

Rosario Cota Yáñez

# Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco

Cota Yáñez investiga con cuidado cómo inician las relaciones sociales, cómo se desarrollan y cómo estas relaciones influyen en la organización de la producción al interior de las empresas y entre ellas al interior del cluster. El lector del libro apreciará la capacidad que tiene la autora de emplear distintas fuentes de información complementarias, e instrumentos de investigación tales como historias de vida, cuestionarios estructurados, estudios de caso sólidos, entrevistas a fondo con informantes clave y fuentes de datos disponibles. El resultado es un cuadro informativo, vivaz y agradable de leer sobre un cluster de confección importante y dinámico en México.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



Reestructuración productiva  
y las redes en la industria de la confección:  
el caso de Zapotlanejo, Jalisco



Rosario Cota Yáñez

Reestructuración productiva  
y las redes en la industria de la confección:  
el caso de Zapotlanejo, Jalisco

Universidad de Guadalajara  
2012

Este libro fue sometido a un proceso de dictaminación a doble ciego de acuerdo con las normas establecidas por el Comité Editorial del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara.

Primera edición, 2012

D.R. © Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de  
Ciencias Económico Administrativas  
Departamento de Métodos Cuantitativos  
Núcleo Los Belenes  
45000 Zapopan, Jalisco

ISBN 978-607-450-531-3

Hecho en México

*Made in Mexico*

# Índice

Agradecimientos	11
Prólogo	13
Introducción	15
Investigación triangulada	18
El trabajo consta de seis partes	20
[I] Cambios socioeconómicos y sus efectos en el territorio y las empresas	21
La reestructuración productiva como elemento rector del funcionamiento empresarial	22
Modelos de organización empresarial: el distrito industrial	29
Formación de redes sociales	40
[II] Contexto de la industria del vestido en México y principalmente en Jalisco	47
Antecedentes	47
Tendencias en los estudios de la industria del vestido	48
La industria del vestido en Jalisco	61
[III] Dinámica demográfica y económica de Zapotlanejo	77
Etapas del desarrollo económico en México	77
Localización relativa de Zapotlanejo en el contexto urbano	82
Estructura industrial	116
Macroforma y función interna	130
[IV] Estructura, organización y funcionamiento de la industria del vestido en zapotlanejo	137
Modelos de funcionamiento productivo en la industria de la ropa de Zapotlanejo	138
Características de la industria del vestido en Zapotlanejo	148

La oferta de prendas de vestir en Zapotlanejo. Tipos de productos	173
Posicionamiento de la planta dentro de la estrategia competitiva	175
Problemática del sector del vestido en Zapotlanejo	180
Proyectos a mediano plazo	182
Acciones empresariales emprendidas por los fabricantes de ropa	185
Relaciones empresariales establecidas por los fabricantes de ropa	196
Apoyos institucionales y su impacto en la industria del vestido de Zapotlanejo	200
[V] Las redes sociales dentro de la industria del vestido en Zapotlanejo.	
Tres estudios de caso	205
Conformación de las redes sociales en Zapotlanejo	205
Categorías de análisis	207
Estudio de caso 1	207
Redes sociales	216
Estudio de caso 2	217
Redes sociales	224
Estudio de caso 3	225
Redes sociales	232
Conclusiones	235
El desarrollo socioeconómico impulsado a partir de la industria del vestido	235
Nuevas formas de organización empresarial de los fabricantes de ropa de Zapotlanejo	238
La familia, estructura y base fundamental para el desarrollo de la industria de la confección en Zapotlanejo	240
Anexos	245
Bibliografía	259

A la gente emprendedora de Zapotlanejo,  
con el espíritu de trabajo que representan...

Hoy y siempre...



## AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por haberme brindado una beca que permitió llevar a cabo mis estudios de doctorado en Ciencias Sociales. De igual forma, se hace extensivo a la Universidad de Guadalajara.

A los maestros quienes me ayudaron a tener una visión más amplia de los fenómenos sociales. El conocimiento transmitido siempre estuvo sustentado por medio de lecturas adecuadas y actuales.

Sin lugar a dudas fue la doctora Patricia Arias, quien con su experiencia y conocimiento del tema, me brindó los elementos necesarios para culminar el trabajo que ahora presento. A los doctores Alejandro Canales, Fernando Pozos<sup>†</sup>, Jorge Alonso, Víctor Castillo y Raquel Partida, les agradezco los comentarios e ideas sugerentes que le brindaron al mismo.

A los fabricantes y comerciantes de ropa de Zapotlanejo que me permitieron compartir sus experiencias dentro del mundo de la industria del vestido. A los alumnos prestadores de servicio social: Carolina Ramírez, Salvador Rodríguez, Ivonne Rodríguez, Jaime Hernández y Javier Jiménez.

Al igual que en las conclusiones del trabajo la familia es la base del funcionamiento de la industria en Zapotlanejo. Situación que se hace extensiva también para la culminación del presente documento. Mi familia fue el sostén durante los lapsos de angustia y felicidad. El tiempo de diversiones y juegos que les quité a ustedes: Carolina y Ulises, tengan la seguridad que trataré de reponérselos. Juan Jorge gracias por el apoyo.

A mis padres quienes siempre tuvieron una palabra para darme ánimos y seguir adelante en todos mis proyectos, sin importar lo difícil que éstos representaran.



## PRÓLOGO

Desde hace más de una década los distritos industriales y los clusters han recibido la atención de los estudiosos del desarrollo en todo el mundo. Giacomo Becattini es uno de los académicos que más ha contribuido a la definición, identificación e interpretación de los distritos industriales, con referencia al proceso de industrialización en Italia desde los setenta. La experiencia exitosa de los distritos industriales en Italia y en otros países desarrollados ha atraído un gran interés en los estudios del desarrollo.

De acuerdo con la definición de Becattini, un distrito es “una entidad socio-territorial que se caracteriza por la presencia activa de ambos, una comunidad de personas y una población de empresas en un área naturalmente e históricamente delimitada” (1990: 38). Así que Becattini da un fuerte énfasis al origen socioeconómico del concepto, subrayando la importancia que tiene la existencia de una comunidad local que se caracteriza por un sistema relativamente estable de valores y perspectivas. Estos valores compartidos son esparcidos a todo lo largo y ancho de los distritos y son transmitidos a través de generaciones debido a la existencia de un sistema de instituciones tales como la familia, la Iglesia, la escuela o la empresa.

A pesar de esa atención a las relaciones sociales en la teoría de los distritos industriales, son limitados los esfuerzos que se han hecho para explorarlas entre la gran cantidad de estudios empíricos que en todo el mundo se ha realizado adoptando el enfoque del distrito. El libro actual es una excepción, ya que se centra en el estudio del establecimiento y la evolución de redes sociales de producción, en un cluster de la confección ubicado en Zapotlanejo, estado de Jalisco.

Cota Yáñez investiga con cuidado cómo inician las relaciones sociales, cómo se desarrollan y cómo estas relaciones influyen en la organización de la producción al interior de las empresas y entre ellas al interior del cluster. El lector del libro apreciará la capacidad que tiene la autora de emplear distintas fuentes de información complementarias, e instrumentos de investigación tales como historias de vida, cuestionarios estructurados, estudios de caso sólidos, entrevistas a fondo con

informantes clave y fuentes de datos disponibles. El resultado es un cuadro informativo, vivaz y agradable de leer sobre un cluster de confección importante y dinámico en México.

Zapotlanejo provee un ejemplo claro del desarrollo económico endógeno, fundado en las iniciativas locales que han sido fortificadas y moldeadas por la formación de redes sociales, alrededor de familias, amistades y empresas. Esas relaciones sociales han influido profundamente en los modelos de organización empresarial que prevalecen en el cluster y siguen teniendo un efecto en las transformaciones más recientes que ocurren en el sistema económico local, que se caracterizan por la mayor importancia que se está dando a la compraventa y los servicios.

Aunque el estudio es pleno y amplio, sigue siendo un trabajo en marcha como la misma Cota Yáñez especifica en las conclusiones y todavía quedan por tratar importantes cuestiones. Desde el punto de vista de la metodología, el seguimiento de la investigación beneficiaría del uso de las técnicas del Análisis de Redes Sociales (Social Network Analysis) (Wassermann y Faust, 1994), que permiten retratar con claridad las relaciones entre los actores, al medir sus características estructurales tales como densidad, ligas fuertes y débiles, y surgimiento de configuraciones específicas (por ejemplo, núcleo-periferia).

Para concluir, el aspecto principal que todavía queda por tratar es el efecto de la globalización en el cluster de la confección de Zapotlanejo. Específicamente, el reciente fin del acuerdo Multitextil y el incremento masivo de la presencia de China y la India en el mercado mundial de la confección no puede ser soslayado. ¿De qué manera la competencia china afecta a la industria de vestido de Zapotlanejo? ¿Los modelos de la organización productiva se están transformando debido a cambios en el mercado mundial? ¿Nuevos actores están entrando en el cuadro desde afuera del cluster? Y como consecuencia, ¿estos cambios están afectando las relaciones sociales locales? Todas esas son preguntas para la investigación a futuro, que será muy importante para tratar sobre la preservación del cluster y en general para entender las interacciones dinámicas entre el desarrollo global y el desarrollo local.

Becattini, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion.

E. Goodman y J. Bamford, eds. *Small firms and industrial districts in Italy*. Londres: Routledge.

Wasserman, S. y K. Faust (1994). *Social network analysis. Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.

*Roberta Rabbellotti*

*Milán, Italia, 26 de agosto de 2005*

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo consiste en analizar las redes sociales de producción construidas en Zapotlanejo a partir de un elemento articulador: en este caso, la fabricación y comercialización de ropa. Para ello fue necesario primeramente construir y entender la conformación económica de la localidad. Hacia dónde y cómo efectúa sus transacciones comerciales (proveeduría de insumos, venta de mercancías). Posteriormente el comportamiento empresarial nos brindó las pautas para entender la lógica de asociarse o no por parte de los fabricantes y por último, los estudios de caso permitieron ir entretejiendo las redes sociales hilvanadas a raíz de la industria del vestido.

Las formas de actuación de los agentes económicos (empresas y gobierno) responden al entorno en el que se circunscriben de tal forma que se vienen modificando las concepciones y prácticas de la organización y desarrollo de todos los factores de la producción. Este escenario<sup>1</sup> marca impactos en las pequeñas empresas debido a las prácticas laborales y organizativas por las que fueron creadas y no se han ido adecuando a los cambios. Zapotlanejo representa un caso diferente a esta situación, más bien el desarrollo industrial de la localidad ha estado supeditado a las iniciativas de desarrollo endógeno.

A raíz de las transformaciones en las políticas macro expresadas mediante el exponente de los tratados económicos, así como el marco regulatorio, las pequeñas empresas han tenido que modificar sus esquemas de operación debido a las presiones competitivas, ya que para sobrevivir se tienen que adaptar al entorno, en donde se hace necesario una reducción de las líneas de producción, reducción de inventarios y llevar un estricto control de calidad.

---

<sup>1</sup> Las pequeñas empresas en México se desarrollaron bajo un escenario de protección al igual que en Latinoamérica, específicamente en la época de sustitución de importaciones. En sus inicios estos talleres se caracterizaban por su baja producción sin requisitos de calidad, capacitación, la subcontratación era poco frecuente sólo en operaciones muy específicas o según el crecimiento inesperado de la demanda.

Los estudios sobre empresas y empresarios en México se han particularizado en la mayoría de los casos por referirse a las características económicas y a la composición de las élites dominantes y su relación con el poder político para el caso de los segundos. Estudios sobre las prácticas sociales y relacionales que establecen los empresarios para el caso mexicano hasta la fecha no se tiene conocimiento de alguno de ellos.

Las relaciones sociales de los empresarios son determinantes para la constitución de redes de pequeñas y medianas empresas. Es decir, los actores económicos pueden traducir eficientemente su capital social en alternativas de crecimiento para sus empresas.

El estudio del caso de Zapotlanejo es importante porque durante los últimos treinta años ha sufrido una transformación económica que lo ha llevado hacia la especialización productiva, a parte de que presenta una serie de características que pueden resumirse en lo siguiente:

- a) Existencia de un gran número de micro empresas especializadas en la industria del vestido. Entendiendo por especialización productiva a la abundancia de productores de una misma rama en una zona geográfica determinada.
- b) Dependencia de la región respecto a la rama productiva dominante. Gran porcentaje de su población depende exclusivamente de la industria del vestido.
- c) Las regiones altamente especializadas se desarrollan con base en el sistema de producción flexible que conlleva a lo que se ha dado en llamar *distritos industriales*, que como diría Becattini (1994) existe una fusión en las empresas y la comunidad, situación que puede observarse en Zapotlanejo.
- d) En la localidad existe una compleja red de cooperación y competencia entre las empresas, aspecto que conlleva a un comportamiento de relaciones estratégicas que suponen, en algunos casos acciones colectivas para enfrentar con éxito las fluctuaciones de la oferta y la demanda.
- e) La cohesión y la confianza son dos factores presentes para que pueda desarrollarse el distrito industrial.
- f) Hasta la fecha las explicaciones de tipo económico no han sido capaces de dar respuesta a las interrogantes del modelo productivo de la especialización flexible. Debido a la presencia de configuraciones dinámicas y heterogéneas de aspectos sociales que se contraponen claramente a las explicaciones de índole económica, basadas en la maximización de las utilidades.

La categorización del distrito industrial supone una serie de elementos donde destacan: la existencia de una gran cantidad de empresas de corte familiar; el funcionamiento de las empresas se encuentra basado en la confianza recíproca; de igual forma funciona una densa red de transmisión de conocimiento sobre la

actividad económica que motiva la cohesión social de los empresarios dentro de las actividades informales.

Con base en lo anterior puede deducirse que las redes de relaciones sociales que establecen los empresarios son las condicionantes para el desarrollo de las redes de empresas, situación que nos lleva a plantearnos la pregunta del ¿por qué algunas regiones tienen éxito desde el punto de vista económico y otras no? La evidencia encontrada hasta el momento (Alonso, 1991; Arias y Wilson, 1997; Saravi, 1998; Rabelloti, 1995, 1997), muestran para el caso mexicano, a pesar de que se tienen relaciones de mucha confianza y cercanía a nivel personal, las redes de empresas no se materializan debido a que existe un problema en la noción del concepto de confianza.

En este trabajo se pretende desarrollar las siguientes interrogantes: ¿cuáles características de un distrito industrial están presentes dentro del caso de Zapotlanejo?, ¿cómo se ha configurado a través del tiempo la región productora y comercializadora de ropa?, ¿cómo se caracteriza a las empresas y empresarios de Zapotlanejo actualmente?, ¿cómo se construyen y funcionan las redes empresariales y sociales en la industria del vestido en Zapotlanejo?, ¿qué tipo de redes se están dando?, ¿cuál es el papel que juegan los actores dentro de la red?, ¿cuál es la forma, funcionamiento y tamaño?

### *Hipótesis*

El funcionamiento de las empresas dedicadas a la fabricación del vestido en Zapotlanejo está basado en las relaciones sociales de producción, son construidas de forma individual y responden a la estrategia de los actores.

### *Objetivos*

Analizar la conformación de las redes sociales de producción en la industria del vestido en Zapotlanejo, Jalisco. A partir de qué mecanismos los actores las construyen y su funcionamiento.

- Construir conceptualmente a la industria del vestido de Zapotlanejo.
- Caracterizar las redes comerciales y de insumos.
- Identificar las estrategias que establecen los empresarios de la industria del vestido mediante la conformación de redes, en qué momento se hacen y por qué.
- Caracterizar las redes sociales de producción en la industria del vestido.

### *Metodología*

Este trabajo se planeó como una investigación de tipo cuantitativo. En el transcurso de la misma adquirió nuevas dimensiones, hasta combinarse la investigación cuantitativa con la cualitativa. Esta última, conforme pasaba el tiempo iba adquiriendo

dimensiones muchas veces más allá de mi conocimiento en la materia. Fue ahí donde siento que realmente aprendí nuevas formas de estudiar los problemas sociales. Ese descubrimiento se fue dando conforme avanzaba el proyecto. Me quedó muy claro que la vida social no es una línea recta, con un principio y un fin preestablecido. Como diría Resse, Kroesen y Gallimore (1998: 21) “los quiebres del camino, los atajos, los senderos perdidos momentánea o definitivamente, también forman parte de una direccionalidad y son así un mismo movimiento”.

El estudio se concibió mediante cuatro niveles.

- Construcción de la dinámica sociodemográfica de Zapotlanejo.
- Construcción de los agentes que intervienen dentro de la industria del vestido en Zapotlanejo.
- Construcción del contexto empresarial de la industria del vestido en Zapotlanejo.
- Estudios de caso a nivel de empresas.
- Las técnicas de investigación utilizadas fueron la investigación participante, historias de vida, elaboración de genealogías, entrevistas y encuestas.

### *Investigación triangulada*

La información era corroborada con otras entrevistas; con la observación sobre el terreno que se hacía, ya sea con la información escrita, oficial y no oficial con que se contaba en ese momento. Esta múltiple confrontación de las diversas fuentes de información permite un mejor acercamiento de la realidad.

Las entrevistas fueron siempre realizadas por la autora, de forma directa y abiertas pero llevadas a cabo con base en un guión de entrevista. Conforme iba transcurriendo la charla surgían otros temas relevantes para la investigación donde se profundizaban. Las encuestas (cuyo cuestionario puede consultarse en el anexo 1) fueron contestadas por los dueños o gerentes de las fábricas.

Otra fuente de información adicional y no menos importante fue la investigación participante de lo que ocurría en el interior y exterior de la localidad. Observar a los camiones foráneos que llevaban gente a surtir ropa de toda la República Mexicana, transportes que acuden diariamente de Guadalajara cada 30 minutos.

Letreros ofreciendo servicios de maquila de ropa (pegado de botón, hechura de bastillas, dobladillos y cuellos, entre otros), o algún otro tipo de servicios con una maquinaria específica; letreros de casas particulares ofreciendo en venta o al cambio máquinas de coser usadas para comprarse nuevas con una característica específica; apertura de servicios relacionados con ventas de comida rápida; el uso de casas habitación para convertirlas en negocios, así como los accesos a las mismas. El elevado precio de las rentas de locales en el centro de la ciudad; el crecimiento vertical de las viviendas mediante la construcción de un piso más para convertirlos

en locales comerciales o fabriles; la apertura de nuevas y modernas plazas comerciales ubicadas en las afueras de la ciudad; el congestionamiento de autos en la calle principal; el déficit de cajones de estacionamientos; la apertura de nuevos tipos de negocios relacionados con la industria de la moda (tiendas de gorras, accesorios, maquillaje, bolsas, zapaterías, lencerías), en un espacio en el que antes no existía. La observación que a diario se hacía permitió darnos cuenta del acelerado crecimiento económico que está experimentando Zapotlanejo a raíz de una actividad económica (la fabricación de prendas de vestir).

Por último, para la reconstrucción histórica se recurrió a la información oficial proporcionada principalmente por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y otras dependencias gubernamentales: Dirección de Permisos y Licencias Municipales, Secretaría de Promoción Económica, Dirección de Desarrollo Urbano, Dirección de Catastro, Cabildo Municipal.

También la información se confrontó con la experiencia de personas mayores oriundas del municipio que fueron y han sido partícipes del desarrollo industrial y comercial de la zona. Se hicieron entrevistas a una gran cantidad de sujetos que de una u otra forma están relacionados en el desarrollo industrial de Zapotlanejo.

Las entrevistas también se practicaron a los choferes de camiones foráneos que acuden con contingentes de gente de diversas localidades del país, compradoras, encargadas de distribuidores de telas y accesorios, de agencias de paquetería, gerentes de bancos, dueños de hoteles, vendedoras en tiendas.

Además se aplicó una encuesta a 23 fabricantes de ropa con el fin de conocer su funcionamiento. Y por último se seleccionaron tres casos de estudio, la selección obedeció a la disponibilidad y entusiasmo que manifestaron los dueños de las fábricas entrevistados desde el momento mismo de la aplicación del cuestionario.

En un principio, se había hecho la selección conforme a tres variables: monto total de ventas, antigüedad y número de trabajadores. Pero no funcionó porque los casos seleccionados no nos podían atender. La recopilación de la información estuvo regida mediante tres técnicas de acopio: observación participante, historias de vida de la empresa y el uso de genealogías.

Se aplicaron historias de vida, instrumento que según Reynagas (1998: 152-153) no son más que entrevistas semiestructuradas teniendo como puntos de referencia las dimensiones que dan cuenta o intentar dar cuenta de la problemática objeto de interés.

Dentro de las preguntas a desarrollar señalaban tres principales: 1) ¿Cuál fue el proceso para que iniciara la empresa dentro de la industria del vestido? (quiénes los apoyaron, de qué forma, dónde surgió la idea, principales problemas que afrontaron, cuál era la relación de parentesco con quiénes los apoyaron); 2) Proveedores y clientes (a quiénes les vendían la producción en un principio, frecuencia de los intercambios, relaciones de parentesco; a quiénes les compraban los insumos, lugar

de procedencia de los insumos y relaciones de parentesco con los proveedores);  
3) Comercialización (cómo y hacia qué lugares enviaba su producción).

*El trabajo consta de seis partes*

El primer capítulo aborda las principales ideas que sustentaron la investigación; el segundo presenta un análisis de la panorámica de la industria del vestido en el ámbito nacional y estatal; el tercero hace una construcción histórica de la situación demográfica, económica y urbana de los últimos cien años en el municipio de Zapotlanejo; el cuarto construye a la región de estudio, mediante tres contextos: disponibilidad de insumos, comercialización y el ambiente institucional; el capítulo quinto analiza los resultados de la encuesta aplicada a 23 fabricantes de ropa; posteriormente el capítulo seis se centra en el análisis de caso de tres fábricas, poniendo énfasis en la construcción de sus redes sociales productivas.

[I]  
CAMBIOS SOCIOECONÓMICOS Y SUS EFECTOS  
EN EL TERRITORIO Y LAS EMPRESAS

En los últimos años se han dado cambios en el ámbito mundial cuyas transformaciones se expresan en dos niveles al interior de las empresas y fuera de ellas, debido en gran parte por la introducción de nuevos y diversos patrones productivos, procedimientos tecnológicos, técnicos, comerciales y administrativos. Cambios que han dado origen a lo que se ha dado en llamar reestructuración productiva, como lo conceptualiza De la Garza (1998).

A partir de los años setenta la gran empresa empezó a ser cuestionada. Se traen a la luz del debate las bondades de las economías de escala y de alcance,<sup>1</sup> la integración vertical de las grandes unidades de producción y distribución, comenzaron a tener una transformación enfocada hacia la reducción del número de trabajadores, entre otras consideraciones y empiezan a transferir algunas de sus actividades de producción a las pequeñas empresas. Con un número reducido de sus niveles jerárquicos mantienen sus operaciones “nucleares” (Harrison, 1997), en torno a las cuales se desenvuelven una serie de pequeñas y medianas empresas que actúan como proveedores o subcontratistas en función de los requerimientos solicitados.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> La utilización del concepto de economías de escala permite describir los ahorros que pueden darse en los costos de producción cuando la infraestructura opera en grandes cantidades. Por su parte las economías de alcance se manifiestan cuando se observa que es más barato producir una cantidad de producto mayor, con el mismo equipo básico o en la misma empresa que fabricarlo en unidades productivas distintas (para un análisis más detallado al respecto, véase Harrison, 1997; Ruiz, 1995).

<sup>2</sup> Storper y Harrison (1994) plantean que las nuevas formas de organización fue la respuesta a la crisis de rentabilidad que sufría el proceso de acumulación de capital, por otro lado, Coriat, citado por Castells (1998) expresa el planteamiento de una evolución a largo plazo del fordismo al posfordismo, como expresión de una “gran transición”, mediatizada por la transformación histórica de la relación entre producción y productividad, por una parte y por la otra entre consumo y competencia.

*La reestructuración productiva  
como elemento rector del funcionamiento empresarial*

Los procesos de cambios productivos han marcado nuevas formas de actuación de los entes económicos debido a las características particulares que presentan cada uno. Por ello, es necesario precisar los términos y alcances teóricos, identificar su proceso explicativo, las variables centrales que intervienen y su rol.

En ese sentido, la explicación teórica acerca de la crisis y la reestructuración se enfoca desde diversas perspectivas:

- a) La explicación orientada al déficit fiscal del Estado, asociado con la inflación desarrollada por O'Connor y la pérdida del Estado de bienestar al estilo keynesiano planteada por Habermas (Jiménez, 1995).
- b) Teorías relacionadas específicamente con las cuestiones de la producción, argumentando que las causas de la crisis serían técnicas y de igual forma se solucionaría.
- c) Al agotamiento de la base tecnológica que caracterizó a los procesos productivos anteriormente y el advenimiento de la revolución tecnológica.
- d) Otras teorías centran su atención en el tipo de relaciones sociales, laborales y su forma de organizar el trabajo, las cuales han pasado de la rigidez formal imponiéndose los procesos productivos flexibles. Desde sus inicios se observan el taylorismo, fordismo y la producción flexible (Aglieta, 1991; Boyer, 1986; Piore y Sabel, 1984).
- e) Además, existen las teorías que hablan de relacionar los niveles que afectan a la crisis y la reestructuración, donde destaca la teoría regulacionista, que ha sido muy cuestionada debido a su perspectiva de ver al Estado como un ente económico y plantea una perspectiva estructuralista del problema y no toma como un aspecto a considerar de manera importante los pactos obreros y sus corporaciones (Boyer, 1989).

Debido a la variedad de enfoques, el estudio de la reestructuración productiva puede ser explicado mediante las teorías posfordistas, llámese regulacionistas, especialización flexible y neoshumpeterianismo que han sido estudiadas por Lipietz, Boyer y Coriat hasta las nuevas relaciones industriales de Kochan, Katz y Sabel; la nueva ola de la gerencia y el lean production de Womack, así como la geografía de Storper, los nuevos conceptos de producción de Kerr y Schuman; la modernización reflexiva de Beck y las nuevas teorías de segmentación del trabajo desarrolladas por Dankabar (De la Garza, 2000: 716).

De acuerdo con las diferentes consideraciones teóricas se puede plantear que el debate acerca de la reestructuración gira en torno a los procesos y organización

del trabajo, relaciones laborales, el componente tecnológico, mercados de trabajo, políticas económicas, procesos de globalización relacionados al financiamiento y la emergencia de nuevos bloques económicos mundiales.

Es vasto el bagaje teórico que brindan elementos explicativos acerca de la reestructuración, en este trabajo sólo se desarrollarán tres perspectivas asociadas a las teorías del posfordismo (regulacionismo, neoshumpeterianismo y especialización flexible). El regulacionismo se avoca principalmente a explicar la articulación entre la tríada producción-consumo-Estado; establece una relación social mediatizada por normas y valores interiorizados además de instituciones, dentro de los principales exponentes figuran Lipietz y Boyer. Postulan los conceptos de modo de regulación avocados a la producción y demanda, que abarca desde las formas de organización, gestión empresarial, distribución, composición y volumen de la demanda. Además, lleva implícita la relación mercantil y la salarial.

Las críticas en torno a la misma se avocan a cuestionarla en el sentido de que sólo es una teoría parcial sobre las relaciones entre producción, consumo y Estado; y el concepto fundamental por el que se basa sólo es aplicable en un periodo específico, de igual forma sostiene De la Garza (1993) que presenta una simplicidad metodológica; lo rescatable de la misma estriba en el hecho de que trata de buscar articulaciones más allá de las económicas.

En el neoshumpeterianismo la variable explicativa articuladora es el componente tecnológico, desde la invención, adaptación y desarrollo, aunque dentro de las críticas que presenta, figura el hecho de no exponer una definición aceptable de tecnología, ciclos tecnológicos y los factores asociados a la innovación y la invención.

El mérito de esta corriente radica en el hecho de que enfatiza su análisis en las cuestiones tecnológicas, variable que no se había tomado en consideración anteriormente como un componente que facilitó los procesos productivos flexibles.

La especialización flexible (Piore y Sabel, 1984), una de las particularidades de este enfoque teórico es la importancia asumida por las Pymes. Dentro de las características que presenta destacan las agrupaciones empresariales, división espacial del trabajo, diversificación del mercado de trabajo, proximidad espacial verticalmente cuasi-integradas, conformación de filiales regionales y especializadas, al interior de las empresas se busca el control de calidad, la relación cliente proveedor, control integral del proceso, variedad de la producción y alta calidad al estilo del modelo japonés.

Las críticas que surgen en torno a este enfoque radican en el hecho de que no ha sido demostrada la superioridad de la pequeña empresa, sigue prevaleciendo la producción en masa, además de que la producción internacional no se puede sostener solamente mediante pequeños lotes de producción, y se argumenta, además, que las pymes siempre van a estar supeditadas a la gran empresa.

