de producción, a replantearse no solo sus esquemas de fabricación, sino además, el urgente análisis de los procesos sociales que los envuelven y de las redes de comercialización que completan su ciclo comercial ante la influencia de “nuevos” escenarios globales.

7. Referencias bibliográficas

- Arias, Patricia. (1988). "La pequeña empresa en el occidente rural". *Estudios Sociológicos*, 6(17), 405–435.
- Arias, Patricia. (1997). *Crisis metropolitana, especialización económica y nuevas relaciones espaciales en México*. Edit. Espiral.
- Arias, Patricia. (2002). "Hacia el espacio rural urbano; una revisión de la relación entre el campo y la ciudad en la antropología social mexicana". *Estudios Demográficos y Urbanos*, 363–380.
- Arias, Patricia. (2011). "Reseña de: «Texcoco en el nuevo milenio. Cambio y continuidad en una región periurbana del Valle de México»", de Magazine, Roger y Tomás Martínez Saldaña (Coords.). *Estudios Demográficos y Urbanos*, 26(2), 515-524.
- Arroyo, María del Pilar y Cárcamo, María de Lourdes (2010). "La evolución histórica e importancia económica del sector textil y del vestido en México". *Economía y Sociedad*, XIV, 51-68.
- Bayona, Eugenia. (2011). "Comercio y consumo en la periferia de la zona metropolitana de Guadalajara". Recuperado a partir de <http://www.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/20bayona11.pdf>
- Becattini, Giacomo. (2002). "Del distrito Industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica". *Investigaciones Regionales*, 9-32.
- Cota, Rosario (2012). *Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco*. Universidad Autónoma de Guadalajara.
- Estrada, Margarita (2007). "Transformaciones productivas en el Estado de Guanajuato (México). Empresarios locales y globalización". En *Globalización y localidad. Espacios, actores, movilidades e identidades* (p. 615). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).
- García-Macías, Alejandro. (2013). *Capital social relacional en enclaves de la industria del vestido en México*. Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, España.
- García-Macías, Alejandro y Maza, Octavio (2013). "El prestigio ocupacional en "La tienda de ropa más grande de México". Elementos para la estimación del Capital Social en Uriangato, Guanajuato". *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (26), 117–148.
- Gereffi, Gary (2000). *El tratado de libre comercio de América del Norte en la transformación de la industria del vestido: ¿bendición o castigo?* (Desarrollo productivo). Santiago de Chile: CEPAL.
- Gereffi, Gary (2001). "Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización". *Problemas del desarrollo*, 32(125).
- Gil-Paredes, Cecilia (2014). *Afortunados los Trabajadores precarios* (Primera). Alemania: Publicia.
- Gortari-Rábiela, Rebeca y Santos, María Josefa (2010). Saberes y parientes en la formación de microempresas rurales: empresarialidad, redes locales y contextos culturales. En *Empresa y familia en México: una visión desde la antropología* (Primera). México, D.F.: Universidad Iberoamericana, A.C.
- Grossetti, Michel (2004). "Concentration d'entreprises et innovation : esquisse d'une typologie des systèmes productifs locaux". *Géographie, économie, société*, 6(2), 163-177. <https://doi.org/10.3166/ges.6.163-177>
- Gutiérrez, Coralia (2000). *Experiencias contrastadas: industrialización y conflictos en los textiles del centro-oriente de México (1884-1917)*. México, D.F.: El Colegio de México.
- Huerta-González, Arturo (2007). "Los tratados de libre comercio impulsados por Estados Unidos en América Latina y la profundización del subdesarrollo". *Contaduría y Administración*, 221, 09-37.
- INEGI (2014). *Censos Económicos 2014*. México, D.F.
- Martínez de Ita, María Eugenia, Sánchez Daza, Germán y Ríos, Guillermo (2005). "El trabajo en la industria textil y del vestido en México: 2000-2003". *La situación del trabajo en México, México: Universidad Autónoma Metropolitana*. Recuperado a partir de <http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/libros/actlst06/3de3.pdf>