Sin embargo, estas consideraciones nos sirven en un intento por tratar de explicar el comportamiento de las pequeñas empresas mediante la conformación de redes como una forma para tratar de enfrentar la movilidad y variabilidad de los mercados.

Ante tales escenarios, Amin (1994) plantea, según desde la perspectiva teórica que se interpreten tales cambios, este periodo histórico que se inicia se define de forma distinta: desde la sociedad posindustrial de la que hablan los enfoques evolucionistas, al régimen de acumulación posfordista o flexible señalado por los teóricos de la regulación, el neofordismo del que expresan las teorías neindustriales, la tercera revolución industrial o la sociedad informacional que plantean las sociedades neoshumpeterianas, hasta el capitalismo global de influencia neomarxista.

En suma, la reestructuración productiva se ve expresada en lo siguiente: las fuerzas productivas materiales como es la revolución tecnológica, el uso de nuevos materiales y la prioridad en la tecnología sobre el capital y los recursos naturales. El cambio tecnológico impulsa a las transformaciones en la organización empresarial que redefine el modo de acumulación dominante; por un lado, brinda facilidades para la ampliación de los mercados con características globales, controlados por grandes grupos de empresas que adquieren mecanismos de flexibilización y segmentación de la producción en lugares diversos pero interconectados mediante redes de información y materiales. Esto se ve reflejado en una división del trabajo, al interior de la empresa como en sus relaciones con otras (empresa red), así como la descentralización productiva (redes de empresas). Es decir, encontramos nuevas formas de producción y trabajo, cambios en la naturaleza del Estado, sus dominios y esferas de poder y los nuevos patrones tecnológicos. Pero uno de los factores que inciden sobremanera es la flexibilización y se manifiesta en lo siguiente:

1. Territorial o espacial: el ámbito mundial de las actividades económicas por encima de las fronteras nacionales (Méndez y Caravaca, 1994).
2. Técnico económico: cadenas de insumos y productos vinculados entre sí en una secuencia de agregación de valor entre empresas de diferentes tamaños.
3. Organizacional: relaciones de autoridad y de poder dirigidas por agentes corporativos transnacionales y otros por cotos de poder menor que logran asociarse y hacer frente a las condiciones económicas internacionales.

Las estrategias de organización van a depender de las condiciones en que se encuentre el sector económico. El paradigma de la organización industrial flexible se basa en la organización funcional de redes entre pequeñas y medianas empresas a través de la subcontratación, esto les permite cambiar de un proceso de producción a otro en función de los requerimientos del mercado, trabajando mediante escalas mínimas de producción que permiten eficientar los procesos.

El análisis de las redes puede entenderse mediante la especialización flexible que implica cambios, donde se vinculan las empresas, considerando que la capacidad de innovar va a depender de la organización interna, sus relaciones con los trabajadores, clientes y colaboración con otras empresas, en ocasiones reguladas por mecanismos no institucionales; es decir, informales y con relaciones de competencia en mercados regionales.

El comportamiento organizacional se manifiesta mediante el recorte de los tiempos de aprovisionamiento, disminución de existencias y el aprovechamiento máximo del espacio físico, lo cual sólo puede darse por medio de la integración tecnológica y organizativa de redes.

Esto trae una especialización sectorial, diversificación funcional y códigos de comportamiento económico. La manufactura flexible afecta las condiciones en las que compiten las empresas y los países en el mercado mundial e impone nuevas normas en la calidad de los productos al mismo tiempo que multiplica la gama.

### *De la producción en masa a la producción flexible*

A partir de los años setenta se observa un intenso movimiento en la reorganización industrial a nivel mundial. En algunas industrias el modelo de producción en serie empieza a ser sustituido. La necesidad de ajuste de los sistemas productivos se resuelve mediante una mayor integración de los procesos de producción y una mayor especialización de la fabricación, situación que hace destacar la importancia de la flexibilidad de competitividad de las empresas.

Autores como Piore y Sabel (1984) enfatizaron la aparición de los sistemas de producción flexibles, como unos de los cambios fundamentales en el patrón de acumulación capitalista. Argumentando que se trata de una racionalización en la producción industrial que se expresa en una profunda reorganización técnica, organizativa y espacial del trabajo, cuyo elemento distintivo es la fabricación de productos diferentes en una misma línea de producción.

El punto central de la especialización flexible se encuentra en que se destacó la relevancia de entender, por un lado, el proceso de crisis como resultado del agotamiento de producción en masa y estandarización y, por el otro, la transformación de los métodos de producción a formas flexibles compatibles con la demanda inestable e internacionalizada.

Leborgne y Lipietz (1998) indican acertadamente que la flexibilidad se manifiesta en dos direcciones hacia el interior de la empresa a través de nuevas formas de regulación y ordenamiento de los factores de la producción y hacia el exterior mediante la fragmentación y descentralización de los procesos productivos, nuevas formas de relación con otras empresas, con el estado y el entorno regional.

Entre las distintas tendencias que se han presentado, Leborgne y Lipietz (1993: 195) distinguen que las empresas, más que buscar un tipo de integración vertical,

se acercan a una integración de tipo horizontal. La externalización de actividades permite a las empresas reducir costos y compartir riesgos con las empresas más pequeñas, aunque también pone de relieve la necesidad de mayor intercomunicación entre las empresas para lograr una coordinación.

La forma de organización de la producción se fundamenta en lo que se ha denominado “fábrica mínima” concepto acuñado por Carrillo (1994: 53), consiste en que en un lugar se disponga de las funciones, equipos y personal indispensable para absorber las fluctuaciones de la demanda. En otras palabras se trata de presentar en su expresión mínima a las empresas, en equipo, inventarios, trabajo, espacios y funciones. El concepto se asocia más que nada a las formas de desconcentración de funciones que llevan a cabo las grandes empresas, pero puede ser aplicado a las de menor escala.

La llamada “fábrica mínima” ya había sido conceptualizada anteriormente en su fundamentación teórica por diversos autores. Se encontró desde los años ochenta un conjunto de modificaciones surgidas como respuesta a la crisis del modo de acumulación fordista como son: los procesos de descentralización productiva y de especialización flexible que constituyen formas alternativas de organización industrial, que éstas han provocado una reducción del tamaño medio de las fábricas, una densificación de las redes de flujos interempresariales y una difusión territorial de las actividades productivas desarrolladas en las regiones que son el sustento para el desarrollo de algunas ciudades pequeñas y medias, así como de algunas áreas rurales (Piore y Sabel, 1984; Méndez, 1994: 95-97).

Los procesos de descentralización productiva y formación de redes constituidas por pequeñas empresas especializadas encuentran su mejor expresión en algunos territorios donde se ha generado un efecto aglomeración suficientemente capaz de favorecer el surgimiento de iniciativas locales

La aceptación de la teoría de especialización flexible se fundamenta en la evidencia de la fortaleza de las pequeñas empresas y que en ciertos contextos pueden ser competitivas. Existen dos modelos de competitividad que presentan las pequeñas empresas: el distrito industrial italiano y la subcontratación entre grandes y pequeñas (Carrillo, 1994: 54).

Dentro de la literatura ambos modelos se han estudiado por separado, los dos se fundamentan en la fragmentación del producto en varias unidades que pueden ser producidas en diversas regiones. Aunque cada vez más las grandes empresas se apoyan en empresas más pequeñas, mientras que algunos distritos industriales buscan potencializarse a través de la subcontratación con grandes firmas. Situación que origina la formación de una red de empresas con una vinculación muy estrecha, cuya rapidez en los desplazamientos se basa en la intensificación de los intercambios, hecho que ha impactado la forma y el tiempo en que se alcanzan determinados territorios y permitiendo ventajas en tiempo y costos de producción.

Una de las formas más acabadas de la producción flexible la representan los sistemas de producción “justo a tiempo” (*ibid*: 55). Éstos liberan capital de la circulación mediante la reducción de inventario en la compra, el traslado, el proceso de producción y en la venta. El éxito depende de la intensidad que se logre en los traslados, a través de la reducción de los tiempos y la exactitud de las entregas.

La variedad de modelos emergentes ha dado al surgimiento de nuevas formas híbridas como lo mencionan Carrillo y Montiel (1998). Independientemente de las dificultades que encuentran estos modelos en los países menos desarrollados, por lo general enfrentan menos barreras que la producción masiva automatizada y constituyen una oportunidad de desarrollo en las pequeñas empresas, debido a que reduce escalas de producción, requiere menos inversión en activos fijos y tecnología, potencializa los vínculos productivos nacionales y regionales, y eleva la calificación de mano de obra.

### *Implicaciones de la reestructuración industrial en el espacio*

Dentro del debate actual sobre la reestructuración productiva existe consenso en torno a los efectos sobre la organización espacial de la actividad económica. Se presenta una transformación en las anteriores estrategias de localización y en consecuencia la aparición de nuevos modelos territoriales (Caravaca, 1991a: 9). Los nuevos procesos provocados por la reestructuración productiva requieren nuevas pautas de organización y localización que se manifiestan mediante tres fenómenos (Gatto, 1989: 9-10).

- 1) *La innovación tecnológica*, permite reducir la importancia de las distancias, lo cual ocasiona modificaciones en la relación espacio-tiempo, provocando que la contigüidad no sea necesaria.
- 2) *Descentralización productiva*, debido a la menor importancia de la distancia, la industria busca descentralizarse con el fin de reducir el tamaño de las empresas para tratar de minimizar costos de producción ya que determinados procesos productivos pueden trasladarse a las áreas donde encuentren mano de obra barata, menores costos de insumos e impuestos, pero sin perder el contacto con su mercado y con algunas instituciones públicas o privadas que se seguirán manteniendo en las grandes ciudades.
- 3) *La creciente transnacionalización de la industria*, la concentración del capital es muy marcada, lo cual permite que las transnacionales puedan controlar mercados y medios de producción, por lo que distribuyen actividades económicas de importancia. Esto se da por que conservan centralizadas las funciones de decisión y control, mientras el resto de las industrias se localizan cerca de ellas aprovechando ventajas comparativas, pero adaptadas a los intereses de la empresa de mayor dinamismo.

De los anteriores puntos el que nos sirve para explicar en parte el comportamiento industrial de Zapotlanejo, es la descentralización productiva, porque nos proporciona elementos basados en los factores de localización como son las economías de aglomeración y de escala.

Caravaca (1991a: 15-16) menciona que las pautas de localización y las formas de organización tienen comportamientos diferenciados dependiendo de la escala donde se manejen. A nivel mundial se caracterizan por tener relación con las industrias multinacionales; se instala en países subdesarrollados, donde encuentran mano de obra barata y calificada, materia prima cercana, servicios e infraestructura a bajo precio.

En el ámbito nacional destaca la decadencia de las antiguas regiones industriales, las cuales son sometidas a un proceso de reconvención; pero surgen otras regiones que de alguna forma provocan la decadencia de las anteriores, en las que existen deseconomías de escala y aglomeración.

En las regiones la desindustrialización progresiva de las grandes ciudades hace que los espacios periurbanos, e incluso los rurales, experimenten dinamismo industrial; sin embargo, los centros urbanos mantienen las funciones de investigación, desarrollo, control y gestión de las grandes compañías trasladando únicamente el proceso productivo a las áreas periféricas de la región. Al ser dinámico, lo anterior dará lugar a otros modelos especiales. Fernández y Villalva (2004: 184) han documentado que la especialización flexible como tendencia se expandió a la periferia tanto en los países centrales de Europa y Estados Unidos, así como en América Latina. La citada especialización se ve expresada mediante los distritos industriales y los conglomerados, también llamados *clusters*.

### *Las áreas urbanas y rurales en la reestructuración industrial*

Los espacios metropolitanos han atraído especialmente la localización de empresas innovadoras al ofrecer una acumulación de infraestructura técnica, así como la presencia de servicios de producción y capital intangible. Pero existen problemas que limitan a los establecimientos económicos que desean localizarse en la ciudad uno de ellos es el precio de los terrenos en el centro de la ciudad por lo que las grandes empresas optan por sólo desplazar hacia ésta algunas tareas poco intensivas en trabajo.

No toda la industria buscará localizarse en el campo ni toda en la ciudad, sino que mientras en unos casos la relocalización supone el cierre de las antiguas instalaciones en la ciudad y otras nuevas en el medio rural, en otros casos se trata de una segmentación o ampliación. La empresa sigue manteniendo su centro o centros anteriores al momento que abre otra en su nuevo emplazamiento.

En el medio rural la industria se encuentra limitada a las operaciones de fabricación simple, enfocadas principalmente con las industrias tradicionales como la industria del vestido, industria del cuero, fabricación de muebles, juguetes, las operaciones de montaje de electrónica y los alimentos. Algunas actividades pro-

ductivas tienden a concentrar, en cambio otras ramas industriales maduras se reestructuran sobre la base de medianas empresas con alta concentración territorial.

De igual forma se observa una tendencia a la reducción del tamaño de las plantas (Sabel, 1988), en parte, como respuesta a la flexibilidad que se presenta en el trabajo. Ello no significa un menor nivel de inversión, tampoco una disminución en la relación capital trabajo. Este proceso lo podemos ver claramente en la industria del vestido de Zapotlanejo, el tamaño físico de las fábricas es cada día más reducido debido a descentralización del proceso productivo hacia los talleres y trabajo a domicilio. Los cambios productivos que se han gestado a través del tiempo introducen modificaciones en la configuración del espacio, aunque debe tenerse en cuenta que no todas las regiones parten del mismo punto para impulsar su desarrollo.

Hay que tomar en cuenta que el cambio tecnológico es un instrumento que permite y, a la vez, facilita la reestructuración productiva, de esta forma hace posibles las producciones locales que dentro del marco del paradigma anterior no eran económicamente viable (Gatto, 1989: 28).

### *Modelos de organización empresarial: el distrito industrial*

La importancia de todo lo local ha aumentado, más que nada en su forma de percepción. Lo que despierta mayor atención es porque se altera la percepción de lo que probablemente existía<sup>3</sup> (Meyer-Stamer, 2000: 19). Un ejemplo palpable de ello es la concepción del distrito industrial.

Los procesos de descentralización productiva y la formación de redes constituidas por las pequeñas empresas especializadas encuentran su mejor expresión en ciertos territorios donde a lo largo del tiempo se ha generado un efecto de aglomeración que según Caravaca (1998) ha favorecido el surgimiento de iniciativas locales.

Desde hace más de un siglo ya se había descrito el fenómeno conceptualizado mediante la aglomeración territorial de empresas del mismo ramo o ramos similares, en donde la mano de obra es especializada, los insumos y prestación de servicios están fácilmente disponibles y las innovaciones se difunden con relativa facilidad. Estas cualidades no se habían considerado hasta que Becattini (1989) y otros autores, principalmente italianos, trajeron a la luz el concepto del distrito industrial.

---

<sup>3</sup> Rabellotti (1997: 15-17) hace un exhaustivo análisis del desarrollo de los distritos industriales en Italia. Becattini (1989) estudia el desarrollo económico de las aglomeraciones industriales en Italia, presentes siempre en la zona. Benko y Lipietz (1994) explican que los distritos industriales se consideran espacios emergentes, contribuyendo así a la superación de la tradicional relación rural-agraria-atraso, situación que ha despertado el interés por el desarrollo local y la atención de los investigadores.

El concepto de distrito industrial resurge a partir de la crisis de los años setenta debido a la inminente necesidad de encontrar nuevas vías de desarrollo económico para los países de industrialización tardía. Becattini (1980) retomó el concepto de distrito industrial vertido en un principio por Marshall, quien sostenía que en ciertos sectores productivos las ventajas de producción a gran escala pueden obtenerse no solamente a partir de la concentración de la producción en grandes establecimientos, sino también en la reunión de un mismo distrito de muchos pequeños productores encargados de la ejecución de una fase del proceso productivo (Becattini, 1989 y 1994: 40). El principal argumento esbozado al respecto fue que se encontró que las estructuras internas de los espacios locales presentaban un dinamismo inusitado, con relación a las grandes metrópolis, argumento que fue corroborado posteriormente por otros autores en otras disciplinas y diferentes estudios de caso (Porter, 1990, Rabellotti, 1997).

El análisis de Marshall (1920, IV, IX: 25) se basa en el funcionamiento de economías externas. Intenta demostrar que es posible alcanzar economías de escala no en función de la dimensión de una empresa en particular, sino del tamaño productivo de un sistema de empresas localizadas en un territorio. Trata de demostrar que un sistema de pequeñas empresas especializadas en distintas funciones de producción es el resultado del proceso de división del trabajo y por consecuencia de la ampliación del mercado. Define a los distritos industriales como aglomeraciones específicas de muchas pequeñas empresas de características similares.

Estos distritos pueden funcionar de manera eficaz en la medida en que se benefician de la interacción del conjunto de los elementos que constituye el complejo social. Su análisis puede dividirse en tres puntos que se refieren a las ventajas de especialización, economías de intermediación y a la *atmósfera industrial*.<sup>4</sup>

Las ventajas de las economías de especialización vienen dadas a partir de la disminución de costos unitarios de transporte que favorecen los procesos de especia-

---

<sup>4</sup> La atmósfera industrial es un concepto metafórico utilizado en un principio por Marshall a finales del siglo XVII para definir el contexto social, cultural, ideológico, religioso, político, institucional, entre otros, que condiciona la forma de actuar de los empresarios y a la vez permite el florecimiento o estancamiento de las zonas donde existe una aglomeración de pequeñas y medianas empresas. Este concepto está presente en casi todos los trabajos de investigación sobre distritos industriales (véase Becattini, 1989, 1994; Saba, 1998; Canullo, 1998; Quintar y Gatto, 1992 y otros más). Hasta la fecha no existe un concepto que lo sustituya a pesar de ser ambiguo y confuso. La connotación de *atmósfera* se refiere a un "espacio al que se extienden las influencias de alguien o algo, o ambiente que los rodea" (RAE, 1998: 163).

lización espacial; es decir, las fases sucesivas de un proceso de producción podrán ser realizadas convenientemente a gran escala en localidades distintas y cercanas a la fábrica (Marshall, 1920, IV, X: 1-14).

Las economías externas de intermediación están vinculadas directamente a la aglomeración. En este aspecto Bellandi (1986: 32) considera necesario tener en cuenta la comodidad del cliente, para realizar una compra poco elevada, éste se dirigirá a la tienda más cercana, en cambio cuando se trate de una compra importante, se tomará la molestia de visitar cada lugar de la ciudad donde sabe que se encuentran los establecimientos especializados.

Los mayoristas e industriales encuentran ventajas en la aglomeración de empresas que les suministran materias primas y maquinaria relacionada con la actividad que realizan. Cuando una persona está interesada en la compra de un producto nuevo, es conveniente examinar las alternativas de precio y calidad. Esta búsqueda directa lo conduce a los lugares donde se lleva a cabo la producción y comercialización de los mismos.

Es por ello, que el concepto de economías externas aplicado al distrito industrial debe reconsiderarse, ya que el distrito es un sistema industrial en el que las relaciones sociales y territoriales asumen un papel preponderante en la comprensión de las relaciones ínterempresariales por lo que Bellandi (*ibid.*: 36-37) sugiere utilizar el término de economías de aglomeración, ya que en el se engloban tanto a las economías externas, tecnológicas como a las territoriales y sociales.

Marshall (1920, IV, VI: 9) considera decisivo para el funcionamiento del distrito industrial la existencia de una tradición artesanal, de un espíritu innovador y de flexibilidades en las relaciones sociales. Esta atmósfera industrial favorece la creación de aptitudes no sólo para el trabajo manufacturero sino también para la innovación.<sup>5</sup> En ese sentido, cuando una industria ha escogido una localidad para instalarse, es probable que permanezca durante mucho tiempo, ya que obtiene ventajas por su ubicación, y a la vez, atraen a otras actividades relacionadas, como son las tiendas distribuidoras de telas, cierres, maquinaria especializada.

---

<sup>5</sup> Las personas que buscan trabajo acuden donde se encuentran las fábricas que necesitan de un trabajo especializado. Así mismo está demostrado que cuando existen grandes masas de trabajadores comprometidos en una actividad similar en un mismo lugar, unos adiestran a otros y esto va generando una acumulación de "Know how" especializado en el distrito industrial, al momento que crea en la zona una ventaja para la localización de empresas que tienen necesidad de él. En este sentido argumenta Bellandi (1986: 40) "la atmósfera no puede moverse" porque los secretos del oficio hasta se respiran en el aire y las generaciones futuras lo aprenden de forma innata (Marshall, 1920, IV, X: 7). No podrá moverse, pero creo que sí son reproducibles algunas de las características más importantes en otros lugares.

Aunque en la literatura, el concepto de distrito industrial no es presentado como un modelo analítico, manifiesta una serie de consideraciones que pueden ser utilizados dentro de la investigación empírica y confrontarse con esta realidad.

El distrito industrial se puede definir desde el punto de vista de los siguientes elementos:

- a) Formado por clusters<sup>6</sup> de pequeñas y medianas empresas que están espacialmente concertadas y sectorialmente especializadas.
- b) Existe una compleja red de relaciones comerciales, económicas y tecnológicas entre las empresas, utilizan la estrategia “just and time” y la subcontratación.
- c) Influyen en ellas condiciones histórico culturales y relaciones de confianza, donde se pueden dar las alianzas formales e informales.
- d) Coexistencia de relaciones de cooperación formal o informal en las fases de fabricación y comercialización; división del trabajo ínter firmas, que generan densas redes de relaciones tanto materiales como intangibles (difusión de ideas e información); mercado de trabajo relativamente flexible, poco regulado y con cierta tradición de iniciativas empresariales.
- e) Existe apoyo del gobierno local a través de políticas de desarrollo.

Estas características son observadas por Becattini (1994), Quintar y Gatto (1992), Rabelotti (1997), Bericat (1991) y Méndez (1994). En los estudios clásicos de los distritos italianos (La Loja, Florencia, Emilia Romagna, Veneto), en Baden-Wuerttemberg (Alemania), Silicon Valley (EUA), Lace Market (Inglaterra), entre otros. No existe una especialización única sino que se desarrollan actividades tan diversas como la producción de textiles calzado, confección, muebles de madera, juguetes, cerámica, componentes y electrónicos, entre otros.

La coincidencia en un área geográfica no significa una simple concentración territorial sino la pertenencia a una misma comunidad; es decir, compartir un mismo conjunto de pautas y valores socioculturales, así como una historia en común. De esta forma en los distritos industriales un rasgo clave es que la comunidad y la empresa tienden a compenetrarse, Dei Ottati (1998: 157-159), demuestra mediante un estudio en empresas italianas que las fábricas locales asumen estrategias ante los retos del exterior. Documenta tres características, ya sea mediante la diversificación e innovación de los productos; elevación de la calidad; y la especialización comer-

---

<sup>6</sup> El cluster es la existencia de una gran cantidad de empresas ubicadas en la misma ciudad o región. Pueden aparecer diversas configuraciones empresariales posibilitando la convivencia de diversos tamaños, que conforman redes de relaciones basadas tanto en la subcontratación, en los sistemas de operación satelital o en esquemas de colaboración inter organizacional.

cial. Al obtener éxito mediante alguna de las estrategias adoptadas, por lo regular es imitada por otras empresas locales.

La diversidad de respuestas dadas por las pequeñas empresas para adaptarse a las diferentes circunstancias no pueden ser interpretadas solamente acudiendo al análisis de las características de la empresa, sino que deben incluirse las dimensiones derivadas de la atmósfera en donde se gesta el proceso productivo, es decir, la comunidad, hecho que explica el éxito o fracaso de los mismos.

Actualmente no existe consenso para definir los factores que justifican el desarrollo de los distritos industriales en ciertas zonas; existe una variedad de explicaciones donde figuran la existencia de precondiciones relacionadas con un entorno social y una herencia cultural específica (*ibid.*: 152); la presencia de un sistema de valores compartidos por la comunidad local, la supervivencia de un tejido social donde las relaciones familiares y comunitarias mantienen una cierta densidad, estructurando a la sociedad local, así como la funcionalidad de la familia ampliada que sirve de soporte para propiciar la pluriactividad o el trabajo de medio tiempo (Méndez, 1994: 100).

Un segundo factor de carácter estratégico y también limitante es la existencia de un denso tejido de ciudades pequeñas y medias que aseguran la provisión de servicios a las empresas de la misma forma se debe contar con la dotación de servicios financieros, educativos y asistenciales suficientes.

Finalmente, la tradición laboral autónoma, que facilita el surgimiento de iniciativas empresariales, y de una estructura socioeconómica favorable a la acumulación de pequeños capitales. Cualesquiera que sean las condiciones de partida, el éxito o el fracaso dependerá del funcionamiento interno y la relación exterior. En ese sentido, el distrito industrial es una construcción a partir de ventajas creadas y no innatas (*ibid.*: 101). Por lo tanto el concepto de distrito industrial no puede ser empleado para explicar cualquier conglomerado de empresas, tampoco es un simple fenómeno económico, sino que representa un sinnúmero de interrelaciones económicas, sociales, culturales, políticas e institucionales. Debido a ello, es necesario hacer un análisis tomando en cuenta todas las dimensiones posibles surgidas a partir del modelo de distritos industriales y contextualizarlas a partir de los hallazgos empíricos encontrados.

Dentro de los trabajos empíricos más representativos sobre distritos industriales están los de Costa (1988: 263 y ss.; Saba, 1998; Rabellotti, 1995). El primero se llevó a cabo en Barcelona; por medio de los *Censos industriales* se aplicaron 300 encuestas, utilizando cinco categorías de análisis: capacidad productiva, innovación técnica, desintegración del proceso productivo, innovación técnica y organizativa, presencia en mercados exteriores e integración en el contexto social. Con dichos elementos tratan de explicar la descentralización productiva y la división del trabajo. Los censos han permitido calcular la distribución de las empresas y del empleo industrial, en función de su dimensión poblacional, superficie, del tamaño de los establecimientos y de la especialización sectorial, además se han utilizado otras técnicas de análisis como es el

Shift and share que permite detectar cuál es el dinamismo de una rama económica en un lugar, y por último a la inversión extranjera directa.

### *Características y modelos de distritos industriales*

La ventaja del distrito radica en su estructura organizativa, es más eficiente ante situaciones e irregularidades de oferta y demanda que la estructura integrada verticalmente. Además, requieren un elevado grado de desarrollo de sus instituciones públicas con el propósito de obtener acuerdos sociales a escala local.

El distrito industrial debe considerarse con base en cuatro indicadores como lo señala Saba (1998: 11): flexibilidad, equilibrio territorial, difusión de la cultura industrial, por la creación de una amplia pluralidad de empresarios independientes, y por definir una sociedad civil caracterizada por el trabajo independiente que siempre tiene la posibilidad de independizarse creando una pequeña empresa.

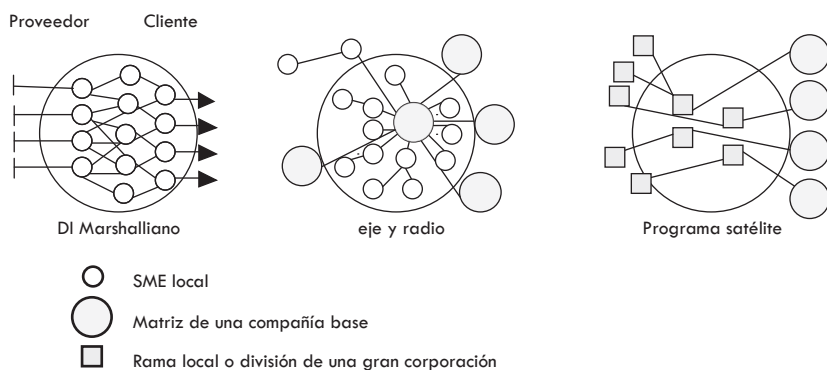
No todo dentro del distrito es bueno, existe un fenómeno ampliamente difundido y es que dentro de los aspectos negativos se encuentra un individualismo exagerado, que agrava la tendencia a la negación de los valores sociales (*ibid.*: 26). Así como el sustento de la estructura industrial mediante la industrialización subterránea, es decir, la manera en que muchas pequeñas empresas han nacido y se han difundido en el territorio y la forma del sistema industrial.

Dentro de la literatura sobre el tema pueden encontrarse diversas formas de representar a los distritos industriales, Bericat (1991) hace una tipología de los de empresas y las agrupa en dos: a) negocios organizados exclusivamente en torno a su función comercial, cumplen tareas de coordinación dentro del sistema, aportando materiales y diseños en las primeras fases del proceso, almacenando, empacando y vendiendo en las últimas, a este tipo se le conocen como comercializadoras, y b) fábrica en el clásico sentido industrial, pero presenta dimensiones de tamaño que pueden ser explicadas sólo por el hecho de que sus funciones productivas son descentralizadas hacia otros talleres.

Guerrieri y Pietrobelli (2003: 2-5) hacen una tipología de los distritos industriales retomando las argumentaciones vertidas al respecto por Park y Markusen. Los autores referidos argumentan que el principio clasificatorio para categorizar a los distritos industriales son: el tamaño de la empresa, relaciones ínter firma y las orientaciones internas y externas (esquema 1.1). Por lo tanto el distrito industrial es un área medible y espacialmente delimitada de intercambio orientado hacia una actividad económica altamente especializada. Al adoptar dicha definición se podría interpretar que el área proporciona "el pegamento que hace difícil el irse para las fábricas pequeñas, animándolas a permanecer y expandirse, y atrayendo a otras personas a la región" (Markusen, 1996: 294).

El distrito industrial marshalliano es el modelo más popular. Marshall fue el primero que estudió las economías externas y los factores que apoyaban el desa-

## Esquema 1.1 Tipología de los distritos industriales



Fuente: Paolo Guerrieri y Carlo Pietrobelli, 2003: 3.

rollo de las pequeñas empresas. Conceptos como atmósfera industrial, relaciones locales socioeconómicas que traen confianza, así como el desarrollo de una mezcla de competencia y cooperación y el rol de las instituciones locales.

El segundo modelo es el distrito eje y radio. Según Markusen (1996) se presenta cuando una o dos firmas actúan como ancla o ejes de una economía regional, con proveedores y actividades relacionadas y extensas alrededor de ellas, por ejemplo: Boeing en Seattle y Toyota en la ciudad de Toyota, o varias empresas grandes en uno o más sectores tal como sucede con Ford, Chrysler y GM en Detroit o la industria farmacéutica en Nueva Jersey, las firmas pueden actuar como ejes, enmarcados por proveedores más pequeños y dominados. Los radios pueden representar fuertes lazos, o lazos perdidos, tal como las externalidades.

El tercer modelo consiste en una congregación de facilidades diversificadas de empresas externamente basadas en multiplantas. Este tipo a veces es inducido por las políticas del gobierno nacional para estimular el desarrollo regional. Las decisiones de inversión claves son hechas fuera del distrito, y los empresarios del distrito deben ser capaces de permanecer solos, es decir, espacialmente independientes de otros competidores y proveedores en la misma área. Allí tiende a ser mínima la colaboración entre las empresas, en la mayoría de los casos ocupados en actividades industriales diferentes. En este tipo de distrito existe carencia de recursos locales de financiamiento, pericia técnica, servicios de negocios, asociaciones de negocios que podrían proporcionar una parte de los servicios y recursos.

En suma el modelo tipo ideal de los distritos industriales marshallianos constituye una herramienta analítica (cuadro 1.1) que puede ser utilizada para

Cuadro 1.1  
 Rasgos de formas diferentes de clusters y modelos de organización industrial

Rasgos	Distrito industrial Marshalliano	Distrito Hub-and-spoke	Programa industrial Satélite	Distrito industrial anclado estatalmente	Red de producción global (RPG)
Estructura de mercado prevaliente	PyMEs locales	Una/muchas empresas grandes y proveedores	Empresas grandes externas al distrito	Una/muchas instituciones gubernamentales proveyendo infraestructura	Oligopolios globales con redes de PyMEs locales
Extensión de la aglomeración geográfica	Alta	Fair	Limitada, extendida más allá del cluster local	Alta	Limitada, extendida más allá del cluster
Economías de escala	Baja	Alta	Alta	Alta	Muy alta (incluso para PyMEs, a veces para muchas RPGs)
Intercambio interdistrito	Altamente desarrollado	Entre empresas grandes y proveedores	Mínimo	Alto entre instituciones y proveedores	Limitado
Decisiones de inversión clave	Decisión local	Decisión local, pero globalmente dispersada	Decisiones externas	En el gobierno local o externas al DI	Contratista externo
Regulación de relaciones	Contratos a LP	Contratos a LP	Contratos a corto plazo	Contratos a CP	Contratos sujetos a inestabilidad
Cooperación con firmas fuera del DI	Baja	Alta	Alta con empresas parientes	Alto con compañías (instituciones) parientes	Alta con compañías contratistas externas
Mercado laboral	Interna al distrito, altamente flexible	Interna al distrito, flexible	Externo al distrito, interno en la empresa grande	Interno (gobierno), nacional de otras instituciones	Global (para altas habilidades)/local
Comisión principal de trabajadores	Con el DI	Con empresas grandes	Con empresas grandes	Con institución de gobierno, y después con DI	Con PyMEs locales

Identidad cultural local	Desarrollada	Desarrollada	Virtualmente ausente	Desarrollada	Desarrollada localmente, no a través de RPG
Fuentes de conocimiento e innovación	Interna al DI	Principalmente en el Hub	Principalmente en empresas parientes	Institución local	Globales
Fuentes de financiamiento y asistencia técnica	Interna al DI	Empresa grande	Externas	Externas (gobierno nacional/local, base militar, universidad estatal o centro de investigación)	Improvisación de contratista externo, acceso a financiamiento de empresas locales
Capital paciente *	Existe	Scarce out de la empresa grande	No existe	No existe	-
Asociaciones de intercambio local	Fuerte presencia (ITA)	Virtualmente ausente	Ausente	Débiles	Sí
Rol del gobierno local	Importante (ITA)	Importante	Importante	Débiles en regulación y promoción industrial/ importante en infraestructura	Útil en promover la participación local a redes globales

\* Presencia de instituciones financieras dispuestas a tomar riesgos a largo plazo, para la confianza e información que poseen.

Fuente: Tomado de Paolo Guerrieri y Carlo Pietrobelli, 2003: 12.

estudiar aglomeraciones industriales en espacios localizados; es decir, existen ciertos elementos explicativos que nos ayudan a entender la dinámica de algunas regiones económicas, pero ello no significa que puedan ser reproducidas en cualquier parte.

En Zapotlanejo encontramos algunas características que pueden explicarse a través de los distritos industriales marshallianos como son: la concentración de micro y pequeñas empresas especializadas en la confección de prendas de vestir, un incipiente grado de cooperación necesaria y una férrea competencia. Ello no quiere decir que sea propiamente un distrito industrial. Presenta ciertas características que lo hacen un candidato idóneo para ser considerado como tal, pero aún no logra desarrollar otras características como son: la vinculación de centros especializados en la rama productiva ya sea universidades, institutos tecnológicos, centros de diseño de modas.

El crédito bancario permite a las pequeñas empresas desarrollarse como lo han demostrado los diversos estudios sobre distritos industriales italianos; sin embargo en Zapotlanejo, al igual que en el resto del país el crédito bancario no se presenta, en parte, debido a las crisis económicas por las que ha pasado en los últimos años y a los altos intereses manejados por los banqueros.

El contexto institucional es un factor preponderante para el desarrollo a largo plazo de los distritos industriales. Las instituciones ya sea formales o informales al igual que las relaciones sociales basadas en la confianza puede ser elementos ideales para el surgimiento de un distrito; pero el éxito del mismo a lo largo del tiempo se presenta mediante la creación de instituciones formales.

Este contexto unido a las relaciones de cooperación, solidaridad y competencia entre los fabricantes de ropa en Zapotlanejo puede ayudar a construir la "atmósfera industrial" necesaria para el desarrollo de los distritos industriales.

### *Economías externas, de aglomeración y especialización*

Este tipo de economías logra consolidarse por la presencia de productores, proveedores mano de obra especializada y los servicios complementarios relacionados al sector. La eficiencia del conjunto de la aglomeración genera externalidades positivas debido a los siguientes elementos:

- a) La concentración de empresas en una región atrae más clientes.
- b) La competencia generada a partir de la concentración lleva a una mayor especialización y a una división del trabajo.
- c) La interacción entre productores, proveedores y compradores presenta las bases para un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.
- d) La interacción de las transacciones en un mismo lugar y con los mismos agentes

económicos conlleva a una mayor confianza, situación que ve reflejada en menores costos de transacción.

e) La aglomeración facilita la acción colectiva en aras de conseguir metas comunes.

Dentro de los distritos y clusters más conocidos figuran Silicon Valley en California en la producción de computadoras; Emilia Romagna, Toscana y Veneto, Italia especializados en textiles y calzado; Baden Wurttemberg, Alemania; La ruta 128, Estados Unidos; Nuevo Hamburgo, Brasil en calzado; Bangalore, India en electrónica y computación, Sialkot, Pakistán en instrumentos quirúrgicos; Hsinchu Science Park, Taiwán en microelectrónica (Markusen, 1996).

*Cooperación y competencia: antagonismos presentes en el distrito industrial*

Marshall (1920) en su análisis conceptualiza a los distritos industriales a partir de la cooperación interempresarial considerándola como un mecanismo de cooperación y parte del aspecto cultural de determinada región donde se ubican empresas pequeñas. En ese sentido un distrito industrial no es solamente un área geográfica con una interacción de empresas, sino es más bien una representación de una nueva forma de administración de la producción de bienes y servicios industriales.

La competitividad que genera esta forma de organización conjunta, no sólo es el resultado de la organización de los mercados, sino de elementos socioculturales y éticos presentes en estas sociedades, donde existe una presión individual y familiar por mejorar la situación general de las empresas familiares como lo diría Becattini (1990). La cooperación (cuadro 1.2) estimula la interacción permanente entre los particulares, por lo que la toma de decisiones es más acertada para detectar problemas y oportunidades.

Cuadro 1.2  
Formas de cooperación interempresarial

Cooperación	Bilateral	Multilateral
Horizontal	Se comparte el equipo	Asociación sectorial
Vertical	Mejoras en los componentes	Alianza en torno a una cadena de valor local

Fuente: Schmitz, 2000: 4.

En México hasta la fecha se han identificado 16 clusters o distritos industriales especializados en la industria textil y del vestido, entre ellas se encuentra Zapotlanejo como se aprecia en el cuadro (1.3).

Cuadro 1.3

Localización de clusters mexicanos dedicados a la industria textil y del vestido

Moroleón, Guanajuato	Jilotepec, Estado de México
Uriangato, Guanajuato	Coscomate, Estado de México
San José Iturbide, Guanajuato	Chiconcuac, Estado de México
Villa Hidalgo, Jalisco	Santiago Tangamandapio, Michoacán
San Miguel el Alto, Jalisco	Tulancingo, Hidalgo
Zapotlanejo, Jalisco	Cuautepec, Hidalgo
Ayotlán, Jalisco	Santiago Tulantepec, Hidalgo
Zapotlán del Rey, Jalisco	Aguascalientes, Aguascalientes

Fuente: Adaptado de Vangstrup, 2002: s. p.

*Formación de redes sociales*

El concepto de redes ha sido abordado desde distintas perspectivas y enfoques, ya sea encaminado a analizar el funcionamiento de la empresa-red, tomando consideraciones teóricas expuestas dentro del cambio institucional expuesta por Douglas North y Williamson, entre otros; así como de la teoría de la empresa expuesta por Aoki e Inami. Por su parte, North tiene una visión segmentada en el sentido de que observa la red en función de los cambios en las instituciones y Aoki e Inami parten de consideraciones al interior de la empresa, donde utilizan marcos referenciales ligados a la economía.

Por su parte, Dini (1996) y Villavicencio (1994) abordan el estudio de las redes mediante el enfoque de los distritos industriales y la reestructuración productiva. En cierta forma estos enfoques nos permiten contextualizar la problemática, retomando los conceptos de agrupamientos, flexibilización de la producción, justo a tiempo, control total de calidad y descentralización productiva, aunque esto es sólo una parte, ya que dichos conceptos constituyen el bagaje teórico explicativo de cualquier organización en red.

Desde otro punto de vista, muy particular Barajas (2000) y Arvanitis (1996) analizan la importancia de las redes con base en el concepto de estructura social, aunque Barajas lo desarrolla ampliamente se enfoca en las relaciones de producción, para ello, hace uso de las consideraciones teóricas expresadas por Gereffi explícitamente de las cadenas mercantiles globales (cmg) y el análisis de redes.

El papel que desempeñan los gobiernos locales en la formación de redes es importante para analizar el apoyo que pueda tener la red. Casalet (2000) resalta la importancia de las instituciones puente, entendidas como aquellas que brindan los apoyos requeridos para la conformación de las redes empresariales, incentivándolas por medio de apoyos mediante programas específicos.

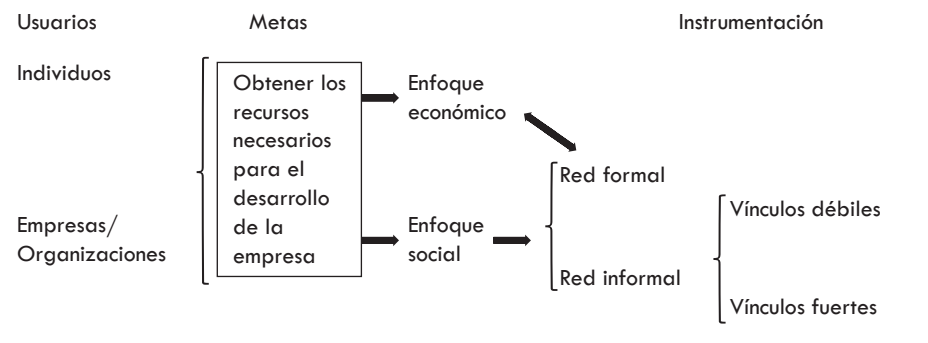
La otra propuesta teórica es el análisis de las redes cuyo origen histórico ha sido estudiado por la sociología y la antropología donde destacan Durkheim, Simmel, Marx, Moreno, Nadel, Barnes (Scott, 1991), Bott (1990), Mitchell (1978). Este tipo de enfoque ha sido ampliamente desarrollado dentro de la literatura anglosajona, desde los años sesenta. Recientemente, dentro de los estudiosos del tema figuran Granovetter, Burt y Scott.

Existen dos enfoques dentro del análisis de redes: el primero refiere a las inmigraciones, a las metrópolis tanto de la escuela de Manchester en África como los trabajos de Larissa Lomnitz (1975, 2001) en Latinoamérica; el segundo enfoque se centra en el estudio de las élites y sus conexiones a través de los "notables" locales o la vinculación de familias del poder económico y político. Estas dos primeras etapas se encuentran sobrepasadas, el reto ahora consiste en afrontar los problemas de alineación y la legitimidad.

Para el caso mexicano se encuentran los trabajos de Casalet (1997, 1999) y Levanti (1997) este último, parte de dos enfoques: 1) económico donde entiende a la red como una vía para abatir los costos de transacción en el mercado mediante la selección de los recursos más baratos, la desventaja es que no toma en cuenta las influencias sociales del empresario; 2) el social privilegia los contactos personales como herramienta principal para obtener recursos deseados; en este modelo se presupone que las instituciones económicas se construyen sobre relaciones sociales y están influidas por vínculos personales resultantes, se considera que una relación es útil y eficaz cuando existen vínculos personales, reputación y una relación de confianza (esquema 1.2).

En ese sentido, surgen redes formales e informales, las cuales se pueden clasificar de acuerdo con la intensidad de la relación que la vincula con el empresario.

Esquema 1.2  
Estructura de la red



Fuente: Elaboración propia con base en Levanti, 1997: 728.

Para este punto Granovetter diferencia los vínculos fuertes que caracterizan las relaciones con amigos íntimos y los vínculos débiles constituidos por los conocidos. La idea básica es que las personas u organizaciones tienen a su alrededor un núcleo fuerte de lazos que le proporcionan la información y los recursos. Este núcleo fuerte está constituido por un número reducido de personas con quienes se mantiene un contacto frecuente. Al lado de este núcleo existen otros contactos con los cuales la relación es más débil y especializada. Estos son los conocidos, es decir, personas que no forman parte del núcleo fuerte, pero sí de la red.

Los vínculos débiles que son más amplios dan acceso al exterior del grupo, son primordiales para obtener la información y aunque forman una red tejida de manera estrecha (cada uno se conoce y conservan cierto aislamiento), los vínculos fuertes permiten el acceso a otras redes estrechas, lo que hace posible obtener información externa.

Los vínculos fuertes tienen ventajas específicas, Lomnitz (2001) estableció un vínculo entre la distancia social y el nivel de favor esperado: cuanto más débil es la distancia social pueden ser más importantes los favores solicitados.

La confianza ayuda a explicar la eficacia de una red y el éxito relativo de la red informal sobre la formal y justifica la calidad de los vínculos fuertes en comparación con los débiles. Lomnitz señala que la confianza se relaciona con la intensidad del vínculo y con la posición de los actores en la estructura social siendo la familia el nivel de confianza más elevada.

En ese sentido, el concepto de implicación social empieza a jugar un papel preponderante dentro de las metodologías de las ciencias sociales y su mayor potencialidad destaca no tanto en la descripción de las relaciones existentes, sino en la potencialidad de la construcción de estrategias reticulares, de acuerdo con los conjuntos de acción existentes y potenciales.

Para el caso de los países subdesarrollados la implicación negociada entre las redes se constituye como un factor determinante para fijar objetivos, en ese sentido la potencialidad del estudio de las redes destaca más que nada en la construcción de estrategias reticulares, de acuerdo con los conjuntos de acción existentes y que presentan posibilidades.

Aunque cabe aclarar, que las redes no son el resultado de la voluntad de un solo actor sino que responde a un plan estratégico, donde cada uno participa en un conjunto de interacciones con otros actores relativamente autónomos motivados por un interés propio, situación que demanda ajustes continuos y adaptaciones mutuas (Granovetter, 1985). En ese sentido la red se viene configurando conforme transcurre el tiempo y los intereses, no nace en forma de red sino que es construida a partir de los actores involucrados.

Lo que caracteriza a la red es no tener una tendencia bien definida; su estructura se encamina hacia la ramificación, debido a ello los lazos informales, así

como las relaciones sociales que se van entretejiendo son poco visibles para los observadores externos.

Dentro de la estructura de las redes no importan las características de las personas sino las relaciones que éstos mantienen entre sí, lo que se ha llegado a conocer en la literatura como *embeddedness* estudiado por Granovetter (*idem.*).

Barajas (2000) establece que el análisis de redes incorpora dos componentes principales acerca de la relación social: 1) El actor principal en la red participa en un sistema social donde confluyen otros actores; y 2) El sistema social está conformado por niveles establecidos como una subestructura. En ese sentido la red es definida como un tipo específico de relaciones conectadas y definidas por una gama de personas, objetos y eventos.

De igual forma la estructura de la red está compuesta por las relaciones que pueden ser identificadas como una parte de la misma y la otra por las relaciones que existen alrededor. En ese sentido siguiendo al autor establece que la red teóricamente está determinada por seis aspectos:

- Transacción (actores que intercambian bienes y servicios)
- Comunicación
- Margen de predominio (diferentes actores traen partes de diferentes subsistemas)
- Sentimentales (vínculos derivados de relaciones personales)
- Poder y autoridad (este tipo de relaciones son desarrolladas en organizaciones formales y están determinadas por derechos y obligaciones)
- Vínculos familiares

Para el análisis de redes, la identificación de actores, los roles y posición de esos actores en la estructura social juegan un papel fundamental, entendida al rol en términos de colección de relaciones, así como la posición de un actor en la red social, referida a una colección de actores quienes están en actividades sociales similares, o interactúan con respecto a los actores en otras posiciones (Wasserman y Faust, 1994, citado por Barajas, 2000).

El rol social es conceptualizado teóricamente dependiendo de la posición social que puede ser presentada en tres diferentes niveles: 1) actores principales, 2) subconjunto de actores de que tienen diversas relaciones, y 3) la red como un todo.

Por su parte Villavicencio (1994) expone cuatro supuestos tomados de la nueva sociología económica que pueden ser útiles para el análisis de las redes sociales en la industria de la confección donde destaca:

1. La persecución de objetivos económicos va siempre acompañada de consideraciones no económicas como son la sociabilidad, aprobación, el status social, el poder o la moral.

2. La acción económica está socialmente impregnada y no puede ser explicada a través de los móviles individuales, depende de relaciones personales que los individuos entretejen en varios espacios.
3. Las instituciones económicas (en este caso las empresas de la industria del vestido) como cualquier institución no están automáticamente determinadas por circunstancias externas sino son socialmente construidas. En esas circunstancias las empresas como actores económicos son heterogéneas y reales en la medida que se considera su sello social.
4. No es posible comprender la estrategia económica de una empresa sin tomar en cuenta su sello social que caracteriza a sus dirigentes o trabajadores en ese sentido el papel de los clubes, las cámaras empresariales, la dinámica de inserción dentro de los espacios locales, la relación del estado y el mercado, permite entender porque las empresas de una región tienen un comportamiento distinto a las otras.

En ese sentido, la organización en redes opera en una lógica de intercambio que difiere de la del mercado. A esta lógica de mercado se le conoce como *embeddedness* (Granovetter, 1985). De acuerdo con su traducción significa que no se puede extraer en ningún momento a los actores que dirigen las empresas del contexto social en el que se desenvuelven.

A partir de ahí, el capital social, estudiado por Burt (1992: 58) figura como un elemento importante, el cual se va a entender como las relaciones entre personas y grupos donde se encuentran imbricadas conceptualizaciones enfocadas a la confianza y mutuas obligaciones, que no pueden ser controladas ni manejadas por ningún actor de forma individual.

En el entendido de que la estructura social siempre se basa en relaciones que pueden ser componentes de una organización formal. Esta estructura se convierte en capital social cuando es apropiable por un actor con el fin de darle cumplimiento a sus objetivos (García, 2002).

Debido a que ninguno de los conceptos por sí mismo me permite tomar una sola argumentación de las redes que sirva de guía para la investigación; construyo un concepto con base en los diversos argumentos esgrimidos a lo largo del debate, para ello, se va a entender por red en esta investigación a las *relaciones* tanto implícitas como explícitas cuyas interacciones pueden ir del simple conocimiento a la creación de relaciones de *cooperación* multifuncional. Están claramente definidas, orientadas al desarrollo de la competitividad, integran un sistema de *acción* relativamente autónomo y obedecen a *reglas* con lo que tienen efectos económicos y son producto de la *estrategia* de los actores e instituciones (Casalet, 2000; Granovetter, 1985; Arvanitis, 1996; Gereffi y Korzeniewics, 1994).

Para este trabajo nos interesa estudiar la interacción social de los actores dentro de la conformación de la red con base en el concepto manejado por Arvanitis (1996)

y Barajas (2000) sobre el carácter de la estructura social de las relaciones de producción presentes en los distritos industriales.

El análisis de redes sociales para algunos constituye una metodología y para otros es una forma de operacionalizar conceptos.

### *Operacionalización del enfoque de redes*

De acuerdo con Scott (1992) existen dos formas de operacionalizar el análisis de redes sociales:

- a) La metodología conocida como “bola de nieve” consiste en elegir a un actor o set de actores focales, a quienes se les pide nombrar sus lazos de relaciones y así sucesivamente hasta no tener información relevante. Presenta una desventaja ya que existen algunos integrantes de la red aparentemente desconectados.
- b) El otro método es el de las redes egocéntricas que presentan conexiones alter y sin ellas (sólo ego). El primero consiste en seleccionar nodos focales e identificar los nodos con quienes ellos están conectados. A partir de ahí se determinan cuales de los nodos identificados en la primera etapa están conectados con los demás. Con este método sólo se describirían las relaciones inmediatas del sujeto elegido como nodo focal (Hanneman, 1999). En los dos enfoques, el análisis se parcializa con relación a la red completa, pero sirve para obtener información sobre descripciones detalladas sobre las relaciones dadas entre los agentes involucrados. En este trabajo se utilizará el método de redes egocéntricas, aunque hubiera sido más conveniente obtener los datos por medio del primer método.

John Scott (1991) dice que los elementos que determinan el diseño de investigación en redes son: a) las unidades muestrales; b) las formas de relaciones; c) el contenido relacional, donde se identifica a los tipos más comunes de relaciones transaccionales, de comunicación, de penetración, sentimentales, de poder/autoridad y de parentesco; d) el nivel de análisis, donde se distinguen cuatro: el egocéntrico, la diada, la triada y la red completa.



[II]  
CONTEXTO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MÉXICO  
Y PRINCIPALMENTE EN JALISCO

El objetivo de este capítulo es hacer un análisis de la industria del vestido en los ámbitos nacional y estatal, específicamente del estado de Jalisco. Ello nos permitirá tener una visión más amplia sobre la dinámica del sector, dificultades, potencialidades y su distribución de acuerdo con variables como número de establecimientos, población ocupada, valor agregado y producción.

*Antecedentes*

Dentro de los trabajos sobre el proceso de la industria del vestido<sup>1</sup> en México, se encuentran los de Salvucci (1992) durante la colonia y Garza (1985). Este último se enfoca al análisis del desarrollo y concentración espacial de las actividades industriales. Argumenta que la aglomeración de actividades industriales ha estado influenciado por las concentraciones poblacionales y la infraestructura.

Desde una perspectiva de corte empírico existen las investigaciones de Martínez (1997), Terán (1996), Portos (1996), Avilés (1996), Bolaños (1999), Barrón (1996), Martínez de Ita (1996) y Cetré (1995), quienes analizan la situación actual del sector y sus condiciones ante los cambios que se están suscitando en el ámbito mundial.

Dentro de los estudios pioneros en Jalisco sobre la industria del vestido figuran los de Aldana (1984), Durand (1986, 1992), Gabayet (1988),<sup>2</sup> Alba y Kuijt

---

<sup>1</sup> No se intenta hacer un análisis de la industria del vestido. La intención es señalar que existen otros trabajos sobre el tema. Estoy consciente que existe abundante bibliografía al respecto.

<sup>2</sup> Gabayet (1988) hace un estudio y explica el inicio de las fábricas textiles en Guadalajara, su organización, estructura de la mano de obra y el papel que jugaron los sindicatos. Encuentra que desde sus inicios la fuerza de trabajo estuvo integrada por la mano de obra femenina. Desplazada posteriormente por la mano de obra masculina a finales de la década de los cincuenta, como consecuencia de la introducción de maquinaria. Explica que a partir de dicho acontecimiento las obreras desplazadas

(1988), que analizan el proceso de industrialización en Jalisco, enfatizando la importancia del sector dentro del desarrollo industrial de la región. Mas recientemente, los estudios dentro del sector se han hecho más puntuales, analizando la rama de la confección. Al respecto se encuentran los estudios de Arias y Wilson (1997) y Lailson (1980), presentados desde diversas perspectivas: históricas, antropológicas y sociológicas que permiten entender el desempeño de la actividad actualmente. Aunque el objetivo de esta parte no es hacer un análisis exhaustivo de la industria del vestido a lo largo de su historia, conviene hacer mención de otros estudios sobre el tema.

### *Tendencias en los estudios de la industria del vestido*

De acuerdo con las evidencias encontradas hasta este momento, los trabajos en la industria del vestido se vislumbran desde cuatro ámbitos: estadístico, integración de relaciones espaciales y productivas, la informalidad y comparativo. El estadístico presenta la situación de la confección con base en variables numéricas como son el empleo, producción y valor agregado, entre otras y su función se limita a describir el comportamiento de dichos datos, sus conclusiones son de tipo estructural y pueden ser de corte transversal o longitudinal, se pueden encontrar en los trabajos de Vera (1999), Dussel (1999), Portos (1996) y Bolaños (1999).

En los estudios enfocados al análisis de las relaciones espaciales y productivas se da prioridad al impacto que tiene el desarrollo de la confección en un determinado espacio geográfico. La influencia de las tradiciones históricas para el desarrollo de la actividad ha propiciado la especialización productiva de regiones muy específicas del estado de Jalisco, trabajos con estas características pueden ser consultados en Arias y Wilson (1997).

Los estudios sobre trabajo informal, priorizan la perspectiva del trabajo a domicilio como formas productivas, pero marginales, que sin embargo juegan un papel muy importante dentro de la estructura productiva de la confección, entre ellos los de Lailson (1980), Arias y Wilson (1997).

Por otro lado, los trabajos comparativos de la industria han sido desarrollados últimamente debido a la necesidad de tener referentes analíticos, por medio de enfoques teóricos actuales, que permitan entender el funcionamiento de los diversos encadenamientos de las empresas y las redes que se crean alrededor, en este sentido se encuentran los trabajos de Carrillo, Hualde, Almaraz y Morales (1999).

---

tuvieron que emplearse como trabajadoras de maquila a domicilio. En un estudio anterior, Durand (1986) hace un estudio sobre el desarrollo de la rama de hilados y tejidos, además analiza el papel del sindicalismo textil nacional y en especial la función que desempeñó en Jalisco.