- Martínez de la O., María Eugenia (2006). "Geografía del trabajo femenino en las maquiladoras de México". *Papeles de Población*, 12, 91-126.
- Maza, Octavio, y Lazcano, Dolly (2015). *En el mismo barco. Reflexiones sobre la producción, el trabajo y las redes sociales: el caso de Uriangato, Guanajuato*. (Primera edición). Uriangato, Guanajuato: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Medeiros, Carmen, Rodríguez-Carmona, Antonio, Ferrufino, Giovana, y Tassi, Nico (2013). "Ensanchando los intersticios. Institucionalidades y estrategias económicas del comercio popular". *Tínkazos*, 33, 27-46.
- Montiel, Marco (2014). *Sobrevivir a la crisis. Los comerciantes de ropa de la región Puebla-Tlaxcala en el contexto de la crisis económica de 2008*. CIESAS. Tesis de Doctorado. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, D.F.
- Parra, Johanna (2012). *El Business. Sistema social en el comercio ambulante mexicano*. Centro de Estudios Interdisciplinarios, jurídicos, sociales y humanistas. Recuperado a partir de <http://ecaths1.s3.amazonaws.com/labetnografico/1378015170.JohannaParraColoquioCIES2012.pdf>
- Pérez Lizaur, Marisol y Zamora, Scarlett (2006). "Los comerciantes empresario del tianguis de Chinconcuac en un entorno de globalización". Universidad Iberoamericana. Recuperado a partir de http://ceapesuj.leon.uia.mx/documentos/eventos_2006_proyectos/16_marisol_perez.doc
- Pérez-Lizaur, Marisol y Zamora, Scarlett (2010). "El Tianguis de ropa de mujer de Chiconcuac". En *Consumos Globales: de México para el mundo* (1era. edición). México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Pintaudi, Silvana (1997). "Las Metrópolis y los grandes equipamientos comerciales". *VI Encuentro de Geógrafos de América Latina. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA*. Recuperado a partir de <http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal6/Geografiasocioeconomica/Geografiaeconomica/71.pdf>
- Platas, Alberto y Santamaría, Simón (2012). "Deconstruir la globalización desde la economía solidaria". *Revista de Paz y Conflictos*, 5, 93-119.
- Ramírez-Pasillas, Marcela (2007). *Global spaces for local entrepreneurship. Stretching clusters through networks and international trade fairs* (Tesis Doctoral). Växjö University, Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Management and Economics, Gothenburg.
- Rivera-Ríos, Miguel Ángel (2004). "La reestructuración de la industria de la confección en México". En *La industria de la confección en México y China ante la globalización* (Eds. Isabel Rueda Peiro, Nadima Simón Rodríguez y María Luisa Gonzáles Marín, p. 70). México, D.F.: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Robichaux, David (2002). "El sistema familiar mesoamericano, testigo de una civilización negada". En *La antropología sociocultural en el México del milenio: búsquedas, encuentros y transiciones* (Fondo de Cultura Económica, pp. 107-161). México, D.F.
- Sá, Marcio (2011). *Feirantes: Quem São? Como Administram seus Negócios?* Editora Universitária da UFPE. Recuperado a partir de http://www.anpad.org.br/trabalho_popup.php?cod_edicao_trabalho=11935
- Sales, Jesús y Martínez, Tomas (2014). "Los talleres familiares y el tianguis de Chiconcuac, México: Un sistema económico sustantivo". *Perspectivas Latinoamericanas*, 11, 42-57.
- Sandoval, Efrén (2012). *Infraestructuras transfronterizas. Etnografía de itinerarios en el espacio social: Monterrey- San Antonio* (Primera). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social: El Colegio de la Frontera Norte.
- Seele, Enno (1983). *Mercados semanales en la región Puebla-Tlaxcala, México* (Fundación Alemana para la investigación científica, Vol. 9).
- Simón, Nadima (2004). "Competencia de las prendas de vestir mexicanas en el mercado de Estados Unidos". *Contaduría y administración, UNAM*, 213, 1-32.
- Vangstrup, Ulrik (1995). "Moroleón: la pequeña ciudad de la gran industria". *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*, 2(4), 101-134.

- Venacio, Leandro (2010). "Los distritos industriales: modelo de desarrollo económico local que promueve el capital social". *Centro Argentino de Estudios Internacionales (CAEI). Buenos Aires*. Recuperado a partir de http://www.caei.com.ar/sites/default/files/working_paper_ndeg_20.pdf
- Véras de Oliveira, Roberto y Santana, Marco (2013). "O polo de confecções do agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica". En *Trabalho em Territórios Produtivos reconfigurados do Brasil*. Joao Pessoa: Universidade Federal de Paraíba.