Este trabajo se desarrolla bajo la perspectiva de análisis de las relaciones espaciales y productivas, y el análisis de redes sociales, específicamente las enfocadas a las relaciones de producción.

### *La industria del vestido en el contexto nacional*

La industria del vestido,<sup>3</sup> fue una actividad manufacturera importante, y a ella se debe en parte el éxito del proceso de industrialización de los países avanzados, en sus primeras fases se concibió como el elemento dinamizador. Aunque esta actividad va incorporando los avances tecnológicos a medida que sus procesos de industrialización avanzan hacia actividades de mayor sofisticación.

La industria textil-confección se empieza a consolidar a partir de la década de los treinta, cuando adquiere un marcado dinamismo. Los primeros registros se dieron en 1945, con la organización por parte de los empresarios del ramo para conformar la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIIVE) en la ciudad de México con 1 069 socios (*Empresas de Jalisco*, 1998).

Hablar sobre la industria del vestido y sus redes, implica necesariamente remitirnos al concepto de la cadena productiva (esquema 2.1 fibras-textil-confección), que Martínez (1997) considera no se ha podido dar ya que existe poca integración entre los productores de telas y los confeccionistas de ropa locales. En ese mismo contexto, no existe consenso para definir al eslabón más débil por el número de empresa que representan. Portos (1996) dice que es el de fabricación de hilos y Martínez argumenta que son las telas.

El segmento de la cadena está conformado de la siguiente forma: la industria productora de fibras suministra a la productora de hilos y telas que sirven para la elaboración de los bienes finales en la confección. En ese sentido, las estrategias para el sector deben contemplar estos encadenamientos, donde se analizan los puntos más débiles y fuertes.

Empresas como Vanity, Roberts, Cannon Mills, High Life, Martí, Julio, Revolución Moda, Cambio, Playtex, Movis, Club 501, entre otros, han modificado sus estrategias productivas y de mercadotecnia, lo cual les ha permitido introducir modelos de moda con alta calidad y a precios competitivos, tomando en consideración la estrategia de conformar redes (Portos, 1996).

Otro ejemplo lo constituye el Grupo Hytt, S. A. de C. V. en Tepeji del Río (Te-rán, 1996) que se dedica a la producción de hilo y a la manufactura de sus telas. Se encuentra ubicada dentro de las diez primeras del mundo. Actualmente se está

---

<sup>3</sup> Entendiéndose como industria del vestido, específicamente a la elaboración de prendas de vestir de uso externo. Se toma la clasificación que hace el INEGI, dentro de la Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAF). Cataloga a la actividad de producción de ropa dentro de la rama 3220, perteneciente al subsector textil (32).

enfrentando a un entorno cambiante debido a las especificaciones de los clientes que exigen calidad total y precio competitivo. Para ello, aplican el justo a tiempo en sus procesos productivos. Esto les permite eliminar los inventarios, demostrando que las empresas se están enfrentando al proceso de reestructuración productiva.

No todas las empresas pueden enfrentar esos retos. Se tiene evidencia empírica que más de 500 empresas de la confección a nivel nacional tuvieron que desaparecer con la apertura comercial. Según la Cámara del ramo, las exportaciones tuvieron una disminución de 50% en 1996 con respecto al año anterior. Aunque las exportaciones de maquila de prendas de vestir representan más de 90% del total del sector y según datos del INEGI, se utilizaron 97% de materias primas importadas.<sup>4</sup>

La especialización y la segmentación de la producción, donde el montaje de partes y componentes, es realizado por diferentes productores y se observa la participación de las redes que puedan conformar con otras empresas.

Cetré (1995) encuentra que el eslabón de la confección está atomizado y disperso. Los principales centros productores se ubican en el Distrito Federal, Nuevo León, México, Puebla y Jalisco. Entre las principales empresas que fabrican ropa de hombre se identifican: Arrow, Dana, Cavalier, GFT (High Life), Roberts, Scappino, Yale y Zaga; en ropa de mujer: Catalina, D'luv, Ivonne, Julio, Marcel, Sadaky y Vanity.

Las marcas juegan un papel muy importante durante el proceso de comercialización; sin embargo, la mayoría de las empresas dentro del sector venden su mercancía sin etiqueta y son las tiendas departamentales en los Estados Unidos, donde se les adhieren etiquetas de marcas con renombre mundial; generando con ello, cierto grado de incertidumbre en el proveedor ya que puede ser cambiado en cualquier momento, dependiendo de las necesidades de los compradores (Martínez, 1997).

### *Contexto actual de la industria del vestido*

La industria del vestido a nivel nacional se caracteriza por la alta participación de las grandes empresas en el empleo (46.5%) y el valor agregado (48.9%) con respecto al total de la rama (cuadro 2.1). Las pequeñas y medianas empresas son importantes en la industria del vestido el peso de las micro y grandes es mucho mayor. Estas últimas cubren respectivamente 57% del empleo y 55% del valor agregado. La baja generación del valor agregado con relación al valor bruto de la producción en la micro empresa es debido al uso de materias e insumos de alto costo y no lo transforman en valor agregado. A diferencia de las grandes donde es mayor la relación del valor agregado con respecto a la producción.

---

<sup>4</sup> Con el afán de crear una mayor integración de la economía local con la industria del vestido se creó el complejo industrial Nustart en Morelos cuya forma de funcionamiento es la producción en red (Portos, 1996).

Cuadro 2.1  
 Rama de la confección a nivel de estratos 1998\*

Estratos	Establecimientos	%	Personal ocupado	%	Producción bruta (miles de pesos)	%	Valor agregado (miles de pesos)	%
Micro	21 290	83.7	50 334	11.0	5365138	12.0	1751298	9.4
Pequeña	2 576	10.1	59 551	13.0	9490035	21.3	2999374	16.1
Mediana	1 184	4.6	134 269	29.3	7479556	16.8	4755248	25.5
Grande	387	4.5	212 947	46.5	17229149	38.7	9125272	48.9
Total	25 437	100.0	457 101	100.0	44505543	100.0	18631192	100.0

\* Se tomó la clasificación que hace la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa (2003). Son consideradas micro-empresas quienes tengan de 0 a 10 trabajadores; pequeña de 11 a 50; mediana de 51 a 250 y grande de 250 o más.

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI, Censos económicos, 1999.

La industria del vestido se compone de un gran número de pequeños negocios con un promedio 2.3 trabajadores y un reducido número de grandes establecimientos que emplean alrededor de 550 personas. Las pequeñas empresas son las más importantes en la generación del valor y la producción (cuadro 2.2). Una lectura de lo anterior nos dice que la micro es importante como generadora de empleo, pero el desarrollo de la industria del vestido tiene mejores posibilidades dentro de los estratos de mayor tamaño. Por ejemplo las empresas que tienen entre 16 y 50 trabajadores (pequeñas) son las más productivas.

La especialización productiva de México se enfoca hacia la producción de ropa exterior para caballero (cuadro 2.3) cuyas principales empresas se ubican en el Distrito Federal, Nuevo León, Puebla y Jalisco. Dentro de las principales marcan que se manejan figuran: Arrow, Dana, Cavalier, GFT (High Life), Roberts, Scappino, Yale y Zaga.

El uso intensivo de mano de obra es característico dentro de la fabricación de ropa; prueba de ello, es la conformación del personal ocupado, más de 80% corresponde a obreros, dándonos un indicador de que no existe un alto grado de tecnologización.

**Cuadro 2.2**  
Indicadores de la industria del vestido a nivel nacional por estratos, 1998

Estratos	Empleo promedio (personal ocupado / establecimientos)	Generación de valor agregado en miles de pesos (valor agregado/ personal ocupado)
Micro	2.36	34.79
Pequeña	23.11	50.36
Mediana	113.40	35.41
Grande	550.25	42.85
Total	17.96	40.75

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. *Censos económicos*, 1999.

**Cuadro 2.3**  
Personal ocupado en la industria del vestido a nivel nacional por tipo de actividad, 2000

	Ropa exterior caballero	Ropa dama	Camisas	Uniformes	Ropa exterior para niños
Total	18 753	6 352	5 515	3 867	4 416
Obreros	15 976	4 385	4 459	3 026	3 668
Empleados	2 777	1 967	1 056	841	748

Fuente: INEGI. *Encuesta industrial mensual*; los datos son hasta julio de 2000.

Resultado en parte, provocado por la política industrial prevaleciente, encaminada hacia la protección: tasas arancelarias favorables, permisos previos a la importación de prendas confeccionadas, beneficios que limitaban la competencia con los productos del exterior y se aseguraban un mercado interno cautivo.

Los incentivos indujeron la formación de empresas poco competitivas, con bajos estándares de calidad y producción. A raíz de la crisis de 1982, la producción se vio afectada, el proteccionismo empezó a disminuir, aunada por los fenómenos devaluatorios, el incremento en los insumos, se eliminaron los permisos de importación, se dio una contracción del mercado interno.

En 1984 mediante el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, se empieza a dar la sustitución gradual de los permisos de importación por aranceles. El sector se vio amenazado por la competencia mundial a partir de 1989 (Vera, 1999), dejó de ser una de las ramas más protegidas; esto hizo que las empresas cambiaran sus estrategias con el fin de ser partícipes del comercio mundial.

La importancia de la confección de ropa para caballero no solamente se ve reflejada en cuanto al personal si no que es líder tanto en el valor de la producción, remuneraciones y el valor agregado con respecto a la producción del subsector textil (cuadro 2.4).

Cuadro 2.4  
Indicadores económicos por tipo de producción, 2000 (%)

	Confección de ropa p/caballero	Confección de ropa p/ dama	Camisas	Uniformes	Exterior p/ niños
Personal ocupado total	9.64	3.26	2.83	1.98	2.27
Remuneraciones (miles de pesos)	7.95	2.79	2.13	1.43	1.60
Valor de la producción (miles de pesos)	4.72	3.99	1.60	1.03	1.53
Valor de venta (miles de pesos)	5.56	3.52	1.32	1.06	1.37

Fuente: INEGI. *Encuesta industrial mensual*; los datos corresponden a julio de 2000.

La industria del vestido es importante en la generación de empleos, pero no en términos de producción. Su participación en la producción industrial fue de 2.4%, aunque su participación en el empleo fue de 10.8% (cuadro 2.5). La confección es el sostén de la industria textil mexicana, proporciona casi la mitad de los trabajadores y más de una tercera parte de la producción, valor agregado y establecimientos.

**Cuadro 2.5**  
**Importancia de la confección respecto a la industria manufacturera**  
**y textil en México, 1998**

	Establecimientos	Trabajadores	Activos fijos (miles de pesos)	Producción (miles de pesos)	Valor agregado (miles de pesos)
	Absoluto				
Manufactura	344 118	4 232 322	887 555 618	1 829 118 682	581 113 005
Confección	24 437	457 101	10 973 644	44 505 543	18 631 192
Textil	55 252	894 005	62 073 892	138 371 086	49 478 632
	Participación porcentual				
Participación porcentual de la confección dentro de las manufacturas	7.10	10.80	1.23	2.43	3.20
Variación porcentual de los textiles con respecto a las manufacturas	16.05	21.12	6.99	7.56	8.51
Participación porcentual de la confección con respecto a los textiles	44.22	51.12	17.67	32.16	37.65

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos, 1999.

En los últimos tres años ha superado su presencia en la participación del empleo, producción bruta y valor agregado con respecto al sector manufacturero (cuadro 2.6).

La industria tiene un marcado dinamismo. En 1999 se presentó un crecimiento anual de 3%, y su participación en cuanto al producto interno bruto (PIB) manufacturero fue de 8%. Las exportaciones fueron de 10,030 mdd lo cual corresponde a 7% dentro de las exportaciones totales de México (cuadro 2.7).

En las últimas dos décadas las exportaciones han tenido un incremento en el periodo de 1982 a 1985 de 15% anualmente y de 1992 a 1995 de 36.5% (Vera, 1999: 154). Esto pone de manifiesto la adaptabilidad que ha presentado este sector ante la competencia mundial. Se puede decir que las exportaciones de la confección son de las más dinámicas, ya que presentaron un incremento de 384%, es decir dos veces más que el producido en las exportaciones totales de México (SECOFI, 1998).

**Cuadro 2.6**  
Importancia económica  
de la industria textil y del vestido

	1997	1998	1999	2000
Participación porcentual en el valor agregado				
Bruto precios constantes				
Nacional	1.8	1.8	1.8	1.8
Manufacturero	8.8	8.5	8.5	8.4
Participación porcentual en el personal ocupado				
Nacional	2.1	2.1	2.1	2.2
Manufacturero	17.4	17.4	17.4	18.0
Producción bruta (miles de pesos)				
A precios constantes	66 189 319	70 712 745	77 778 597	75 897 160
Valor agregado bruto (miles de pesos)				
A precios constantes	23 296 891	24 153 008	24 194 723	24 932 200

Fuente: INEGI. *Encuesta industrial mensual*, 2000.

**Cuadro 2.7**  
Comercialización (millones de dólares)

	1997	1998	1999	2000
Exportaciones	8 814.6	9 819.1	11 218.2	12 511.5
Importaciones	6 148.8	7 441.4	8 729.0	10 030.6
Saldo	2 665.8	2 377.7	2 489.2	2 480.9

Fuente: INEGI. *Encuesta industrial mensual*, 2000.

Por el lado de la inversión extranjera directa, en 1999 recibió el mayor monto registrado dentro del sector en los últimos seis años con 277 mdd, la razón es que 97% de las exportaciones mexicanas de textiles y prendas de vestir a EUA tienen trato preferencial en las fracciones arancelarias por el Tratado de Libre Comercio (TLCAN); por ejemplo, telas de lana, camisas y blusas de punto.

Se eliminaron las cuotas para la entrada al mercado estadounidense de algunos productos como son la ropa interior de algodón, vestidos de algodón, blusas y faldas de algodón, así como abrigos de lana para dama.

México se encuentra en una posición muy favorable con respecto a los demás países en cuanto a la exportación. En 1999 se presentó como el principal proveedor de EUA para 349 productos del sector textil y prendas de vestir, quien tuvo un incremento en su participación total de 1993 a 1999 de 40% (cuadro 2.8).

**Cuadro 2.8**  
**Importaciones de Estados Unidos**  
**de confecciones por principales países (%)**

	1993	1999
Total	100	100
China	16.2	11.5
Hong Kong	10.3	6.7
Taiwán	6.9	n.d.
Corea del Sur	6.5	4.3
México	4.4	13.4
Resto del mundo	55.7	58.9

Fuente: Secretaría de Economía, 2000.

La posición favorable que ostenta México con relación a otros países se debe en gran parte por el TLCAN. Aprovechando su ventaja competitiva en la exportación de ropa exterior para caballero y dama la cual constituye cerca de 50% del valor total de las exportaciones dentro de la confección (cuadro 2.9).

Dentro de todos los indicadores mencionados existen otros señalados por Martínez de Ita (1996) que fortalecen la posición monopólica que representa México:

- a) El 5% del ingreso de las personas en México es destinado al consumo de ropa.
- b) El costo de la mano de obra mexicana es de 0.87 dólares por hora, China 0.40 y EUA, 8.80. China está por abajo del costo de la mano de obra mexicana pero existen otros factores que no la hacen atractiva.
- c) En México existe el arancel cero para 85% de los productos contra 35% de impuestos en Asia.

Cuadro 2.9  
Principales productos mexicanos exportados en 1997  
(millones de dólares)

Productos	Absoluto	%
Trajes, conjuntos largos y cortos para dama, hombre y niños	50.4	37.16
Trajes sastres, vestidos, pantalones p/mujer, niños	28.9	21.31
Camisas, blusas para dama y niños	13.0	9.58
Sostenes	10.7	7.89
Camisería interior de punto	9.6	7.07
Suéteres, jersey, chalecos de punto	8.8	6.48
Camiseta interior, camisones y pijamas	7.5	5.53
Accesorios de vestir	6.7	4.94
Total	135.6	100.00

Fuente: INEGI. *Estadísticas de la industria maquiladora de exportación*. Varios años.

- d) En México el costo del flete es de 1 500 dólares por camión; en Asia de 3 mil dólares por contenedor.
- e) El tiempo de entrega de la mercancía mexicana es de cinco días contra un mes necesario de los asiáticos.

Conviene entonces, hacerse la siguiente pregunta ¿quiénes son las empresas que exportan e importan? De acuerdo con el INEGI las exportaciones de maquiladoras representaron durante el periodo de 1992 a 1994 el 88%, superándose esa cifra para 1992 en un 4% dentro de las exportaciones totales de prendas de vestir.

Este tipo de empresas juegan un papel importante dentro de las exportaciones en la confección. Durante 1999 contribuyeron con más de la mitad del intercambio comercial del sector textil (cuadro 2.10).

Cuadro 2.10  
Principales características de la industria maquiladora textil y prendas de vestir  
(millones de dólares)

	1993	1999	Incremento %
Número de establecimientos	738	1 340	82
Personal ocupado	98 096	241 835	147
Comercio	2 744	10 101	268
Exportaciones	1 395	6 526	368
Importaciones	1 349	3 575	165

Fuente: INEGI. *Estadísticas de la industria maquiladora de exportación*. Varios años.

La importancia que representan las maquiladoras de la confección, se debe en parte a la política implementada por el gobierno federal, otorgándoles una serie de apoyos como reducciones arancelarias a la importación de insumos. Como respuesta a lo anterior, de 1993 a 1999 se incrementó 1.8 veces el número de establecimientos (al pasar de 738 a 1 340). El personal ocupado aumentó en promedio 2.5 veces.

El grave problema que representan las maquiladoras del vestido para México es la poca integración, es casi nula, al aparato productivo (cuadro 2.11), así como su incipiente participación en la generación del valor agregado; ante esa disyuntiva lo ideal es apostarle a las industrias nacionales y al establecimiento de redes de proveedores y de esa forma lograr un verdadero desarrollo dentro de la industria del vestido, ya que solamente utilizan 2% de insumos nacionales, el resto es importado.

**Cuadro 2.11**  
Estructura de las materias primas,  
envases y empaques consumidos en la industria maquiladora  
de exportación de la confección (%)

Estructura	1993	1994	1995
Total	100.0	100.0	100.0
Importados	98.5	98.4	97.6
Materias primas y auxiliares	94.4	93.6	92.2
Envases y empaques	4.1	4.8	5.4
Nacionales			
Materias primas y auxiliares	1.5	1.6	2.4
Envases y empaques	0.2	0.3	0.2

Fuente: INEGI. *Estadísticas de la industria maquiladora de exportación.*

### *Ubicación geográfica*

No existe un patrón geográfico determinado acerca de la ubicación de las empresas de la confección. Se concentran principalmente en los estados del norte del país (Baja California, Chihuahua), centro (Distrito Federal), occidente (Jalisco) y sureste del país (Yucatán) (Secretaría de Economía, 2000).

Con relación al número de empleos generado en la industria del vestido, Jalisco se ha mantenido en los últimos años dentro de los diez más importantes a nivel nacional. Antecedido por estados como Aguascalientes, Edo. de México, Durango, Coahuila, Guanajuato y Puebla (cuadro 2.12).

En cuanto a la producción de prendas de vestir, Jalisco se encuentra presente dentro de las primeras cuatro posiciones respecto al total nacional, lugar que ha ocupado desde 1993 (cuadro 2.13).

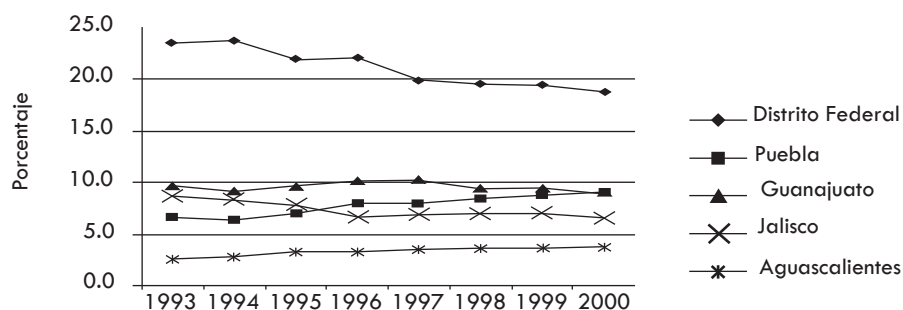
**Cuadro 2.12**  
**Distribución del personal ocupado en la rama de la confección, 1993-1998**

Estado	Trabajadores	%	Trabajadores	%
	1993		1998	
Puebla	23 197	11.20	62 729	13.83
Coahuila	10 453	5.05	34 358	7.58
Durango	11 617	5.61	30 634	6.76
Edo. de México	16 552	7.99	34 973	7.71
Guanajuato	7 922	3.82	22 551	4.97
Aguascalientes	8 605	4.15	21 528	4.75
Jalisco	8 322	4.02	19 579	4.32
Yucatán	10 269	4.96	20 724	4.57
Distrito Federal	43 181	20.84	46 982	10.36
<b>Total</b>	<b>207 182</b>	<b>100.0</b>	<b>453 414</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos 1994 y 1999.

A pesar de haber sufrido un descenso ha logrado mantener su posición en los últimos cuatro años (gráfica 2.1), a diferencia de otros estados que históricamente han sobresalido en la producción de ropa. Esta producción ha descendido en estados como el Distrito Federal, debido a que las grandes ciudades, cada vez más tienden a especializarse dentro de la producción de servicios y las industrias tradicionales suelen ubicarse en los espacios periféricos. Pensamos que al hacer el análisis a nivel estatal se presente la misma situación.

**Gráfica 2.1**  
**Participación de los estados dentro del producto interno bruto**  
**en la rama de la confección, 1993-2000**



Fuente: INEGI, 2000.

Cuadro 2.13  
 Posición del estado de Jalisco con respecto al PIB  
 de la industria de la confección a nivel nacional, 1993-2000

Posición	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1	DF	DF	DF	DF	DF	DF	DF	DF
2	Guanajuato	Guanajuato	Guanajuato	Guanajuato	Guanajuato	Guanajuato	Guanajuato	Puebla
3	Jalisco	Jalisco	Jalisco	Puebla	Puebla	Puebla	Puebla	Guanajuato
4	Puebla	Chihuahua	Chihuahua	Chihuahua	Jalisco	Chihuahua	Chihuahua	Chihuahua
5	N. León	Puebla	Puebla	Jalisco	Chihuahua	Jalisco	Jalisco	Jalisco
6	Chihuahua	N. León	N. León	N. León	N. León	N. León	N. León	Coahuila
7	Hidalgo	Hidalgo	Ags.	Ags.	Ags.	Hidalgo	Coahuila	N. León
8	Ags.	Ags.	Hidalgo	Hidalgo	Hidalgo	Coahuila	Ags.	Ags.
9	Coahuila	Coahuila	Coahuila	Coahuila	Coahuila	Ags.	Hidalgo	Hidalgo

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI, *Sistemas de cuentas nacionales*.

## La industria del vestido en Jalisco

La estructura industrial en Jalisco en 1998 está enfocada principalmente hacia la fabricación de alimentos, maquinaria y textiles. La participación tanto de establecimientos como de trabajadores, así lo demuestran (cuadro 2.14). La industria textil<sup>5</sup> es una de las tres actividades más importantes del estado: aporta 16% de trabajos y 13% de unidades económicas con relación al total de la industria manufacturera.

Cuadro 2.14  
Estructura de la industria manufacturera a nivel estatal, 1998

Subsector	Establecimientos	%	Personal ocupado	%
Alimentos	8 333	29.99	84 112	25.83
Textil	3 703	13.33	52 987	16.27
Madera	3 481	12.52	21 994	6.75
Papel y editoriales	1 449	5.22	13 354	4.12
Química	1 381	4.98	46 079	14.15
Minerales no metálicos	3 497	12.58	20 478	6.28
Metálica básica	22	0.07	1 915	0.58
Maquinaria y equipo	5 409	19.46	80 772	24.8
Otras industrias	509	1.85	3 925	1.22
Total	27 784	100.00	325 616	100.00

Fuente: INEGI. Censos económicos, 1998.

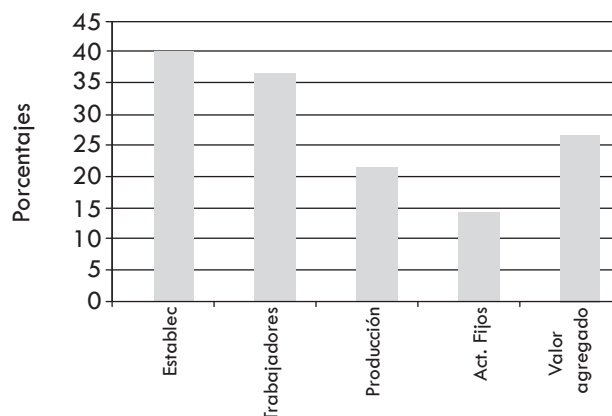
El sector textil está compuesto mayoritariamente por la industria del vestido; cuatro de cada diez establecimientos de la industria textil se dedican a la confección de prendas de vestir. Representa a 36% del personal ocupado y produce 23% de los artículos en la industria textil (gráfica 2.2).

La planta productiva dentro de la confección del estado de Jalisco se encuentra estructurada principalmente de micro y pequeñas empresas que representan 87% del total de la rama (cuadro 2.15). Se caracterizan porque producen más de la mitad de la ropa (58.7%)<sup>6</sup> y dan empleo a cinco de cada diez trabajadores de la

<sup>5</sup> Jalisco fue uno de los estados más importantes en el crecimiento de la industria textil en el ámbito nacional. Industria que se ha desarrollado desde mucho tiempo atrás, así lo demuestran los trabajos de Durand en 1992, Aldana en 1979, Mariano Bárcena en 1880.

<sup>6</sup> Aunque cabe hacer notar que el dato anterior puede estar subrepresentado y que la realidad sea mucho más significativa. Debido a que la gran mayoría de los talleres

Gráfica 2.2



Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. *Censos económicos, 1999.*

confección. Sin embargo, son la mediana y la gran empresa con tan sólo 4.2% del total de establecimientos en 1998 las que generan alrededor de 41% de empleo, producción y valor agregado total.

En el ramo de la confección se emplea en promedio a trece trabajadores por establecimiento, pero esa relación varía según el tamaño de empresa, observándose una brecha considerable entre el estrato menor y el mayor. Por ejemplo: la micro emplea aproximadamente a tres trabajadores por establecimiento mientras que la pequeña a 38 y la mediana a 100 (cuadro 2.16). El hecho de emplear a un número reducido de trabajadores hace suponer la carencia de grandes estructuras administrativas, los empresarios poseen mayor libertad para reaccionar rápidamente y así tomar ventajas sobre las nuevas oportunidades, situación que deriva, principalmente, de la centralización de la toma de decisiones del dirigente empresarial.

Las pequeñas empresas poseen una serie de ventajas con respecto a los grandes establecimientos, como lo señala Avilés (1996: 452), destaca la forma de comunicación interna eficiente e informal. Esta situación facilita una rápida respuesta a la solución de los problemas internos, además, las pequeñas empresas se encuentran inmersas en mercados reducidos, pero sofisticados, donde mantienen vínculos con los clientes.

no se encuentran registrados, por ejemplo Lailson encontró para 1980 que había unos diez talleres de ropa ilegales por cada 100. Esto significa un problema por el uso de las estadísticas oficiales.

Cuadro 2.15  
Estructura de la confección a nivel de estratos en Jalisco, 1998

Estratos	Establecimientos	%	Personal ocupado	%	Producción Bruta (miles de pesos)	%	Valor agregado (miles de pesos)	%
Micro	1 143	75.8	3 906	20.0	370 504	19.6	145 927	17.6
Pequeña	168	11.1	6 409	32.8	740 139	39.1	294 570	35.5
Mediana	63	4.2	6 333	32.4	657 967	34.7	290 741	35.1
Grande	*	0	2 897	14.8	125 585	6.6	97 512	11.7
Total	1 509	100.0	19 545	100.0	1 894 195	100.0	828 750	100.0

\* La sumatoria no coincide con el total, debido a que se encuentran menos de tres establecimientos en ese estrato y se contabilizaron en otra rama de actividad.  
Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI, Censos económicos, 1999.

Cuadro 2.16  
Indicadores relevantes de la industria de la confección en Jalisco por estratos de empresa, 1998

Estratos	Empleos promedios (personal ocupado/ establecimientos)	Índice de capitalización* (miles de pesos)	Índice de producción** (miles de pesos)	Rentabilidad*** (miles de pesos)	Remuneraciones promedio mensual (pesos)	Remuneraciones promedio (diario)
Micro	3	49.4	94.8	37.3	852.4	27.5
Pequeña	38	25.7	115.4	45.9	1470.9	49.0
Mediana	100	12.7	103.8	45.9	1745.1	58.1
Grande	nd	9.16	43.3	33.6	2537.9	84.59
Total	13	23.8	96.9	42.4	1589.0	52.96

\*El índice de capitalización indica las condiciones existentes en tecnología. Se obtiene al dividir los activos fijos entre el personal ocupado.

\*\*Índice de producción indica el nivel de producción por trabajador. Se obtiene al dividir la producción bruta total entre los trabajadores.

\*\*\*Índice de rentabilidad, indica si hubo transformación en el producto que genere una ganancia adicional al costo adjudicado a las materias primas. Se obtiene al dividir el valor agregado entre los trabajadores.

Fuente: INEGI, Censos económicos, 1999.

Y por último, se trata el aspecto de la flexibilidad entendida en términos de la capacidad de respuesta que puede tener la fábrica a los cambios en el mercado. Esta flexibilidad sólo es posible debido a la estructura productiva y organizativa que les permite atender en tiempo y forma los requerimientos de los clientes.

Las micro empresas son las que presentan el mayor índice de capitalización. Los negocios con menos de diez trabajadores tienen invertidos en maquinaria, equipo y bienes inmuebles 49 400 pesos por trabajador. Esto pudiera indicarnos que en este tipo de negocios se desarrolla el proceso productivo de costura y confección de las prendas. Aunque los estratos de pequeñas y medianas empresas presentan índices de capitalización bajos no quiere decir que no tengan inversión; al relacionarlos con el número de trabajadores tienen invertidos una cantidad ocho veces superior que las micro empresas.

No existe una homogeneidad en el pago de las remuneraciones dentro de la rama del vestido. Las diferencias salariales se encuentran claramente marcadas por los estratos de empresa. Las grandes empresas son las que ofrecen un mayor nivel salarial (2.9 salarios mínimos diarios).<sup>7</sup> Es decir, ofrecen 1.2 salarios más que el promedio de la industria. Esta situación puede ser explicada. Los grandes establecimientos se encuentran estructurados por varios puestos administrativos (como gerentes, directores, jefes de producción, de ventas), que perciben altos ingresos, a diferencia de los obreros que en la mayoría de los casos reciben sueldos mínimos.

A pesar del desempleo generado dentro de la actividad industrial en el estado de Jalisco. La rama de la confección se comporta de manera diferente (de acuerdo con los datos proporcionados por el IMSS). El dinamismo de la rama de la confección en el estado se ve claramente. En los últimos seis años registra un incremento de 24.3% anual en el número de establecimientos y en el periodo 1995-2000 se registraron 1 611 nuevos establecimientos ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Entre 1995 y 1997 surgieron además, 102 empresas de la industria del vestido en general en su mayoría de tamaño micro (50 así lo manifiestan). El incremento en el número de empresas trajo consigo un mayor número de empleos. Entre 1995 y 2000 se crearon 37 392 nuevos puestos de trabajo, según datos proporcionados por el IMSS; es decir, el ritmo de crecimiento en el empleo fue alto (36.8% anual). De igual forma para el año 2000 se encontraban clasificados 1 357 patrones permanentes dedicados a la fabricación de prendas de vestir, cifra que representa a 9.69% de los 14 010 patrones registrados en la industria de la transformación.

---

<sup>7</sup> El salario mínimo para Jalisco en 1998 era de 28 pesos diarios, información proporcionada por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos.

### *Especialización productiva en la industria del vestido en Jalisco*

La industria del vestido en Jalisco se caracteriza por la producción de ropa para dama (40% respecto al total de la producción de ropa); le siguen en orden de importancia la de caballero (30%), ropa infantil (15%); ropa deportiva (7.5%), blancos y otros (7.5%) (CANAIVE, 2000).

Actualmente (2003) la industria presenta un elevado grado de utilización de su capacidad instalada.<sup>8</sup> Funcionando con 88.3% de su capacidad. Presenta una mayor integración en la utilización de insumos nacionales (89.3%). La participación de los insumos importados es mínima, solamente 10.7%.<sup>9</sup>

La antigüedad promedio de su maquinaria y equipo es de seis a ocho años; en la mayoría de los casos (81.3%) se adquirió por medio de proveedores nacionales, y de la maquinaria importada (18.7%) procede principalmente de Estados Unidos, Alemania, Japón, China y Colombia.

Los principales canales de distribución para la venta de las prendas han tenido un incremento porcentual de 1992 a 2000 en tianguis y mercados de 17.4%, en las tiendas departamentales decrecieron en un 20.5%, aunque esas reducciones se canalizan hacia otras formas de distribución no especificadas (CANAIVE, 2000), que tuvieron incrementos de 40%; esto puede ser explicado ya que los canales formales de distribución han perdido importancia respecto a los medios informales por la competencia desleal que realizan.

### *Exportaciones e importaciones*

Para 1997, la industria del vestido presenta un saldo positivo en la balanza comercial de 73.8 millones de dólares en Jalisco. El desarrollo de esta rama ha estado apoyada por la maquila de exportación (cuadro 2.17). Las exportaciones durante el año 2000 en el sector nacional fueron de 8 427 millones de dólares. Jalisco aportó 180 millones de dólares que lo ubican en la posición número siete (CANAIVE, 2001).

No solamente las empresas maquiladoras exportan. Existe un consolidado número de empresas con capital nacional asentadas en el estado de Jalisco dentro del sector exportador (cuadro 2. 18). Dentro de los principales productos comercializados hacia el exterior sobresalen las prendas de uso externo como son: camisas, ropa

---

<sup>8</sup> El Sistema Estatal de Información del gobierno de Jalisco y la CANAIVE aplicaron una encuesta a 150 fabricantes afiliados a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido delegación Jalisco. El levantamiento ocurrió durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2003. La encuesta tiene una representatividad de 90% con un margen de error de +-6.3% (SEIJAL y CANAIVE, 2003).

<sup>9</sup> Los principales insumos importados son algunos tipos de telas: poliésteres, popelinas, razos, algodón, forro, mezcilla, lycra, entretelas y tergal, entre otros; botones, hilos, cierres, agujas, ganchos, etiquetas.

deportiva, fabricación de calcetines. El mercado estadounidense es el más recurrente dentro de la comercialización de las prendas, seguido por Canadá y Costa Rica.

Cuadro 2.17

Balanza comercial de la industria del vestido en Jalisco, 1997 (millones de dólares)

	Industria textil	Confección	Total
Exportaciones	85 448	108 752	194 200
Porcentaje	43.8	55.6	100
Importaciones	59 976	35 224	95 200
Porcentaje	62.1	36.8	100
Saldo	25 472	73 528	99 000

Fuente: SECOFI, 1998.

Cuadro 2.18

Empresas exportadoras del vestido en Jalisco, 2000

Nombre	Tipo de producto
Ubicadas en Guadalajara	
Camisas Tequila Wear	Fab. de camisas para caballero y niño
Cia. Textil Alma, SA de CV	Fab. de pantimedias, calcetines y tobilleras
Consorcio industrial de Occidente, SA de CV	Fab. de ropa deportiva (camisetas, short)
Diseños Maseli, SA de CV	Fab. de prendas de vestir
Interpunto México, SA de CV	Fab. prendas de vestir
María de Guadalajara, SA de CV	Ropa artesanal
Maxine of Hollywood, SA de CV	Fab. de trajes de baño
Meratex, SA de CV	Fab. de pantimedias de nylon para dama
Mayoreo Norma, SA de CV	Playeras, ropa interior caballeros y niños
Quetzalli Mágicos Tejidos Mexicanos	Diseño de ropa de manta en alta costura
Ganen Pantalones, SA de CV	Pantalones y short de mezclilla
Ubicadas en Zapopan	
Finacril, SA de CV	Fab. de calcetines y tobilleras
Goyet	Fab. ropa casual de manta y telas artesanales
Infantiles Alana	Fab. ropa bebés, niños y niñas
Quality Guadalajara	Fab. ropa para niño
Ubicadas en Zapotlanejo	
Héctor Álvarez La Espuela de Oro	Fab. de camisas charras

Fuente: elaboración propia con base en Bussines. Consultado 12 de junio de 2002 en: [Guadalajara.gov.mx/oferta/ofvestie.html](http://Guadalajara.gov.mx/oferta/ofvestie.html).

### *Problemática del sector del vestido en Jalisco*

Esta rama ha tenido que enfrentar varios obstáculos. De acuerdo con Pozos (1997: 116) fue una de las más afectadas por la reestructuración económica, ya que propició que se cerrara 50% de las empresas debido a que no pudieron sobrevivir por falta de liquidez, deudas y por la contracción del mercado nacional. Paralelamente otro 50% de las industrias se ha consolidado, mediante diversos grados de modernización, presenta liquidez y capacidad para penetrar dentro de los mercados nacionales e internacionales, observándose esto específicamente en aquellas empresas que tienen la experiencia de exportar o maquilar a empresas extranjeras.

Aparte de otros factores tanto internos como externos que propiciaron ese fenómeno entre los que destaca el financiamiento, promoción industrial, trámites administrativos, falta de asociación o vinculación de los empresarios con otros socios, poco interés de apoyo en asesorías y la multiespecialización de la mano de obra (*idem.*).

Actualmente la problemática no ha cambiado, se ha hecho más específica y jerarquizada. Con información proporcionada por SEIJAL y CANAIVE (2003), los fabricantes de ropa en Jalisco perciben los problemas en dos ámbitos: a) endógenos (relacionados directamente con la empresa) y b) exógenos (determinados por el contexto nacional). Dentro de los primeros figura la estructura organizacional de la empresa, abasto de materias primas, diseño de productos, rotación de personal, liquidez, coordinación con proveedores, inversión de capital, capacidad instalada y niveles de capacitación de mano de obra.

Dentro de los factores exógenos, consideran a la certidumbre económica, oferta del mercado, importaciones ilegales, desaceleración con Estados Unidos, trámites gubernamentales y acceso al crédito.

El principal problema mencionado (estructura organizacional), se debe más que nada a las prácticas empresariales dadas a partir de la organización familiar, influenciado por la cultura empresarial prevaleciente en el empresariado jalisciense. Estas prácticas laborales y organizativas en las que fueron creadas no se han ido adecuando a los cambios que a nivel macro se vislumbran (bloques, comerciales, marco regulatorio, apertura comercial).

La problemática de las materias primas se presenta sobre todo en las micro y pequeñas empresas ya que no tienen un suministro continuo de telas e hilos con diseño y colores de moda. Además de que existe una limitada relación entre los productores de tejido y las empresas confeccionistas.

Existe una saturación del mercado laboral en la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG), aunado a la alta rotación de personal, fuerte competencia por el personal capacitado tanto en el interior del sector como fuera del mismo, asociado al hecho de que es mínima la capacitación del personal de producción como técnico.

Anteriormente la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) en 1998 había realizado un estudio similar, y de los resultados obtenidos en ese entonces pa-

reciera que no se ha dado solución a los problemas que enfrenta este sector y llegan a las mismas conclusiones: existe una fuerte competencia de mercados informales, robo de marcas, desventaja de costos respecto a productores formales, y un acelerado crecimiento de la economía informal de prendas de vestir y telas de dudosa procedencia. Aunque Pozos (1997: 117) dice que frente al panorama, no del todo alentador, algunas empresas han tenido que emplear una serie de estrategias para hacer frente a la problemática. Dentro de las estrategias que utilizaron fue establecer nuevas formas de organizar la producción basándose en las experiencias de nuevas empresas que se han establecido en el estado. Las empresas que han logrado cambiar sus formas de producción y lograron sobreponerse a la crisis, constituyen una nueva generación de pequeñas industrias y han ejercido influencia dentro de las industrias locales con las que tienen relaciones. Hasta el momento en que se encuentra la investigación, no se ha encontrado evidencia empírica que pueda dar indicios de esta situación. Sí se ha hecho evidente, que los fabricantes de ropa al igual que el resto de los industriales son muy reacios a la hora de establecer alianzas de cualquier tipo con otros industriales dentro del mismo ramo. Y por lo tanto, estoy en desacuerdo con la aseveración anterior.

Eso por un lado, aunque existe otro tipo de empresas que solas han enfrentado la difícil situación del entorno. No se les podría llamar nueva generación de pequeñas industrias, porque siguen utilizando las mismas destrezas de sobrevivencia que implementaron sus antecesores y actualmente se mantienen dentro del sector productivo de ropa. Ejemplos de ello se pueden encontrar en localidades del estado de Jalisco, especializadas dentro de la producción de ropa: como son Zapotlanejo, Ayotlán, Villa Hidalgo, entre otras. Por lo tanto, no creo que estemos ante la presencia de una nueva generación de pequeñas industrias en el ramo de la industria del vestir.

### *Cadena productiva*

Actualmente en el estado de Jalisco no se tiene una cadena productiva consolidada ya que de acuerdo con los hallazgos encontrados por Vera (1999) existe un rompimiento en la cadena al principio, en el eslabón de despepite y empaque de algodón y en la elaboración de hilos para coser, bordar y tejer, además no hay fabricantes de fibras artificiales como son fieltro y entretelas. Lo anterior, demuestra que las redes que pudieran darse dentro del ramo sobrepasan los límites geográficos del estado y podría incluso del país, para el caso de las telas y los patrones. La cadena productiva del sector-textil-confección se compone de cinco eslabones: fibras, hilatura, tejido, acabado y confección. La confección de prendas de vestir es el eslabón más fuerte a diferencia del eslabón de fibras químicas (SECOFI, 1998). Dentro del eslabón de fibras químicas en Jalisco se encuentran solamente tres empresas productoras de fibras artificiales y sintéticas: Celanese Mexicana, S.A. de C.V., Celulosa y Derivados, S.A. de C.V. e Inpetmex, S.A., La empresa Celanese Mexicana se ubica en Ocotlán, Jalisco y se dedica principalmente a la producción de fibras sintéticas de poliéster como son:

filamentos de textil, filamento, acetato, acetato de fibra corta. Desde 1997 Celanese ha dejado de dirigir la producción de nylon de filamento textil. Celulosa y Derivados cuenta con una planta en El Salto, Jalisco y su función es la producción de fibra acrílica corta comúnmente utilizada en la bonetería. La empresa Inpetmex está instalada en El Salto, Jalisco elabora poliéster, fibra muy utilizada en la fabricación de prendas de tejido de punto y tejido plano.

La hilatura y tejido ya sea plano o de punto se constituye de 62 empresas para el primer eslabón y 137 en el segundo. En el eslabón de acabados (blanqueo, teñido y estampado e impermeabilizado) existen 22 empresas. A diferencia del eslabón de la confección que se encuentra integrado por 868 empresas de fabricación de ropa en general.

#### *Patrón de concentración geográfica de la industria del vestido en Jalisco*

El patrón de distribución espacial que presenta actualmente la industria del vestido en Jalisco se ubica en la región de Los Altos y parte de La Ciénega (mapas 2.1 y 2.2). En estudios anteriores (Arias, 1990: 20) se había encontrado que eran únicamente los municipios de Los Altos donde se producía la ropa. Actualmente observamos como Zapotlán y Puerto Vallarta figuran dentro de la industria manufacturera, esto nos indica que la demanda de prendas de vestir está aumentando, que ha saturado la oferta en el número de fábricas y establecimientos complementarios que sirven a la industria. Por lo que buscan en otros municipios los negocios que puedan maquilarles, pero el predominio sigue dándose en la zona de Los Altos, La Ciénega y La zona metropolitana de Guadalajara. Existe una marcada concentración de la actividad manufacturera de ropa en el estado, tan sólo en tres municipios (Guadalajara, Zapopan y Zapotlanejo) se concentra.

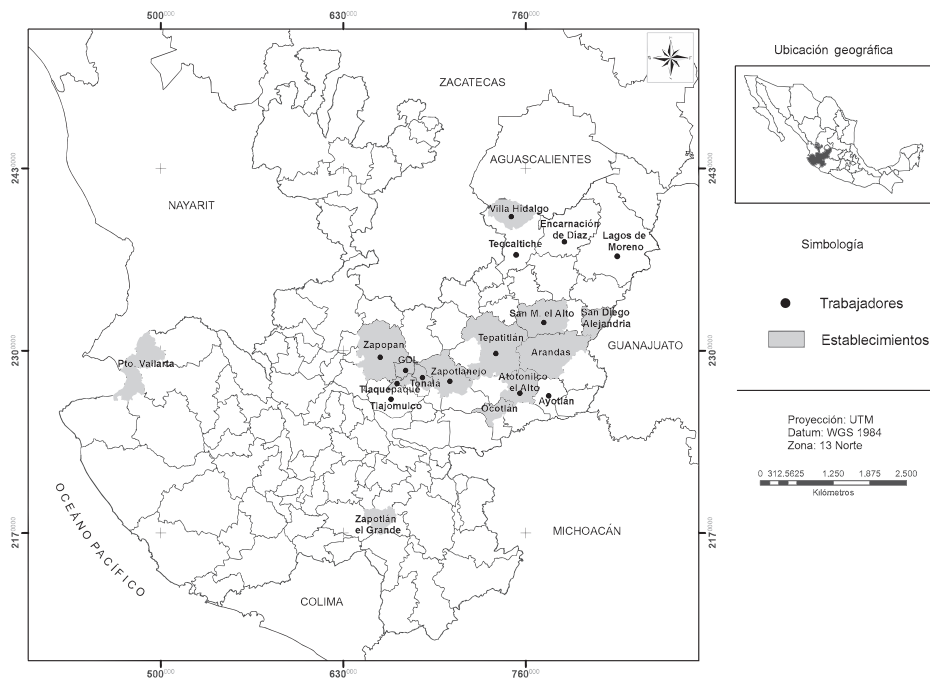
Más de la mitad (65%) de los establecimientos y trabajadores (51%) de la rama. Representan además, más de 55% de la maquinaria y valor agregado que se utiliza en la industria del vestido (cuadro 2.19 y 2.20).

Dentro de los tres municipios más importantes en la producción de ropa en el estado de Jalisco, sobresale la participación de Zapotlanejo. En el último periodo censal (1994-1998) se ha visto incrementar su participación dentro del número de establecimientos, trabajadores, activos fijos y valor agregado, a diferencia de Guadalajara que presentan una disminución de su participación porcentual en cuanto al número de establecimientos, personal ocupado, activos fijos y valor agregado. Lo anterior nos confirma la importancia que está adquiriendo Zapotlanejo dentro de la industria del vestido a nivel estatal.

Dentro de la industria del vestido se observa un proceso de descentralización, que no es nuevo, porque Arias (1990: 16) ya lo había señalado. Los datos actuales refuerzan el hallazgo anterior. El desplazamiento de la actividad en la industria del vestido se presenta desde la zona metropolitana de Guadalajara, hacia los munic-



**Mapa 2.2**  
**Principales municipios productores de ropa de acuerdo con su participación**  
**en el total de establecimientos y trabajadores,**  
**respecto al total estatal, 1998**



Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI, *Censos económicos, 1999*.

Al interior de los municipios productores de ropa se está dando una especialización productiva. Así encontramos municipios cuya actividad es principalmente la producción de ropa, como Zapotlanejo, Zapotlán del Rey y Ayotlán, entre otros (cuadro 2.22). Esto quiere decir que la proporción de población ocupada en la fabricación de ropa es mayor que el resto de las actividades productivas desarrolladas en el municipio, y que la mayoría de sus habitantes se dedican al proceso de fabricación de prendas de vestir y que a su vez conlleva una comercialización de las mismas.

Cuadro 2.19

Posición de los cinco municipios más importantes en el ramo de la confección de Jalisco, 1994-1998 (absolutos)

Establecimientos		Personal ocupado		Activos fijos		Valor agregado	
Municipio	Municipio	Municipio	Municipio	Municipio	Municipio	Municipio	Municipio
				nuevos pesos		nuevos pesos	
<b>1994</b>							
Guadalajara	409	Guadalajara	3580	Guadalajara	39806.9	Guadalajara	1 38804.9
Zapotlanejo	78	Zapotlanejo	620	Zapopan	10413.3	Zapopan	16096.2
Zapopan	67	Zapopan	605	San Miguel	9027.5	Zapotlanejo	12512.2
San Miguel	60	San Miguel	425	Zapotlanejo	8353.8	Tlajomulco	9924.5
Ayotlán*	44	Ayotlán	400	Ayotlán	7047.6	Ayotlán	9820.2
Subtotal	658	Subtotal	5630	Subtotal	74649.1	Subtotal	187158
Resto	134	Resto	2637	Resto	25222.5	Resto	32107.5
Total	792	Total	8267	Total	99871.6	Total	219265.5
<b>1998</b>							
Guadalajara	515	Guadalajara	7135	Guadalajara	138771	Guadalajara	304415
Zapotlanejo	210	Zapopan	1560	Zapopan	105329	Zapopan	105194
Zapopan	107	L. de Moreno	1548	Zapotlanejo	40665	San Miguel	99345
Villa Hidalgo	85	Zapotlanejo	1538	Villa Hidalgo	37890	Zapotlanejo	64511
San Miguel	40	Tepatitlán	1064	San Miguel	21155	L de Moreno	53048
Subtotal	957	Subtotal	12845	Subtotal	343810	Subtotal	626513
Resto	322	Resto	6700	Resto	121656	Resto	202237
Total	1279	Total	19545	Total	465466	Total	828750

\*Para el municipio de Ayotlán se tomó la decisión de utilizar el dato del número de establecimientos que aparece dentro del subsector 32 (industria textil), porque al analizar las diferencias entre la confección y textil con relación al número de establecimientos encontramos que el personal solamente varía en ocho personas. Fuente: Elaborado con base en el INEGI, XIV y XV Censo industrial; Censos económicos, 1994 y 1999.

Cuadro 2.20  
Posición de los cinco municipios más importantes  
en el ramo de la confección de Jalisco, 1993-1998 (%)

Municipio	Establecimientos					Personal ocupado					Activos fijos					Valor agregado								
	Municipio	Guadalajara	Zapotlanejo	Zapopan	San Miguel	Ayotlán	Municipio	Guadalajara	Zapotlanejo	Zapopan	San Miguel	Ayotlán	Municipio	Guadalajara	Zapotlanejo	Zapopan	San Miguel	Ayotlán	Municipio	Guadalajara	Zapotlanejo	Zapopan	San Miguel	Ayotlán
1993																								
Guadalajara	51.64	43.30	39.86	63.30		Guadalajara	43.30	39.86	63.30		Guadalajara	39.86	63.30						Guadalajara	39.86	63.30			
Zapotlanejo	9.85	7.50	10.43	7.34		Zapopan	7.50	10.43	7.34		Zapopan	10.43	7.34						Zapopan	10.43	7.34			
Zapopan	8.46	7.32	9.04	5.71		San Miguel	7.32	9.04	5.71		San Miguel	9.04	5.71						Zapotlanejo	9.04	5.71			
San Miguel	7.58	5.14	8.36	4.53		Zapotlanejo	5.14	8.36	4.53		Zapotlanejo	8.36	4.53						Tlajomulco	8.36	4.53			
Ayotlán	5.50	4.84	7.06	4.48		Ayotlán	4.84	7.06	4.48		Ayotlán	7.06	4.48						Ayotlán	7.06	4.48			
Subtotal	83.03	68.10	74.75	85.36		Subtotal	68.10	74.75	85.36		Subtotal	74.75	85.36						Subtotal	74.75	85.36			
Resto	16.97	31.90	25.25	14.64		Resto	31.90	25.25	14.64		Resto	25.25	14.64						Resto	25.25	14.64			
Total	100.00	100.00	100.00	100.00		Total	100.00	100.00	100.00		Total	100.00	100.00						Total	100.00	100.00			
1998																								
Guadalajara	40.27	36.51	29.81	36.73		Guadalajara	36.51	29.81	36.73		Guadalajara	29.81	36.73						Guadalajara	29.81	36.73			
Zapotlanejo	16.42	7.98	22.63	12.69		Zapopan	7.98	22.63	12.69		Zapopan	22.63	12.69						Zapopan	22.63	12.69			
Zapopan	8.37	7.92	8.74	11.99		L. de Moreno	7.92	8.74	11.99		Zapotlanejo	8.74	11.99						San Miguel	8.74	11.99			
Villa Hidalgo	6.65	7.87	8.14	7.78		Zapotlanejo	7.87	8.14	7.78		Villa Hidalgo	8.14	7.78						Zapotlanejo	8.14	7.78			
San Miguel	3.13	5.44	4.54	6.40		Tepatlilán	5.44	4.54	6.40		San Miguel	4.54	6.40						L. de Moreno	4.54	6.40			
Subtotal	74.84	65.72	73.86	75.59		Subtotal	65.72	73.86	75.59		Subtotal	73.86	75.59						Subtotal	73.86	75.59			
Resto	25.16	34.28	26.14	24.41		Resto	34.28	26.14	24.41		Resto	26.14	24.41						Resto	26.14	24.41			
Total	100.00	100.00	100.00	100.00		Total	100.00	100.00	100.00		Total	100.00	100.00						Total	100.00	100.00			

Fuente: Elaborado con base en el cuadro 2.19.

Cuadro 2.21  
 Número de establecimientos y personal ocupado  
 de acuerdo con su ubicación de metropolitanos, 1993-1998

	1993		1998		TCMA* 1993-1998	
	Establecimientos	Población ocupada	Establecimientos	Población ocupada	Establecimientos	Población ocupada
Municipios metropolitanos	495	4 522	690	9 567	7.88	22.31
Guadalajara	409	3 580	515	7 135	5.18	19.86
Tonalá	9	283	36	479	60.0	13.85
Tlaquepaque	10	54	32	393	44.0	125.56
Zapopan	67	605	107	1 560	11.94	31.57
Otros no metropolitanos						
Lagos de Moreno	9	172	15	1 548	13.33	160.0
S. Miguel el Alto	60	425	40	617	-6.67	9.04
Zapotlanejo	78	620	210	1 538	33.85	29.61
Subtotal	642	5 739	955	13 270	9.75	26.24
Resto	150	2 528	324	6 275	23.20	29.64
Total	792	8 267	1 279	19 545	12.30	27.28

\*TCMA Tasa de crecimiento media anual.

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos, 1994 y 1999.

Cuadro 2.22  
Municipios especializados en la fabricación de ropa en Jalisco, 1998

Municipio	Índice de especialización*	Grado de especialización**
Zapotlanejo	0.233	0.06
Zapotlán del Rey	0.239	0.06
Ayotlán	0.223	0.05
San Miguel el Alto	0.196	0.04
Encarnación de Díaz	0.156	0.02
Teocaltiche	0.152	0.02
Villa Hidalgo	0.137	0.02

\* Se utilizaron los índices construidos por Alegría, 1992: 12-13.

índice de especialización

donde:

$E_{ij}$  = empleo del sector  $i$  en la localidad  $j$

$E_j$  = empleo en la localidad  $j$ ;

$n$  = número de sectores de la localidad  $j$

Si  $(E_{ij}/E_j) - (1/n) > 0$  localidad  $j$  es especializada en el sector  $i$ .

\*\* Grado de especialización

Varía desde 0 hasta 1, de manera que si:

$G_{ei} = 0$  la PEA se distribuye homogéneamente entre los sectores en la localidad;

$G_{ei} = 1$  La PEA está distribuida de manera concentrada en un solo sector, es decir la localidad, está totalmente especializada.

$$G_{ei} = (n/n-1)(E_{ij}/E_j - 1/n)^2$$

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos, 1999.

[III]  
DINÁMICA DEMOGRÁFICA Y ECONÓMICA DE ZAPOTLANEJO

*Cuando una industria ha elegido una localidad, es probable que esté ahí por mucho tiempo (Marshall, 1920, IV, X: 7).*

La finalidad de este capítulo es construir y analizar, mediante la información estadística, los procesos socioeconómicos acontecidos en Zapotlanejo durante el siglo XX, por medio de dos dimensiones analíticas: la sociodemográfica y económica. La primera será presentada a través de los *Censos de población y vivienda* de 1900 a 2000, tomando en cuenta, específicamente, los datos de población total en municipios y localidades, los grupos quinquenales, la población económicamente activa distribuida por sexos y su posición en el trabajo.

Para la dimensión económica, los indicadores se tomarán de los *Censos económicos* de 1986 a 1998, enfocados hacia el sector manufacturero, específicamente a la industria del vestido, basándonos, principalmente, en el número de empresas, la población ocupada, los activos fijos, el valor agregado y la producción bruta.

El capítulo se encuentra dividido en cuatro puntos: a) temporalidad, la cual presenta el tiempo y las etapas de desarrollo económico de la industria en México; b) localización relativa, que consiste en presentar la evolución poblacional y el posicionamiento del municipio dentro del sistema urbano regional; c) funcionalidad, que nos indicará cuál es el modo y tipo de producción predominante; y d) macroforma, donde podemos analizar la forma y función interna de la ciudad, por medio de la densidad de población ocupada y establecimientos a nivel de *ageb's*.<sup>1</sup>

*Etapas del desarrollo económico en México*

Existe consenso al señalar que el desarrollo industrial en México es el resultado de un patrón de acumulación de capital, basado en el Modelo de Sustitución de Im-

---

<sup>1</sup> Las Áreas Geoestadísticas Básicas son el nivel mínimo de agregación que puede ser presentada la información estadística, proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

portaciones (MSI), cuyo periodo abarcó de 1930 a 1970 (Garza, 1985: 140; Delgadillo, 1993: 10). En la actualidad, basándose en requerimientos impuestos por el mercado global, México ha modificado su modelo de desarrollo industrial hacia una economía de libre mercado<sup>2</sup> (Cuervo y González, 1997).

El objetivo del MSI consistía en apoyar a las pequeñas industrias para la fabricación de bienes destinados a su distribución dentro del territorio nacional, en lugar de importarlos para lo cual, se otorgaron exenciones de impuestos en la importación de maquinaria (Delgadillo, 1993; Garza, 1985). Sin embargo, los resultados no fueron los deseados, y en el largo plazo, el modelo terminó creando una sobreprotección a la planta productiva.

Para sostener el modelo de desarrollo se promulgaron leyes y decretos que contemplaban dar incentivos fiscales como instrumentos principales,<sup>3</sup> no obstante, estas iniciativas se concentraron en los grandes centros urbanos, de forma que los incentivos provocaron una concentración de la actividad industrial en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, debido a que era donde se concentraba la infraestructura urbana necesaria, mano de obra y acceso a los mercados mediante las vías de comunicación, al respecto coinciden Garza (1985: 140) y Arias (1983: 7). Para contrarrestar el problema, se puso en marcha una activa política de incentivos financieros a la industria, consistentes en créditos blandos.<sup>4</sup> Sin embargo, el acelerado crecimiento demográfico, la concentración poblacional y el desarrollo industrial de México, Guadalajara y Monterrey (Garza, 1985: 147), marcaron el patrón de distribución actual. La mayoría de los estados de la República se dedicaron a reproducir las medidas

---

<sup>2</sup> Actualmente el modelo de desarrollo económico está sustentado en la economía de mercado, como una respuesta a los cambios de la apertura comercial, cuyo objetivo se centra en la dinamización de las exportaciones de bienes industriales y la atracción de la inversión extranjera directa. Este modelo de apertura comercial está determinado por una menor intervención del Estado, por la apertura de mercados, la proliferación de empresas transnacionales que acaparan las exportaciones y por las empresas nacionales que se concentran en sectores tradicionales como son los alimentos, los textiles y la madera.

<sup>3</sup> Durante el periodo de 1940 a 1970 se emprendieron diversas iniciativas dirigidas a impulsar la descentralización territorial de las actividades industriales como son: la Ley de Protección de la Industria (1932), la Ley de Fomento Industrial (1941 y 1959), y la Ley de Fomento y Promoción para el Desarrollo Económico y Social (1972) (Arias, 1983).

<sup>4</sup> En 1953 fue creado el Fondo de Garantía y Fomento a la Pequeña y Mediana Industria (FOGAIN), con el criterio de dar "trato preferencial" a empresas ubicadas, o a ubicarse, en regiones fuera de las áreas de alta concentración industrial. La capital jalisciense aparecía entre las pocas ciudades que deberían descentralizar su industria, en 1972 los estímulos fiscales en el municipio de Guadalajara fueron eliminados (Arias, 1983: 46).

de protección y promoción industrial que eran impuestas a nivel nacional. Excepto Jalisco, como lo demuestra Arias, en su investigación *Fuentes para el estudio de la industrialización en Jalisco. Siglo XX*, mediante el análisis de las Leyes de Fomento Industrial a nivel estatal, analiza el comportamiento diferenciado en la implementación de incentivos para la atracción y desarrollo de inversiones en la entidad con respecto a la Federación. Es en la Ley de Fomento Industrial de 1959 donde se evidencia dicha aseveración: plantea que se reestructuró el impuesto sobre las actividades mercantiles e industriales “siguiendo los lineamientos de uso general en toda la República, aunque con tarifas sustancialmente más reducidas” (*ibid.*: 35-36). La legislación local hasta 1972 fue menos restrictiva y más generosa que la federal. Así las leyes parecen haber sido más “atraccionistas” que proteccionistas de lo local (*ibid.*: 44).

Las actividades industriales tradicionales (ropa, calzado y madera), fueron las que mejor respondieron a la política de desarrollo industrial, promovida desde los años cuarenta. Aunque no se establecieron programas específicos para su desarrollo se pudo tener acceso a los apoyos económicos, aranceles proteccionistas y disposiciones fiscales (*ibid.*: 45).

En 1930, la fabricación de ropa constituía la actividad más importante en México. Participaba con 30.3% de la producción industrial total, situación que se mantuvo hasta 1950, cuando la industria alimenticia le arrebató el primer sitio; esto debido en parte a las altas tasas de crecimiento poblacional (3.0 a nivel nacional) quienes demandaban cada vez más, alimentos (Garza, 1985: 148). Además, se presentaron cambios en las formas de producción por la introducción de maquinaria para el procesamiento de alimentos, de igual forma los patrones de autoconsumo por parte de las familias se transformaron, dejaron de producir sus propios alimentos, era más fácil comprarlos en el mercado.

La política industrial estimuló un desarrollo basado en la industrialización territorial de actividades productivas. Actualmente, el objetivo de las políticas de desarrollo regional se enfoca en descongestionar las actividades de las metrópolis hacia ciudades de menor tamaño; sin embargo, a lo más que se ha podido llegar es a la desconcentración, donde los grandes establecimientos siguen manteniendo sus oficinas administrativas en la ciudad y trasladan su proceso productivo hacia la periferia.<sup>5</sup>

En el caso de la producción de ropa en Jalisco, compuesta en su mayoría por

---

<sup>5</sup> Desconcentración es un acto jurídico-administrativo que permite cierta autonomía técnica y operacional de carácter funcional o territorial, el centro conserva las actividades de normatividad, planeación, control y evaluación, por lo que la decisión sigue estando a su cargo. En cambio descentralización es cuando el centro transfiere facultades, funciones, programas y recursos a una institución con autonomía técnica y orgánica, rompiendo la línea jerárquica entre el que descentraliza y el que recibe las facultades (Beltrán, 1986; citado por Cota y Rodríguez, 1995: 228).

la pequeña y mediana empresa, se observa una descentralización fuera de la zona conurbada de Guadalajara desde 1986 (Wilson, 1990: 16), provocada en parte, por un cambio estructural ante la crisis del régimen de acumulación fordista y la sustitución de nuevos esquemas productivos. Dentro de ese esquema, una de las estrategias empresariales es la desintegración del proceso de producción en un número creciente de fases especializadas en establecimientos múltiples, ya sean pertenecientes a la misma empresa o varias (Méndez, 1994).

Por su parte, Caravaca (1991b) identifica dicha descentralización productiva como la fragmentación de la cadena del valor, que incrementa la división del trabajo, al tiempo que favorece el surgimiento de pequeñas empresas industriales que actúan como proveedoras, clientes o colaboradoras, así como de diversas formas de subcontratación y de trabajo a domicilio, elementos que se hacen presente dentro de la industria del vestido para el caso de Zapotlanejo.

El concepto de descentralización se refiere a una nueva forma de organización industrial,<sup>6</sup> también se asocia con frecuencia a una reorganización geográfica mediante la asignación de los productores a subcontratistas situados fuera del lugar del emplazamiento industrial (Méndez, 1994: 95). La ubicación de las empresas intensivas en mano de obra con poca calificación en espacios poco desarrollados que favorecen la segmentación de los mercados de trabajo es lo que justifica los fenómenos de industrialización periférica. La lógica de la producción descentralizada, asociada al sistema de especialización flexible, supone una transformación en la organización industrial, que establece un nuevo marco para las decisiones de localización de las empresas favoreciendo la distribución de sus establecimientos y las redes de flujos materiales y sociales.

Arias (1986) manifiesta que existe una especialización productiva entre las regiones de Jalisco, al igual que Wilson (1990) cuando localiza patrones de especialización para el caso de Guanajuato. En Jalisco, algunas zonas se dedican a la fabricación de ropa de algodón, pantalón de hombre, ropa de mujer y de niño como en localidades de Los Altos de Jalisco; por ejemplo, en Encarnación de Díaz hay fábricas de ropa de mezclilla, tejidos para bebé, sarapes y gabanes, tejidos para vestidos de niña, ropa para dama y caballero. Zapotlanejo por su parte, responde a esta lógica, de especialización productiva (Arias y Wilson, 1997); además, hoy por hoy, Zapotlanejo es uno de los centros comercializadores de ropa más importantes de la región noroeste y norte del país.

---

<sup>6</sup> En Europa del Sur la difusión industrial (es decir la creación de nuevas empresas en áreas menos industrializadas) se ha dado no sólo por la descentralización productiva de las empresas urbanas, que adoptan una nueva estrategia de localización, sino debido a los procesos de industrialización local en áreas no metropolitanas (Vázquez, 1990: 86).

Durante el periodo 1970-1976 se observa el despegue industrial del vestido en Zapotlanejo. Al inicio la maquinaria utilizada era la que se puede conseguir tradicionalmente en el mercado nacional: la máquina de coser recta. Al principio, una parte del proceso de fabricación de ropa se hacía a máquina (ensamble y costura) y otra a mano (pegado de botón, ojal, bastillas y diferentes aplicaciones); posteriormente, a la máquina recta se le fueron adaptando accesorios que suplen las labores que antes se realizaban a mano. Actualmente, todo el proceso está maquinizado, excepto el deshebrado y el empaquetado.

La evidencia empírica encontrada hasta el momento (al igual que Arias, 1995) revela que el crecimiento económico de Zapotlanejo no responde a una política de planificación, sino más bien al resultado de iniciativas particulares de familias locales, que buscaron y encontraron una forma de aprovechar el capital social de la región, especializado en el deshilado, tejido y bordado de prendas.

Existen al respecto dos posiciones encontradas: por un lado Vera (1999: 135), sostiene que Zapotlanejo es una prueba de que el apoyo regional puede fomentar el establecimiento de una ciudad especializada en la confección; en cambio, Arias (1995: 74), manifiesta que Zapotlanejo, sin recibir ningún apoyo gubernamental, fue capaz de generar una actividad económica muy especializada, en parte como respuesta a la crisis que vivieron sus actividades agropecuarias.

Al momento de dar una explicación de los apoyos recibidos, Vera (1999) parte de una posición oficialista, tomando los argumentos que aparecen en el programa de fomento industrial de Jalisco, los cuales no están enfocados hacia una región en particular. Sostiene que fueron dos tipos de apoyo, por un lado, la exención de impuestos durante cinco años y, por otro, la mejora de los servicios públicos, aunque no especifica cuáles impuestos, qué montos y a quiénes iban dirigidos.

Vera (1999) expone una visión oficialista del impacto de la planificación regional, pero su investigación, en ese sentido, adolece de fallas, ya que no efectúa un análisis de los planes y programas sobre el impacto en la región, como mínimo, para expresar las afirmaciones anteriores. Considero que el autor hace afirmaciones sin sustento en ese sentido; lo único rescatable de su trabajo es la encuesta que aplicó a cincuenta empresarios de Zapotlanejo. En cambio, la evidencia empírica recabada hasta el momento en esta investigación, niega cualquier apoyo recibido por parte de las instituciones gubernamentales hacia los fabricantes de ropa.

La tesis sostenida por Arias (1995) y reafirmada años después (Arias y Wilson, 1997), se torna más creíble dentro del contexto de la política económica industrial impulsada en México. En ese contexto presentan, a través de la evidencia empírica basada en entrevistas y encuestas, el inicio y posterior desarrollo de la industria del vestido en Zapotlanejo, la cual responde a un desarrollo endógeno.

Dicho desarrollo basado en un inicio en la industrialización local, se define como un proceso (nacimiento, desarrollo y madurez) donde se combinan un conjunto de

causas (disponibilidad de recursos naturales y una buena localización). La existencia de cierta capacidad empresarial, abundante mano de obra barata, sistema de ciudades, consolidado ahorro local y conocimiento práctico de productos y mercados.

La utilización de economías de aglomeración ha sido un factor importante en los procesos de industrialización local; por ejemplo, en Toscana, Francia; Valencia, España y otras regiones similares; las empresas se localizan en asentamientos productivos especializados que tienen importantes economías externas (información, oferta de mano de obra cualificada, servicios especializados).

Bellandi (1986) asevera que estos asentamientos son análogos a los definidos y conceptualizados por Marshall como distritos industriales. Bajo esa óptica, no se trata de caracterizar al distrito industrial marshalliano como el tipo ideal que rige el desarrollo local en Zapotlanejo, se pretende más bien encontrar las semejanzas y divergencias que presenta respecto al modelo conceptualizado en la literatura especializada.

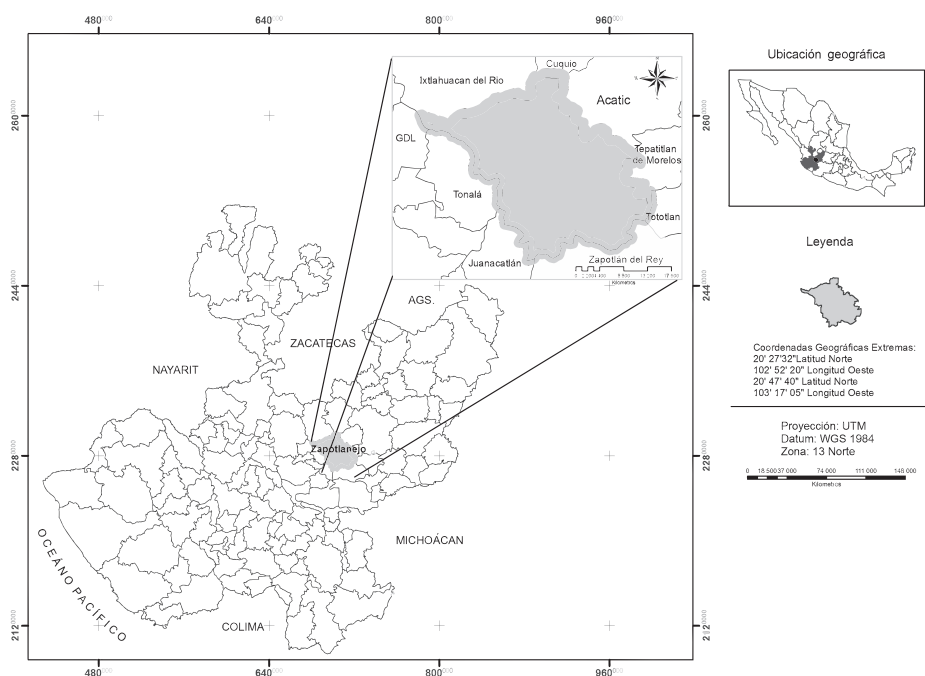
De igual forma Arias y Wilson (1997: 27-29, citando a Cento Bull y Corner, 1993) consideran que el establecimiento de relaciones comerciales entre poblaciones manufactureras permitió tejer una red de relaciones cada vez más densa y compleja. De esa manera la dinámica de actividades espacialmente concentradas y sectorialmente especializadas, podría semejar a la de los distritos industriales, basada en la articulación flexible de pequeñas empresas altamente especializadas.

### *Localización relativa de Zapotlanejo en el contexto urbano*

Durante el MSI, no sólo los aspectos económicos tuvieron modificaciones, sino también los poblacionales. Gran parte de las economías latinoamericanas vivieron uno de los momentos de mayor prosperidad y estabilidad de toda su historia moderna. Estas condiciones de prosperidad y estabilidad fueron acompañadas de un crecimiento demográfico y de un acelerado proceso de urbanización (Cuervo y González, 1997: 321-322), que marcó de manera significativa el desarrollo de las grandes ciudades, donde se asentaron las plantas industriales, ya que ahí se podían encontrar los insumos y las ventajas necesarias para su desarrollo. La fuerza de trabajo se desplazó en mayor medida hacia las grandes ciudades, sobre todo la gente del campo, que ante la falta de financiamiento para producir sus tierras se vieron en la necesidad de emigrar hacia los centros urbanos donde había más oportunidades.

Una situación muy diferente se presentaba en Zapotlanejo, población contigua a la zona metropolitana de Guadalajara (mapa 3.1), donde el impacto demográfico fue menor, a pesar de que la población en su gran mayoría se dedicaba a labores de agricultura y ganadería. El comportamiento poblacional del municipio no ha sido continuo (cuadros 3.1, 3.2 y 3.3), su participación en el número de habitantes con respecto al resto de los municipios de Jalisco ha ido disminuyendo, debido al acelerado crecimiento poblacional registrado en Puerto Vallarta y los municipios conurbados.

Mapa 3.1  
Ubicación del municipio de Zapotlanejo



Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos, 1999.

En 1950, Zapotlanejo ocupaba la posición número 12 entre los municipios del estado con mayor población; en ese mismo año Zapopan se encontraba en novena posición. Este último ha permanecido en la misma posición desde 1970 (número dos). En cambio, Zapotlanejo para el año 2000, ocupa la posición que tenía hace 40 años y alberga 0.85% de la población total de la entidad. Lo anterior permite evidenciar el hecho de que en la actualidad, no es necesario tener tasas elevadas de crecimiento demográfico para ser dinámicos, al menos para Zapotlanejo.

La gente puede ir y venir todos los días a su trabajo; debido a la flexibilidad en los horarios de sus trabajos y al incremento de las rutas de transporte hacia la localidad, cada 30 minutos salen camiones de la zona metropolitana hacia Zapotlanejo, desde las 6:00 am hasta las 9:00 pm.

La población que acude a trabajar al municipio de Zapotlanejo se traslada principalmente de La Laja, Matatlán, Puente Grande, Tlaquepaque, Zapopan, Tonalá y Guadalajara. Proceso que se observa también en la actualidad en otros municipios aledaños a la zona metropolitana de Guadalajara como son El Salto y Tlajomulco.

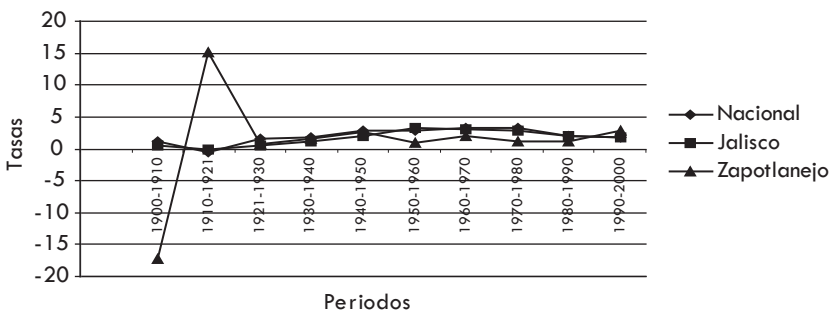
Podemos evidenciar el hecho de que nos encontramos ante un cambio de la dirección del flujo de trabajadores. Durante el periodo de industrialización de México, la gente del campo se transportaba a las grandes ciudades en busca de trabajo y de mejores condiciones de vida, actualmente se trasladan diariamente de las metrópolis hacia zonas no metropolitanas para laborar. Metafóricamente hablando se puede decir que la ciudad sirve al campo. Este fenómeno se puede sustentar y reproducir en parte por el desarrollo de los medios de comunicación y el desempleo generalizado de las grandes ciudades (cuadro 3.1).

En 1900, Zapotlanejo formaba parte del Cantón de Guadalajara, siendo uno de los municipios más poblados, con 15 554 habitantes, ocupaba la tercera posición, después de Guadalajara y Zapopan; en términos de la población estatal, albergaba 1.34% de los habitantes.

Con una densidad poblacional de 22.06 hab/km<sup>2</sup>, tenía una proporción similar a la que presentaba Zapopan con 19.9 hab/km<sup>2</sup>, en ese entonces, pero insignificante si la comparamos con Guadalajara (538.6 hab/km<sup>2</sup>). Posteriormente, Zapotlanejo, tal vez, debido al conflicto armado de 1910 o a las imprecisiones de los datos oficiales, aparentemente presentó un despoblamiento, al igual que la gran mayoría de las localidades rurales del país (cuadros 3.2 y 3.3).

De 1930 a 1950, el crecimiento poblacional de Zapotlanejo fue similar al del estado y el país (gráfica 3.1). En los siguientes cuarenta años se observa un comportamiento diferenciado del municipio en relación con el estado y el país; en parte, este fenómeno nos puede indicar procesos de emigración. La desaceleración en el ritmo de crecimiento del municipio se recuperó hacia los años noventa, con incrementos superiores a los acontecidos a nivel estatal y nacional. Las tasas de crecimiento poblacional ponen de manifiesto que el municipio de Zapotlanejo no se caracteriza por tener una dinámica demográfica alta.

Gráfica 3.1  
Tasas de crecimiento intercensal, 1900-2000



Fuente: Cuadro 3.3.

Cuadro 3.1

Posición que ocupa el municipio de Zapotlanejo con base en su población del resto de los municipios de Jalisco, 1950-2000

Posición	1950	1960	1970	1980	1990	2000
1	Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara
2	Tepatitlán	Tepatitlán	Zapopan	Zapopan	Zapopan	Zapopan
3	Lagos de Moreno	Tlaquepaque	Tlaquepaque	Tlaquepaque	Tlaquepaque	Tlaquepaque
4	Tlaquepaque	Zapopan	Lagos de Moreno	Lagos de Moreno	Tonalá	Tonalá
5	Arandas	Lagos de Moreno	Tepatitlán	Tepatitlán	Puerto Vallarta	Puerto Vallarta
6	La Barca	Arandas	Cd. Guzmán	Cd. Guzmán	Lagos de Moreno	Lagos de Moreno
7	Ameca	La Barca	Arandas	Ocotlán	Tepatitlán	Tlajomulco
8	Tapalpa	Ameca	Ocotlán	Puerto Vallarta	Cd. Guzmán***	Tepatitlán
9	Atotonilco	Tamazula	Ameca	Tonalá	Ocotlán	Zapotlán el Grande
10	Zapopan	Atotonilco	La Barca	Tlajomulco	Tlajomulco	Ocotlán
11	Cd. Guzmán	Cd. Guzmán	Tamazula	Ameca	Arandas	El Salto
12	Zapotlanejo	Ocotlán	Puerto Vallarta	La Barca	Ameca	Arandas
13		Jalostotitlán	Tlajomulco	Arandas	La Barca	La Barca
14		Autlán*	Atotonilco	Autlán	Autlán de Navarro	Ameca
15		Teocaltiche	Zapotlanejo	Atotonilco	Atotonilco	S. Juan de los Lagos
16		Tlajomulco**		Tala	S. Juan de los Lagos	Tala
17		Zapotlanejo		Tamazula	Tala	Zapotlanejo
18				S. Juan de los Lagos	Encarnación de Díaz	
19				Zapotlanejo	Tamazula	
20					Zapotlanejo	

\* Autlán modificó su nombre por el de Autlán de Navarro. *Ley Orgánica Municipal*, marzo de 1984.\*\* Tlajomulco modificó su nombre por el de Tlajomulco de Zuñiga, *Ley Orgánica Municipal*, 1984.

\*\*\* Cd. Guzmán modificó su nombre por el de Zapotlán el Grande, ya en el Censo del 2000 aparece como tal.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. Censos de población y vivienda.

**Cuadro 3.2**  
Población absoluta a nivel nacional, estatal y de Zapotlanejo, 1900-2000

Años	Población		
	Nacional	Jalisco	Zapotlanejo
1900	13 607 259	1 153 891	15 554
1910	15 160 369	1 208 855	2 720
1921	14 334 780	1 191 957	14 655
1930	16 552 722	1 255 346	15 522
1940	19 653 552	1 418 310	18 352
1950	25 971 071	1 746 777	23 987
1960	34 923 129	2 443 261	26 174
1970	48 225 238	3 296 586	31 819
1980	66 846 833	4 371 998	35 588
1990	81 249 645	5 302 689	39 902
2000	97 483 412	6 322 002	53 461

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. *I al XII Censo de población y vivienda. México.*

**Cuadro 3.3**  
Tasas de crecimiento intercensal a nivel nacional,  
estatal y de Zapotlanejo, 1900-2000

Periodo	Nacional	Jalisco	Zapotlanejo
1900-1910	1.1	0.5	-17.3
1910-1921	-0.5	-0.1	15.2
1921-1930	1.6	0.6	0.6
1930-1940	1.7	1.2	1.7
1940-1950	2.8	2.1	2.7
1950-1960	3.0	3.4	0.9
1960-1970	3.2	3.0	2.0
1970-1980	3.3	2.8	1.1
1980-1990	2.0	1.9	1.1
1990-2000	2.3	2.4	2.9

Nota: Se utilizó la tasa de crecimiento poblacional siguiente:  $r=(\ln(P_f/P_o))/n*100$ .

Fuente: Cuadro 3.2.

En el periodo 1980-1990 y 1990-2000 se observan las mayores proporciones de densificación poblacional, actualmente se contabilizan 83 hab/km<sup>2</sup>, a diferencia de los 22 habitantes por km<sup>2</sup> que existían en 1900 (cuadro 3.4), sin embargo, estos

números apoyan el argumento de que Zapotlanejo más bien no se caracteriza por un elevado crecimiento demográfico sino pareciera ser que es un municipio expulsor de población.

El municipio, que evidentemente ha sido sometido en los últimos años a una serie de cambios políticos, demográficos y económicos que inciden en el patrón de densificación a lo largo del siglo XX, presenta tres etapas:

- a) De 1900 a 1930, sin mostrar grandes cambios puede ser considerado como un periodo estable, sin mucha movilidad;
- b) 1940-1980, se observa un crecimiento moderado ya que en cuarenta años se incorporaron 30 personas más por km<sup>2</sup>;
- c) 1990-2000, se presenta un mayor dinamismo, contabiliza al final de este periodo de diez años, la incorporación de 21 habitantes más por km<sup>2</sup>, cifra que en realidad no presenta mucha significancia.

**Cuadro 3.4**  
Densidad poblacional del municipio de Zapotlanejo, 1900-2000

Años	Densidad hab/km	Años	Densidad hab/km
1900	22.06	1960	40.70
1910	3.90	1970	49.48
1920	20.79	1980	55.35
1930	22.05	1990	62.05
1940	26.07	1995	80.74
1950	37.30	2000	83.14

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. *I al XII Censo de población y vivienda, 1900-2000 y Conteo de población y vivienda. Resultados oportunos, 1995. México.*

#### *La población al interior del municipio de Zapotlanejo*

De 1970 al 2000 se intensificó el proceso de urbanización del país. En el 2000, más de la mitad de la población (54.4%) residía en localidades de más de 15 mil habitantes (Cota y Rodríguez, 1995: 230). Ese mismo 18% de las cabeceras municipales albergan a 61% de la población del estado de Jalisco, lo cual pone en evidencia una desigual distribución de la población, que se concentra en sólo once localidades, el resto de las cabeceras municipales (82%) albergan sólo a 39% de la población jalisciense (cuadro 3.5).

Zapotlanejo, en cuanto a la población que alberga, no tiene una posición relevante dentro del proceso urbano regional. En los últimos cinco años, la posición de la ciudad se ha mantenido estable, tan sólo ha visto un incremento en dos décimas de puntos porcentuales su participación en el porcentaje de población que alberga,

al igual que otras cabeceras municipales como Tlaquepaque y Lagos de Moreno. En cambio, la única cabecera que presenta un declive en su población es Guadalajara (cuadro 3.5). La pérdida de población por parte de Guadalajara se puede explicar por el proceso de saturación de los espacios que provocan desplazamiento hacia las periferias motivado por la inseguridad de la zona, la contaminación en todos sus sentidos (auditiva, visual de vida), y el deterioro que presenta la infraestructura urbana, entre otras muchas razones, aunque el desplazamiento es diferenciado por grupos sociales, quienes toman sus decisiones basados en los costos de los terrenos. Durante el periodo 1990-2000 se presentó una tasa de crecimiento negativa de 0.02%.<sup>7</sup>

El patrón de concentración poblacional en el ámbito estatal es reproducido en el municipio, Zapotlanejo, no es la excepción a la regla. Para el año 2000, tres loca-

Cuadro 3.5  
Población de las principales cabeceras municipales de Jalisco, 1995-2000

Cabecera municipal	1995		2000	
	Población	Porcentaje respecto al total estatal	Población	Porcentaje respecto al total estatal
Guadalajara	1 633 053	27.26	1 646 183	26.04
Zapopan	850 315	14.19	910 690	14.41
Tlaquepaque	434 710	7.26	458 674	7.26
Tonalá	250 058	4.17	315 278	4.99
Puerto Vallarta	121 844	2.03	151 432	2.40
Zapotlán el Grande	81 720	1.36	85 118	1.35
Lagos de Moreno	75 220	1.26	79 592	1.26
Ocotlán	70 537	1.18	75 942	1.20
Tepatitlán	65 930	1.10	74 262	1.17
Autlán de Navarro	36 267	0.61	39 310	0.62
Zapotlanejo	25 196	0.42	27 608	0.44
Subtotal	3 644 850	60.84	3 644 850	61.12
Resto de los municipios	2 346 326	39.16	2 457 913	38.88
Total del Estado	5 991 176	100	6 322 002	100

Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda. Resultados oportunos, 1995 y XII Censo de población y vivienda, 2000.

<sup>7</sup> En la ciudad de Guadalajara las rentas no son un factor que imposibilite a la gente a vivir ahí, ya que son mucho más baratas que en Zapopan, pero no tanto como en Tonalá (información de Inmobiliaria Century 21).



Calle Antonio Orozco en la localidad de Zapotlanejo, 1949



Calle Hidalgo en la localidad de Zapotlanejo, 1949



En la actualidad la calle Antonio Orozco luce saturada de comercios de ropa, 2003

lidades concentraban 62% de la población total del municipio, el resto está distribuida entre 99% de las localidades que albergan a 38% de la población (cuadro 3.6). Tres localidades proporcionan principalmente la fuerza de trabajo que requieren las fábricas y comercios de la cabecera municipal. Para el caso de La Laja y Santa Fe existen rutas de camiones con un horario de 6:00 am a 6:00 pm, con intervalos de salidas y llegadas de 30 minutos hacia la localidad de Zapotlanejo. El personal se traslada diariamente por estos medios.

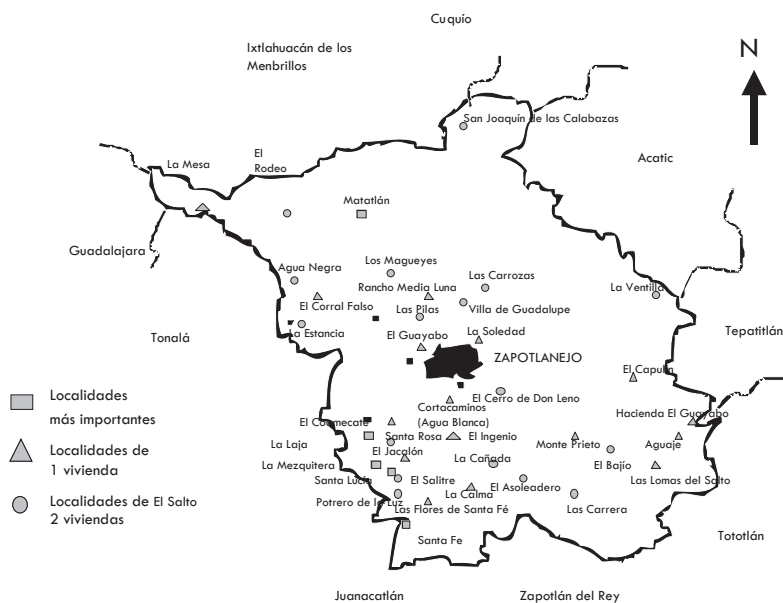
En la ciudad de Zapotlanejo se concentra la gran mayoría, por no decir todas las fábricas y comercios de ropa del municipio, además de que tiene acceso a una red de carreteras y autopistas que la conectan con el resto de los estados de la República (mapa 3.2). Situación que le proporciona una posición y ventaja estratégica con respecto a las otras localidades del municipio, muchas de ellas cuentan con tan sólo una o dos viviendas y su accesibilidad se ve truncada, debido a lo inaccesible de los caminos (mapa 3.3).

Mapa 3.2  
Carreteras del estado de Jalisco, 1999



Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1999.

**Mapa 3.3**  
Localidades con una o dos viviendas en el municipio de Zapotlanejo



Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda, 2000.

**Cuadro 3.6**  
Zapotlanejo: población de las principales localidades y sexo, 2000

Localidad	Población			Porcentaje respecto a la localidad		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Índice* de masculinidad
Zapotlanejo	13 025	14 583	27 608	47.18	52.82	89.32
La Laja	1 385	1 460	2 845	48.68	51.32	94.86
Santa Fe	1 317	1 418	2 735	48.15	51.85	92.88
Subtotal	15 727	17 461	33 188			
Resto (157 Localidades)	9 919	10 354	20 273			
<b>Total Municipio</b>	<b>25 646</b>	<b>27 815</b>	<b>53 461</b>			

\*El índice se obtuvo al dividir hombres entre mujeres multiplicado por cien.

Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda, 2000.

En las principales localidades se presenta un ligero desequilibrio en la participación de hombres y mujeres, específicamente en la ciudad de Zapotlanejo; el índice de masculinidad es menor que en las otras. Durante 80 años no se han observado grandes variaciones entre la participación porcentual de hombres y mujeres con respecto al total de la población. En otras palabras, Zapotlanejo es un caso diferente a lo que sucede con otros municipios de Los Altos de Jalisco. Allí no se advierte la salida masiva de hombres, analizado a través del índice de masculinidad (gráfica 3.2), que pudiera ser interpretada como migración hacia Estados Unidos. La migración internacional en este municipio se caracterizaba por ser temporal. El programa "Bracero" instrumentado por el gobierno federal, propició esta forma de migración. Un ejemplo es el señor Heliodoro Olivares,<sup>8</sup> comenta que la gente de Zapotlanejo era contratada en la localidad para ir a trabajar a los Estados Unidos. Esto ratifica la idea de que el desarrollo local es lo único que frena la migración: en este caso, la industria de la confección.

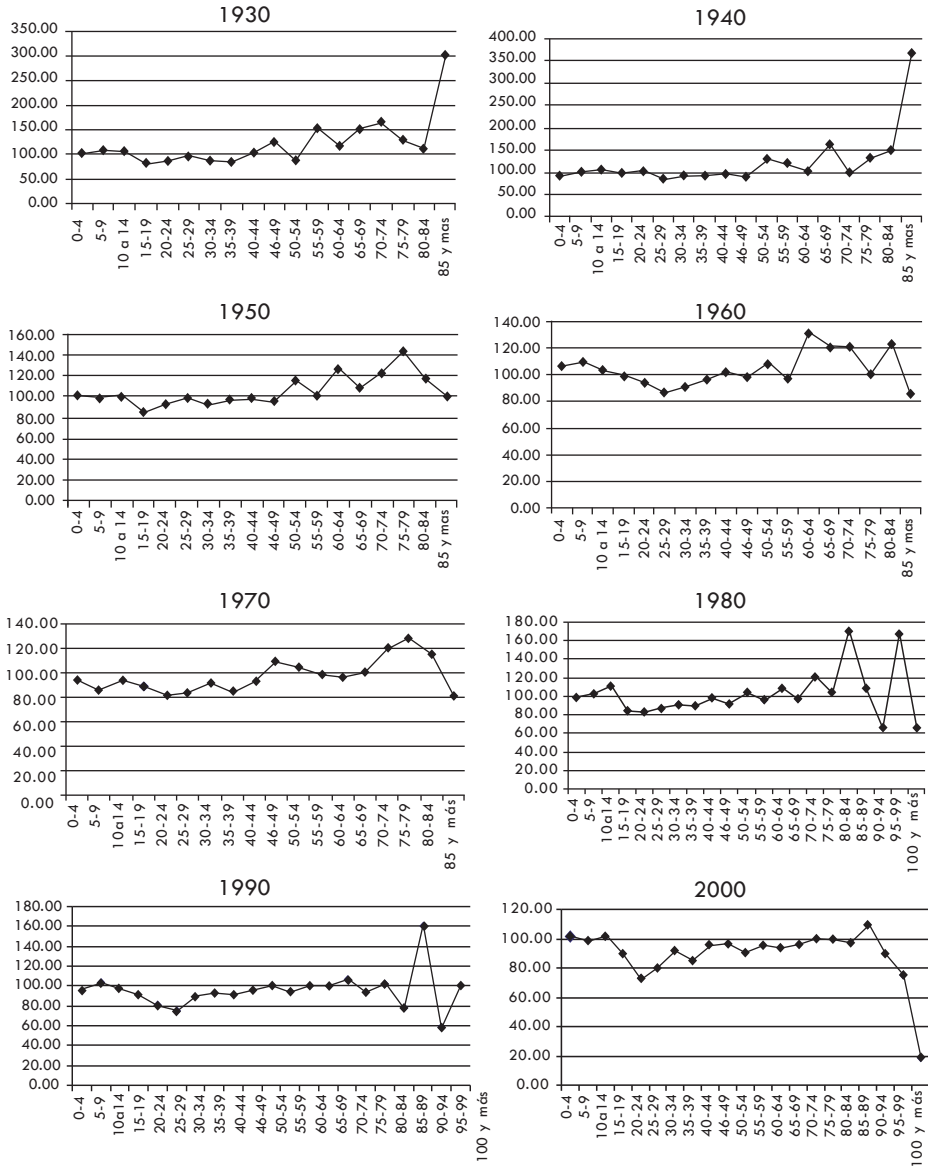
El índice de masculinidad por estratos, en el periodo analizado, presenta un comportamiento equilibrado en todos los grupos quinquenales durante el periodo de 1930-1940. La mayor variación del índice se observa a partir de 1950 mediante el comportamiento diferenciado por grupos de edades, específicamente en el grupo de 15 a 19 años, aspecto que nos podría estar indicando migración laboral en edades tempranas. Para 1960 la edad de los probables migrantes se incrementó en diez años con relación a la década anterior; en las siguientes cuatro décadas la característica principal es que son jóvenes migrantes cuyas edades oscilan entre 20 y 25 años.

El comportamiento de la estructura de los habitantes de Zapotlanejo, analizada mediante las pirámides poblacionales, presenta en los últimos setenta años formas similares: base ancha, como consecuencia de altas tasas de natalidad y picos pronon-

---

<sup>8</sup> La primera vez que migró fue en 1957. Así como él, iban otras personas, solamente de Zapotlanejo. La contratación se efectuaba de la siguiente manera: llegaba una persona a la plaza de la localidad y hacía una lista de trabajadores que quisieran ir a Estados Unidos para emplearse en las labores agrícolas. Una vez "enlistado", es decir, inscrito en la lista, los transportaban en camiones hacia la ciudad de Guadalajara, desde ahí, viajaban en tren hasta Empalme, Sonora, donde se hacía una selección, para ver a qué lugar se dirigiría cada una de las personas; supeditado, a las necesidades de la zona y la experiencia del trabajador. En su experiencia personal, Heliodoro, ha migrado cuatro veces, con una estancia promedio de uno a siete meses; trabajó en la pizca de jitomate, repollo y pera, en el estado de California principalmente (en Sacramento y San José) y Oregón. Algunas veces era contratado por hora y otras a destajo. Cuenta además que el dinero que ganaba, apenas le alcanzaba para enviarlo a su familia para la alimentación y la construcción de su casa.

Gráfica 3.2  
Zapotlanejo: índices de masculinidad  
por grupos quinquenales de población, 1930-2000



Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1930-2000.

gados. Este tipo de estructura, podría decirse que es la forma clásica. En los últimos diez años se observa una expansión de la base hasta llegar a los grupos quinquenales de 20 a 24 años, principalmente en las mujeres (gráfica 3.3). Para el año 2000 en el municipio se registró una mayor proporción de mujeres que de hombres en edad laboral (15-39 años), debido tal vez a la migración laboral ejercida por parte de los hombres, como respuesta quizá, al tipo de actividad económica que se desarrolla en el municipio, enfocada principalmente hacia las mujeres (pero no exclusivas de ellas).

El crecimiento demográfico de los últimos años ha ido acompañado de una redistribución de la población al interior del municipio. La transformación de la población de rural a urbana se presenta en los años noventa, 20 años después del nacional. En 1930 la población urbana se concentraba únicamente en una localidad (la cabecera municipal); ahí residía 18% de la población de urbana del municipio; ahora, 62% de la población de Zapotlanejo vive en tres localidades urbanas (La Laja, Zapotlanejo y Santa Fe) (cuadro 3.7).

**Cuadro 3.7**  
Zapotlanejo: porcentaje de población urbana y rural del municipio

Año	Porcentaje de población	
	Urbana	Rural
1930	18.30	81.70
1940	20.23	79.77
1950	19.38	80.62
1960	26.42	73.58
1970	29.58	70.42
1980	31.62	63.38
1990	51.41	48.58
1995	59.04	40.95
2000	62.09	37.91

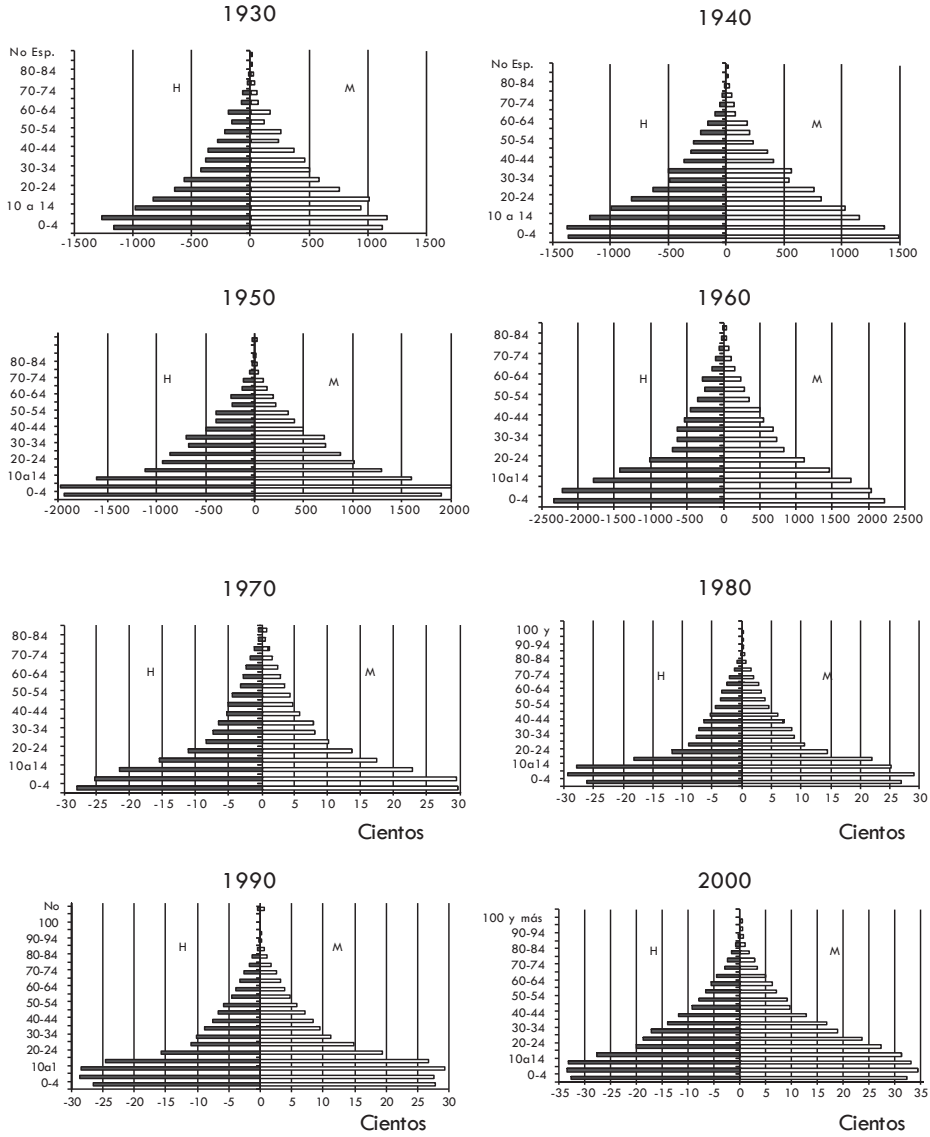
Nota: De acuerdo con el INEGI, se consideran localidades urbanas, aquellas que presentan de 2 500 o más habitantes.

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. *V al XII Censo de población y vivienda, 1930-2000.*

De igual forma, se observa una transformación en la distribución de la población y en el crecimiento de las localidades de acuerdo con el rango. Así la cabecera municipal, de pertenecer al rango mínimo, pasó a ser considerada localidad urbana en 1930, hasta hoy en día ocupa el rango de 10 000 a 29 999 habitantes (cuadro 3.8).

Durante el periodo 1970-1980 se presentó un desplazamiento sistemático al interior del municipio; la población empezó a moverse de los ranchos hacia los pueblos siendo 1990 el año que marcó el parteaguas de la diferenciación entre la

Gráfica 3.3  
Zapotlanejo: pirámides poblacionales, 1930-2000



Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1930-2000.

**Cuadro 3.8**  
**Zapotlanejo: distribución de la población por tamaño de localidad, 1940-2000**

Rango de Habitantes	Localidades rurales			Localidades urbanas		
	De 1 a 99 a 499	De 100 a 999	De 500 a 2 499	De 2 500 a 4 999	De 5 000 a 9 999	De 10 000 a 29 999
1940. Localidades	124	48	1		1	
Habitantes	6 396	7 971	273		3 712	
% respecto al total de población municipal	34.85	43.43	1.49		20.23	
1950. Localidades	119	61		1	1	
Habitantes	6 712	11 418		1 208	4 649	
% respecto al total de población municipal	27.98	47.60		5.04	19.38	
1960. Localidades	136	62	3	1		1
Habitantes	5 569	10 662	1 679	1 348	6 916	
% respecto al total de población municipal	21.28	40.74	6.41	5.15	26.42	
1970. Localidades	132	69	2	1		1
Habitantes	5 483	13 731	1 712	1 482	9 411	
% respecto al total de población municipal	17.23	43.15	5.38	4.66	29.58	
1990. Localidades	94	46	5	2	1	1
Habitantes	3 325	9 339	3 735	2 986	2 664	17 853
% respecto al total de población municipal	8.33	23.40	9.36	7.48	6.68	44.74
2000. Localidades	140	42	7	1	2	1
Habitantes	4 975	8 001	5 738	1 559	5 580	27 808
% respecto al total de población municipal	9.27	14.91	10.69	2.91	10.40	51.82

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. VI al XII Censo de población y vivienda, 1940-2000.

población que vive en localidades mayores de los 2 500 habitantes (urbanas) y las de menor tamaño rural. La población empezó a concentrarse principalmente en la cabecera municipal (localidad de Zapotlanejo), actualmente vive ahí más de la mitad de la población del municipio (52%) (cuadro 3.9).

**Cuadro 3.9**  
Zapotlanejo: población de la cabecera municipal, porcentaje con respecto al total del municipio y tasas de crecimiento, 1940-2000

Año	Habitantes	Porcentaje respecto a la población del municipio	Tasa de crecimiento
1940	3 712	20.22	
1950	4 649	19.38	2.25
1960	6 916	26.42	3.97
1970	9 411	29.58	3.08
1980	11 255	31.62	1.79
1990	17 853	44.74	4.61
2000	27 808	52.01	4.43

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. VI al XII Censo de población y vivienda, 1940-2000.

El crecimiento y concentración de la población, principalmente en la cabecera municipal es el resultado de la dinámica demográfica interna presente en el municipio a lo largo de los últimos diez años. El papel que han jugado tanto la emigración de población como la inmigración, no representa un elemento significativo. Más de 95% de los habitantes que han vivido en el municipio de Zapotlanejo desde 1940 hasta nuestros días, son nativos de la entidad (cuadro 3.10), esto explica en parte, el fuerte arraigo y regionalismo que existe entre los fabricantes de ropa del municipio. Es a partir de 1980 cuando se observan pobladores provenientes de otros estados de la República, principalmente de Zacatecas, Michoacán, Nayarit, Distrito Federal y Estado de México (INEGI, 1990, 2000).

*Funcionalidad: modo y tipo de producción predominante a nivel sectorial, 1930-1980*

Las actividades económicas presentes en el municipio de Zapotlanejo durante 1903 eran necesarias para abastecer a una población de más de 15 mil habitantes: existían 33 establecimientos y no se vislumbraba ninguna actividad relacionada con la fabricación de prendas de vestir. Las actividades predominantes eran la fabricación de bienes y servicios de consumo inmediato (cuadro 3.11).

En los años treinta del siglo XX, la base económica del país, al igual que la de Zapotlanejo, se sustentaba en el sector primario. En 1940 existían cinco haciendas

**Cuadro 3.10**  
**Zapotlanejo: población total por municipio**  
**de residencia y lugar de nacimiento, 1940-2000 (%)**

Categoría	1940	1950	1970	1990	2000
Nacidos en la entidad	99.30	99.5	98.21	95.19	97.42
En otra entidad	0.65	0.35	1.70	3.23	1.19
En otro país	nd	0.10	0.09	0.82	1.08
No especificado	0.05	0	0	0.77	0.31
Total	100	100	100	100	100

Nota: No se presenta la información de 1980 porque distorsiona la lectura del cuadro.

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio e INEGI. *VI al XII Censo de población y vivienda, 1940-2000.*

**Cuadro 3.11**  
**Zapotlanejo: relación de actividades económicas**  
**por propietarios, 1903**

Actividades	Número de establecimientos	Nombre del propietario
<b>Comercio</b>		
Tiendas mixtas	12	Bartolomé Arévalo El Siglo XX Trinidad Cervantes (hijo) Ramón Cervantes Pedro Barajas Andrés González Antonio Zamarripa Manuel G. Arce Francisco Castellanos Francisco Pérez Pascual Contreras Salvador Arévalo Amado Álvarez
Boticas	3	Salvador Sánchez La Purísima Dr. Enedino E. Gómez Pascuala Viscarra
Librería	1	Bartolomé Arévalo
Platería	1	Patricio Mendoza
<b>Servicios</b>		

Actividades	Número de establecimientos	Nombre del propietario
Carrocerías (talleres)	4	J. Mercedes Marín Manuel Sánchez Marcelino Ruiz Baldomero Barroso
Industrias		
Curtidurías	2	Francisco Pérez Pedro Vázquez
Fábricas de fideos	2	Ramón Cervantes Andrés González
Talabarterías	2	Pascual Mejía Mariano Ruiz
<b>Total</b>	<b>33</b>	

Fuente: Elaborado con base en el Directorio Ruhland, 1903.

y 166 ranchos de tierras de temporal donde se producía caña de azúcar y maíz. La población económicamente activa (PEA) dentro del sector agrícola era representada principalmente por el sexo masculino.

La PEA total en 1940 era de 12 076 personas y se concentraba en la agricultura que representaba a 42% del total de la PEA (5 100), ya que 6 417<sup>9</sup> personas (53.1%) se contabilizaron dentro de la categoría de insuficientemente especificados. Dentro de la agricultura se contabilizaron 1 575 patrones (25.64%); 1 495 jornaleros (24.34%); 1 009 (16.43%) trabajadores por su cuenta, 1 007 (16.40%) personas que laboraban en negocio propio (INEGI. *Censo de población y vivienda, 1940*) (gráfica 3.4).

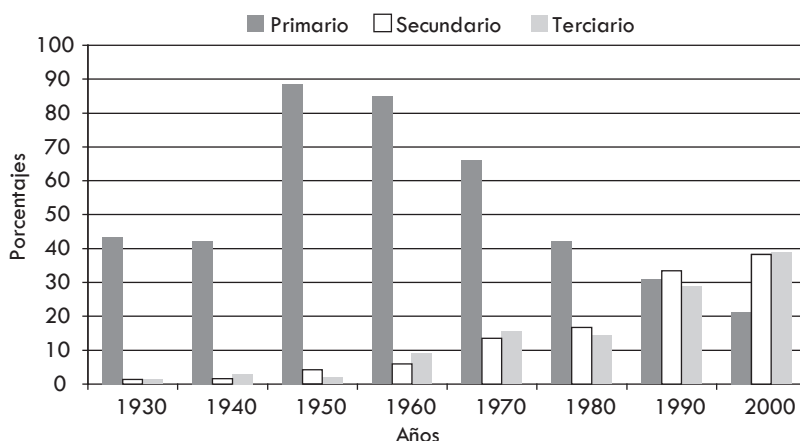
La agricultura dentro del sector primario sobresalía como la actividad predominante, incluso, llegó a proporcionar trabajo a más de 88% de la PEA total del municipio en 1950. La hegemonía del sector agrícola se mantuvo hasta 1970. El mayor auge, se presentó durante el periodo de 1950 a 1960, situación contraria a lo que acontecía en el ámbito nacional y estatal.

En tan sólo medio siglo, observamos la transformación de un municipio agrícola a uno dedicado a la actividad industrial y comercial<sup>10</sup> (gráfica 3.5). En 1940 tenía 18 342

<sup>9</sup> La categoría de insuficientemente especificado causó muchos problemas al trabajo porque no tiene ningún significado, pero al utilizar otros indicadores dentro del censo es distribuida en los diferentes rubros. Los datos de los censos se tomaron tal como venían ya que uno no puede hacerle modificaciones.

<sup>10</sup> En la actualidad, los trapiches, para la molienda de la caña se han transformado en parte de la estructura urbana y lo único que queda de ellos es sólo el nombre en una de las colonias. Los cañaverales de los alrededores de la ciudad de Zapotlanejo han

Gráfica 3.4  
Zapotlanejo: PEA por sectores de actividad, 1930-2000



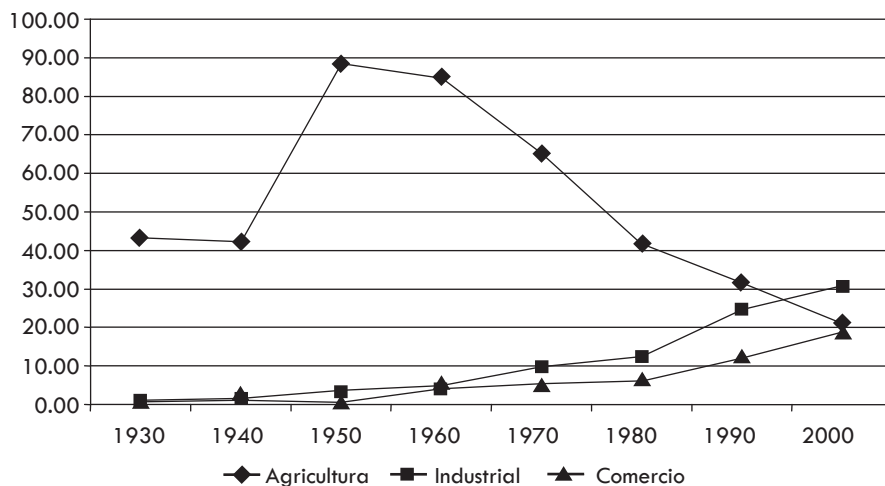
Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1930-2000.

habitantes, cuya principal actividad económica estaba sustentada en la producción agrícola principalmente de caña de azúcar, la tenencia de la tierra estaba en manos de particulares (56.2%), los ejidatarios representaban a 35.2% de un total de 1 447 predios censados en 1930 (INEGI. *Censo agrícola, ganadero y ejidal, 1930*). La mayor proporción de tierra era concentrada en unas cuantas personas: 1.3% de los particulares poseía grandes extensiones de tierra que iban desde 500 hasta 5 mil hectáreas y 52.9% de los propietarios poseían parcelas que medían entre 1 y 10 hectáreas. Esto quiere decir, que entre 765 personas tenían el control de 3 319 hectáreas y tan sólo 18 personas manejaran 21 014 hectáreas, cada uno poseía en promedio 1 167 hectáreas, en otras palabras, tan sólo tres personas poseían las tierras que tenían 765 personas. Hoy en día, el régimen de propiedad en la tenencia de la tierra es casi en su totalidad privado, solamente 8% de las tierras es ejidal, de acuerdo con la información del INEGI, 1999 (*Núcleos agrarios, 1992-1999*).

La actividad manufacturera en 1940, no era representativa; destacan dentro de la industria las actividades relacionadas con la fabricación de alimentos, madera y textiles. Dentro de este último laboraban diez personas: nueve hombres y una mujer (cuadro 3.12). En total, la PEA dentro del sector manufacturero ascendía a 195 personas, diferencia abismal si la comparamos con la agricultura, donde laboraban 5 100.

desaparecido para dar paso a las viviendas, estacionamientos, fábricas, tiendas y plazas comerciales de ropa.

Gráfica 3.5  
Zapotlanejo: población económicamente activa,  
según principales actividades, 1930-2000 (%)



Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1930-2000.

Cuadro 3.12  
Zapotlanejo: PEA en la industria manufacturera, 1940

Actividad	Número de trabajadores
Textil	10
Alimentos	25
Madera	20
Cerámica y vidrio	7
Cuero y pieles	8
Química	1
Artes gráficas	2
No especificado	122
<b>Total</b>	<b>195</b>

Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda, 1940.

Arias y Wilson (1997: 16-19) manifiestan que hubo ciudades de talla media que lograron eludir la fuerza centrífuga de la gran ciudad y recrear o mantener tradiciones manufactureras. Durante muchos años se privilegió la noción de que la industrialización representaba una ruptura con la historia del trabajo de la sociedad

rural. Mediante evidencia empírica encuentran en Irapuato y Aguascalientes que la combinación de actividades forma parte integral de la tradición laboral de la sociedad rural en algunas regiones de México.

Dentro del desarrollo económico de Zapotlanejo observamos tres etapas: la primera abarca de 1900 a 1970, donde se presenta el auge, fortalecimiento y pérdida de importancia de la actividad agrícola y comienzan a surgir otras actividades económicas como la industria, el comercio, la construcción, servicios personales y los transportes que rompen el esquema de la especialización agropecuaria.

La segunda etapa, de 1971 a 1995, despega con la actividad industrial, seguida del comercio, mientras que la actividad agrícola entra en declive. La industria supera en importancia a la agricultura, conformándose una nueva fase de desarrollo basada en la inserción de nuevos actores, nuevas lógicas de organización espacial, nuevas formas de invertir el capital acumulado en la agricultura y adaptación de la fuerza laboral ante las nuevas exigencias productivas, específicamente en la confección de ropa. Es así que la industria pasa a ocupar una posición cada vez más importante.

La tercera etapa comprende de 1995 a la fecha, se plantea como hipótesis que el comercio, como actividad complementaria de la industria supere a la agricultura, al igual que lo hizo la industria en la etapa anterior; también se esperaría que los servicios (bancarios, hoteles, restaurantes) sigan desarrollándose a la par del auge industrial y comercial, puesto que la localidad, al ser un polo de atracción para la fabricación y venta de ropa, provoca que a los visitantes se les tengan que proporcionar los servicios necesarios.

Actualmente la población económicamente activa ocupada dentro del sector primario representa 21.17%, porcentaje tres veces inferior a los que representan el sector secundario y terciario juntos. El sector primario durante el periodo de 1970-2000 ha visto disminuir su presencia dentro del total de la PEA ocupada municipal en 45 puntos porcentuales, debido a la reconversión productiva hacia el sector secundario y terciario que surgió y se desarrolla en Zapotlanejo. El sector secundario y terciario han incrementado su participación en 25 y 24 puntos porcentuales respectivamente con respecto a 1970. Presentaron su mayor dinamismo durante el periodo 1980-1990 (cuadro 3.13).

Para 1990 la industria manufacturera donde la mayor parte corresponde al área del vestido, empleaba una cuarta parte de la población (24.7%) y era la segunda actividad que brindaba más trabajo en el municipio, superada únicamente por la agricultura (30.81%). El comportamiento del comercio es una expresión del dinamismo de la manufactura en gran parte, representaba a la tercera actividad más importante en la localidad. La manufactura de ropa en los últimos 20 años ha visto incrementar 14 puntos porcentuales su participación dentro de la PEA ocupada. Para el año 2000 se convierte en la principal actividad económica, emplea a la tercera

Cuadro 3.13

Zapotlanejo: población económicamente activa ocupada por sectores de actividad

Sector	1970		1980		1990		2000	
	PEA	% respecto al total	PEA	% respecto al total	PEA	% respecto al total	PEA	% respecto al total
Primario	5 128	66.15	4 661	42.18	3 499	30.81	4 201	21.26
Secundario	1 045	13.48	1 842	16.67	3 799	33.45	7 558	38.31
Terciario	1 196	15.43	1 587	14.36	3 260	28.71	7 677	38.92
No especificado	382	4.92	2,959	26.78	520	4.61	316	1.60
Total	7 751	100.00	11 049	100.00	11 078	100.00	19 725	100.00

Fuente: INEGI. IX al XII Censo de población y vivienda, 1970-2000.

parte de la población del municipio (30.1%), cifra que le ha permitido desplazar con un amplio margen la primacía que había representado la agricultura en los primeros lustros del siglo XX, que pasó a ocupar el segundo sitio en importancia seguida muy de cerca del comercio y los servicios comunales (cuadro 3.14).

**Cuadro 3.14**  
Zapotlanejo: población económicamente activa ocupada,  
por subsectores de actividad, 1970-2000

PEA total ocupada	1970		1980		1990		2000	
	PEA	%	PEA	%	PEA	%	PEA	%
Agricultura	5 066	65.36	4 642	42.01	3 499	31.58	4 181	21.17
Minería	62	0.80	19	0.17	45	0.41	20	0.10
Industria manufacturera	766	9.88	1 388	12.56	2 742	24.75	5 955	30.15
Construcción	279	3.60	454	4.11	1 012	9.14	1 603	8.12
Comercio	430	5.55	689	6.24	1 400	12.64	3 799	19.23
Transporte y servicios	251	3.24	324	2.93	392	3.54	586	2.97
Servicios financieros	0	0.0	42	0.38	45	0.41	61	0.31
Servicios comunales	515	6.64	532	4.81	1 423	12.85	3 231	16.36
No especificado	382	4.93	2 959	26.78	520	4.69	316	1.60
<b>Total</b>	<b>7 751</b>	<b>100.00</b>	<b>11 049</b>	<b>100.00</b>	<b>11 078</b>	<b>100.00</b>	<b>19 752</b>	<b>100.00</b>

Fuente: INEGI. IX al XII Censo de población y vivienda, 1970-2000.

El periodo de mayor auge en la producción y comercialización de ropa en Zapotlanejo se presentó entre 1980 y 1990, a pesar de las condiciones macroeconómicas adversas, materializadas a través de las continuas devaluaciones. Arias y Wilson (1997: 226) mencionan de igual forma a este periodo como el de mayor producción de ropa.

No solamente se incrementó la producción de ropa, sino también el número de establecimientos, debido tal vez por el cambio generacional de los negocios ya sea que los padres traspasaban las responsabilidades de la empresa familiar hacia los hijos o los apoyaban para que se independizaran mediante la creación de nuevas empresas o la fragmentación de las mismas.

Las dificultades económicas que se presentaron entre 1980 y 1990 pudieron ser sorteadas por los empresarios locales por medio de mecanismos que han ido construyendo dentro del núcleo familiar, amigos y hasta de los mismos proveedores,

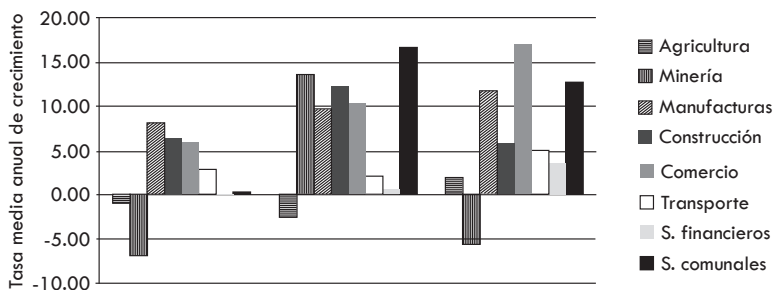


Calle Guadalupe Victoria  
 en la localidad de  
 Zapotlanejo, 1980  
 (Foto cortesía familia Ramírez)

mediante préstamos en dinero y especie, apoyo en la producción cuando existe una fuerte demanda del mercado, alargamiento de los periodos de pago de los insumos, entre otros.

Durante este mismo periodo de 1980-1990 se presenta un mayor dinamismo en el ritmo de crecimiento de los subsectores de comercio, industria, construcción y servicios comunales. Los dos primeros siguen manteniendo su dinámica propiciada por la fabricación de ropa en la localidad. El subsector de la construcción, por su parte, se convierte en un indicador del crecimiento económico, ya que hace patente la existencia de un excedente de capital que supera las necesidades básicas del individuo y que puede destinarse hacia la inversión fija, en este caso a la construcción de fábricas de ropa más grandes, casas particulares e infraestructura urbana. Actualmente, es la tercera actividad más importante del municipio (gráfica 3.6).

Gráfica 3.6  
 Zapotlanejo: tasa media anual de crecimiento de la PEA  
 ocupada por subsectores, 1970-2000



Fuente: Cuadro 3.14.

Cada vez más Zapotlanejo trata de integrarse al nuevo modelo de desarrollo, sustentado en la flexibilización de la mano de obra y la descentralización productiva. La composición por género ha sufrido transformaciones a lo largo de las últimas tres décadas. En ese sentido, hemos observado los siguientes procesos: por un lado, una actividad agrícola masculinizada (más de 95% de la PEA ocupada); por el otro, una disminución de la participación masculina en la industria y el comercio para dar cabida a la integración de la mujer que cada día adquiere mayor presencia dentro del desarrollo económico de Zapotlanejo. Para el año 2000 hubo una relación equilibrada entre hombres y mujeres dentro de los dos sectores anteriores (cuadro 3.15). Esta situación no es nueva ya que la feminización de los mercados de trabajo rurales es una de las características fundamentales de los cambios suscitados en los años ochenta (Arias, 1995: 76-77).

En términos generales, a nivel de todos los sectores productivos, la incorporación de mano de obra femenina al mercado de trabajo se ha hecho evidente a partir de 1970, aunque Arias y Wilson (1997: 226) documentan la incorporación de mujeres en diversas actividades desde la década de los sesenta. Durante las últimas tres décadas han incrementado su presencia en 13 puntos porcentuales dentro de la manufactura de la ropa, actualmente cuatro de cada diez personas que laboran en la industria manufacturera son mujeres (cuadro 3.16). Lo mismo sucede dentro del comercio, en 1970 el 8.8% de las mujeres se dedicaban al

Cuadro 3.15  
Zapotlanejo: población económicamente activa ocupada  
por sexo y subsectores de actividad, 1970-2000

PEA total ocupada	1970		1990		2000		Total %
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Agricultura	4 815	251	3 426	73	3 974	207	
Porcentajes	95.05	4.95	97.91	2.09	95.05	4.95	100
Minería	59	3	44	1	20	0	
Porcentajes	95.16	4.84	97.78	2.22	100.0		100
Industria	464	302	1 452	1 290	2 988	2 967	
Porcentajes	60.57	39.43	52.95	47.05	50.18	49.82	100
Construcción	267	12	995	17	1 578	25	
Porcentajes	95.70	4.30	98.32	1.68	98.44	1.56	100
Comercio	341	89	900	500	1 887	1 901	
Porcentajes	79.30	20.70	64.29	35.71	49.82	50.18	100
Transporte	237	14	379	13	552	28	
Porcentajes	94.42	5.58	96.68	3.32	95.5	4.5	100

PEA total ocupada	1970		1990		2000		Total
Servicios financieros	0	0	26	19	149	103	
Porcentajes			57.78	42.22	59.13	40.87	100
Servicios comunales	321	194	1 007	416	1 620	1 439	
Porcentajes	62.33	37.67	70.77	29.23	52.96	47.04	100
No especificado	238	144	372	148	173	143	
Porcentajes	62.30	37.70	71.54	28.46	54.75	45.25	100
Total	6 742	1 009	8 601	2 477	12 941	6 811	
Porcentajes	86.98	13.02	77.64	22.36	65.52	34.48	100

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de INEGI. IX al XII Censo de población y vivienda, 1970-2000.

Cuadro 3.16  
Zapotlanejo: población económicamente activa ocupada  
por subsectores de actividad y sexo, 1970 y 2000 (%)

Subsectores	1970		2000	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Agricultura	71.42	24.88	30.71	3.04
Industria	6.88	29.93	23.09	43.56
Construcción	3.96	1.19	12.19	0.37
Comercio	5.06	8.82	14.58	27.91
Transporte	3.52	1.39	4.27	0.41
Servicios	4.76	19.23	12.52	21.13
No especificado	3.53	14.27	1.34	2.10
Total	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda, 1970 2000. México.

comercio, para el año 2000, su presencia se ha fortalecido. Esto es resultado de la incorporación de esposas, hijas, hermanas y demás parientes en el negocio de la ropa. Este dato es importante, puesto que Bericat (1991: 51-52) al analizar un distrito industrial exitoso, el caso de Loja en España, encuentra que 80% de los trabajadores son mujeres. El estudio pone de manifiesto algunas semejanzas con Zapotlanejo donde figuran: a) procesos intensivos en mano de obra, b) uso de tecnología tradicional y obsoleta, c) la confección se realiza utilizando máquinas de coser no industriales, y d) existe una especialización nivel rama (camisetas en Loja y ropa para dama en Zapotlanejo).

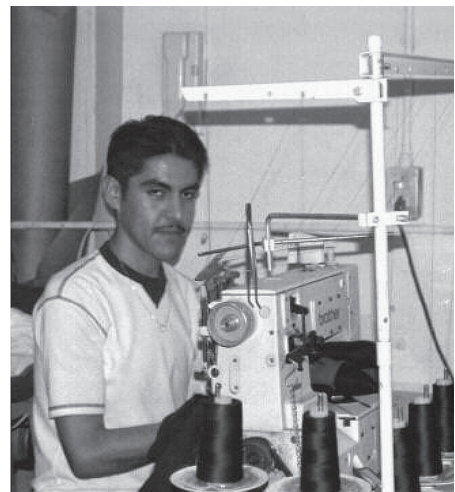
Los argumentos tradicionalmente manejados en torno a la feminización de la fuerza laboral en la industria del vestido se basan principalmente en cuestiones culturales, específicamente los conocimientos que han adquirido desde el hogar en el bordado y la costura sin necesidad de estudiarlos porque se adquirieron de forma innata. Sin embargo, cabe mencionar que, actualmente, con la descentralización productiva y el desarrollo de nuevas tecnologías automatizadas dentro de la fabricación de ropa, ya no son tan necesarias las cualidades anteriores.

Por otro lado se observa la falta de espacio laboral para el género masculino, debido en parte a la especialización productiva de una sola actividad, en este caso la fabricación de ropa; cada vez más jóvenes (hombres) incursionan en trabajos tradicionalmente reservados a las mujeres como son labores de planchado, pegado de botón, elaboración de bastillas y confección; la existencia de máquinas especializadas en cada uno de los procesos facilita el trabajo, donde no se requiere de ninguna capacitación para hacerlo. La evidencia empírica recabada por medio de los trabajadores manifiestan que han aprendido el oficio con sólo estar observando a sus familiares (madres, abuelas, hijas, primas o tías) cuando realizaban labores de confección. Parafraseando a Marshall (1920, IV, X), diríamos que la gente de Zapotlanejo aprende el oficio de la confección de ropa, gracias a la *atmósfera industrial* que se respira en el ambiente.

Marshall en 1920 escribió que “los secretos del oficio dejan de ser secretos, están por así decirlo, como si estuvieran en el aire, y los niños aprenden mucho de ellos



“Los secretos del oficio dejan de ser secretos, están por así decirlo, como si estuvieran en el aire, y los niños aprenden mucho de ellos inconscientemente” (Marshall, 1920, IV, X: 7)



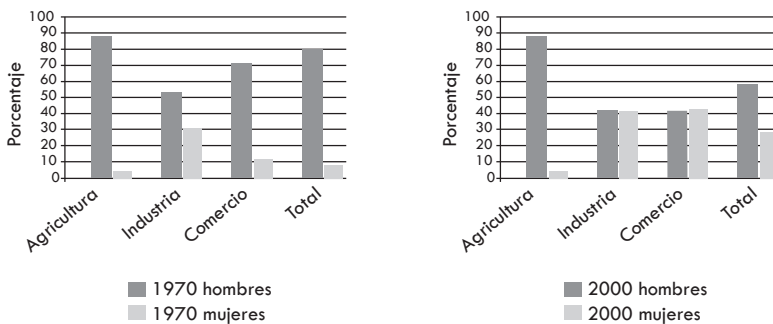
Debido al acelerado crecimiento en la industria del vestido en Zapotlanejo, la presencia de mano de obra masculina en labores de confección, adquiere mayor importancia

inconscientemente” (*idem.*), cita que fue interpretada por Becattini desde 1978 (Becattini, 1990) como “la atmósfera industrial”. Recientemente autores como: Azais (1998: 565), Rabeloti (1997: 18), Arias y Wilson (1997: introducción), entre otros, han retomado la frase célebre del economista Marshall para explicar la importancia que representan las habilidades culturalmente aprendidas de la población en el desempeño de actividades productivas específicas dentro del desarrollo local que presentan ciertos espacios geográficos especializados.

No obstante lo anterior, el cambio más evidente de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, para el año 2000, se observa en el comercio y la industria donde supera su participación (50.18%) respecto al hombre (49.82%). Las mujeres de Zapotlanejo han sido actores preponderantes dentro de la dinámica del desarrollo local; en los últimos 30 años han revertido la preponderancia que representaba el género masculino dentro de las actividades industriales y comerciales (gráfica 3.7). Esta transformación obedece a lo que Arias y Wilson (1997: 227) han denominado nueva manufactura rural, presente desde la década de los sesenta. El empleo femenino se incorpora a las empresas y el comercio principalmente en los ochenta. Se caracteriza por la presencia de: a) jóvenes de las cabeceras municipales, b) provenientes de las rancherías y pueblos aledaños, y c) de otros municipios aledaños.

Los datos arrojados por la presente investigación dan cuenta de la participación femenina en la industria y el comercio de Zapotlanejo a partir de los años setenta. Dentro de los principales hallazgos se observa la incorporación de hombres jóvenes dentro de las labores de confección de ropa y de trabajadores provenientes de los municipios de la zona metropolitana de Guadalajara.

Gráfica 3.7  
Zapotlanejo: población económicamente activa  
según principales actividades por sexo, 1970 y 2000

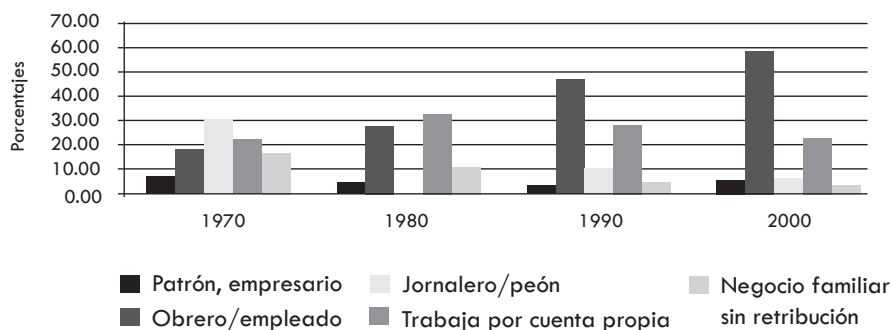


Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1970 y 2000.

No solamente se observan cambios por género sino también en los puestos de trabajo. El cambio más evidente es el incremento de la participación porcentual del número de obreros y/o empleados durante el periodo 1970-2000. En el año 2000 los obreros y empleados representan 58% de la mano de obra del municipio. Los trabajadores de negocios familiares sin retribución han disminuido su participación en 14 puntos porcentuales respecto a 1970, esto quiere decir que la mayoría de los parientes que trabajan en el negocio familiar, son compensados mediante una retribución monetaria (gráfica 3.8).

Debido al dinamismo industrial y comercial de la zona, se presenta un incremento en la demanda de mano de obra superior a la oferta existente en el municipio. Esta situación ha provocado una diferenciación selectiva de trabajadores respecto al lugar de procedencia y grado de escolaridad, según datos recabados mediante entrevistas a choferes de camiones de pasajeros y encargados de negocios y fábricas, estiman que 30% de los trabajadores de Zapotlanejo son foráneos. La evidencia empírica encontrada hasta el momento muestra dos patrones selectivos de la fuerza de trabajo: a) la población de los pueblos contiguos a la localidad de Zapotlanejo se emplea principalmente como obreros en los talleres de fabricación de ropa y como empleados en las tiendas comerciales de ropa y b) los trabajadores que acuden de la zona metropolitana de Guadalajara se emplean principalmente como encargados de tiendas (proveedoras de telas, maquinaria e insumos) y empleados de mostrador. Es decir, los trabajadores de las poblaciones contiguas son absorbidos por la industria y los provenientes de municipios metropolitanos se enfocan al sector servicios.

Gráfica 3.8  
Zapotlanejo: población económicamente activa  
por posición en el trabajo, 1970-2000



En el número de tomo consultado para el Censo de 1980 no se encontraba el dato de jornalero o peón.  
Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1970-2000.

El trabajo de costura y acabado de prendas de vestir, en la región de Los Altos de Jalisco es eminentemente femenino y emplea mano de obra cuyo rango de edad es de 12 a 29 años (Arias y Wilson, 1997)



La movilidad de la fuerza de trabajo hacia Zapotlanejo responde a las necesidades del mercado. En la actualidad persisten las fluctuaciones en la contratación de la fuerza de trabajo. La demanda fluctúa de acuerdo con los altibajos del mercado y las vicisitudes de la empresa. El empleo se presenta bajo tres modalidades: a) se concentra en fábricas y talleres de la cabecera municipal, b) trabajo a domicilio en pueblos y rancherías de origen, y c) una mezcla del taller-trabajo a domicilio en las localidades de origen (Arias y Wilson, 1997: 227).

Hay temporadas donde se tiene que hacer recorte de personal e, inclusive, cerrar talleres, tiendas y proveedurías, debido a que las ventas son mínimas y los gastos fijos (agua, luz, renta, teléfono y pago de nómina) pueden llegar a superar la relación ingreso-gasto y generar pérdidas. En otras ocasiones, cuando existe mucho trabajo, la jornada laboral se extiende. Los trabajadores aceptan las condiciones de trabajo impuestas por los patrones, debido a la inexistencia de contratos laborales.

Dentro de la población económicamente activa por género y posición en el trabajo, las mujeres han ido ganando terreno empleándose como obreras y dentro del negocio familiar a diferencia de los hombres, que han visto disminuir su presencia. En tan sólo 30 años está desplazando paulatinamente la participación de PEA masculina de forma significativa, en la actualidad cerca de la mitad de los obreros o empleados pertenecen al sexo femenino (42.53%); es decir la incorporación de las mujeres dentro de la dinámica industrial-comercial del municipio es como obreras principalmente.

Aunque, el dato absoluto de mujeres empresarias en Zapotlanejo es significativo: pasó de 77 a 298 en el periodo comprendido entre 1970-2000, es decir, por cada una de las mujeres empresarias de los años setenta se incorporaron cuatro más al final del milenio (cuadro 3.17).

El desempeño de la mujer no se limita sólo a conseguir un empleo remunerado o no. En el caso del negocio familiar, ella poco a poco ha ido buscando las formas de

Cuadro 3.17  
Zapotlanejo: población económicamente activa  
ocupada por posición en el trabajo, sexo, 1970-2000

Posición en el trabajo	1970		1990		2000		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Patrón/ empresario	480	77	275	48	782	298	
Porcentajes	86.18	13.82	85.14	14.86	72.41	27.60	100.00
Obrero / empleado	1 020	385	3 286	1 853	6 630	4 906	
Porcentajes	72.60	27.40	63.94	36.06	57.47	42.53	100.00
Jornalero/ peón	2 205	140	1 125	54	1 224	35	
Porcentajes	94.03	5.97	95.42	4.58	97.22	2.78	100.00
Trabaja por cuenta propia	1 506	214	2 869	271	3 450	1 052	
Porcentajes	87.56	12.44	91.37	8.63	76.63	23.37	100.00
Negocio familiar. Sin pago	1 116	183	480	58	416	289	
Porcentajes	85.91	14.09	89.22	10.78	59.01	40.99	100.00
Total	6 742	1 009	8 601	2 477	12 941	6 811	
Porcentajes	86.98	13.02	77.64	22.36	65.52	34.48	100.00

Fuente: INEGI. IX al XII Censos de población y vivienda, 1970-2000.

intervenir dentro de los negocios, se enfocan principalmente a las áreas del diseño de prendas, como se pudo comprobar en la encuesta aplicada a los fabricantes, pero las decisiones finales siguen siendo tomadas por los hombres. La incorporación de las mujeres en los mercados de trabajo en Zapotlanejo puede considerarse como ejemplos palpables de iniciativas de desarrollo local femenino, en una región caracterizada por la cultura del "machismo".

A nivel sectorial se ha incrementado casi al doble la participación de obreros y empleados en el sector, seguidos de aquellos que trabajan por cuenta propia; situación similar se presenta en el comercio. El 76.57% del empleo generado en la industria corresponde a empleados y obreros, solamente 1.36% representa a la categoría de negocio familiar sin pago (cuadro 3.18). La situación anterior puede ser explicada en parte, debido a cuestiones con el pago de impuestos con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Los propietarios se hacen pasar como empleados en la posición de gerentes y, en términos legales, la esposa o el hijo mayor fungen

**Cuadro 3.18**  
**Zapotlanejo: población económicamente activa ocupada**  
**por posición en el trabajo y ramas principales de actividad, 1970-2000**

Posición en el trabajo	1970			2000		
	Agricultura	Industria	Comercio	Agricultura	Industria	Comercio
Patrón/ empresario	193	100	74	121	281	435
Porcentajes	3.81	13.05	17.21	2.89	4.72	11.45
Obrero / empleado	206	341	109	1 313	4 560	1 940
Porcentajes	4.07	44.52	25.35	31.40	76.57	51.07
Jornalero/ peón	1 974	102	28	692	94	9
Porcentajes	38.97	13.32	6.51	16.55	1.58	0.24
Trabaja por cuenta propia	1 215	159	140	1 563	820	1 099
Porcentajes	23.98	20.76	32.56	37.38	13.77	28.93
Negocio familiar/ sin pago	1 053	64	79	323	81	199
Porcentajes	20.79	8.36	18.37	7.73	1.36	5.24
No especificado				169	119	117
Porcentajes	0	0	0	4.04	2.0	3.08
Total	5 066	766	430	4 181	5 955	3 799
Porcentajes	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1970-2000.

como “dueños”. Todo empleado recibe un sueldo y mientras mayores sean los gastos las ganancias son menores y se pagan menos impuestos.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Esta es una práctica usada comúnmente para justificar el pago de sueldos y salarios a los miembros de la familia, aún cuando no trabajen directamente en la empresa. También suele darse el caso de personas que tienen un negocio propio pero su posición de informalidad los hace que no cuenten con Seguro Social, entonces pueden pedir de “favor” a algún pariente, conocido o amigo que tenga un negocio legal que los incluya solamente dentro de la nómina, ya que los pagos por el concepto del Seguro corren a cargo de quien lo solicitó. En estos casos no solamente se estaría hablando de la prestación de servicios médicos, sino también entran en juego las

La presencia femenina dentro de la escena económica de Zapotlanejo representa un cambio en la forma de conceptualizar las funciones de cada miembro en el núcleo familiar, es decir, el papel tradicional como ama de casa, que históricamente venía desempeñando. Hoy en día esa función es combinada con sus labores como empresaria, obrera, trabajadora por su cuenta o en el negocio familiar, por lo que cada vez más necesitan servicios como lavanderías, personal doméstico para la limpieza del hogar, guarderías, restaurantes y negocios de comida rápida, entre otros. Los negocios que se han instalado a últimas fechas son principalmente guarderías y comida rápida (pizzerías).

El costo de la secreta "reconversión" familiar ha sido alto y lo han pagado las mujeres y sus familias a través de la incorporación de más trabajo (Arias, 1998: 39). A partir del cambio hacia la industrialización de Zapotlanejo, la mujer ha sabido incorporarse a este nuevo patrón de crecimiento económico, su presencia se ha visto incrementada en las últimas tres décadas en 1970 existían 302 mujeres que trabajaban en la industria, actualmente son 2 967 (cuadro 3.19). Situación que ha modificado la distribución por sexos; en 1970 trabajaban en la industria dos hombres por cada mujer en promedio, actualmente por cada hombre que trabaja dentro de la industria existe una mujer incorporada a la actividad, es decir, observamos un cambio dentro del patrón laboral. Posición que a la vez les ha permitido poner en práctica habilidades empresariales mayores que consisten en la utilización de trabajo barato de otras mujeres mediante la subcontratación, como lo manifiesta Arias (1998: 39).

En cuanto a la posición en el trabajo dentro de la industria sobresale su presencia como obreras o empleadas, se observan incrementos de 12 puntos porcentuales, a diferencia del trabajo por cuenta propia, significativo, pero que presenta decremento. La participación como empresarias en la industria se ha incrementado en términos absolutos, pasando de 24 a 75 actualmente; de igual forma sucede con la relación hombre-mujer. En 1970 existían 3.2 hombres empresarios por cada mujer en la industria, actualmente la relación ha disminuido en cuatro décimas. Ello indica que el sexo femenino de forma lenta pero sostenida, está adquiriendo posiciones importantes dentro de la industria.

La presencia femenina es más sorprendente dentro del comercio, ha pasado de 89 trabajadoras en 1970 a 1 904 para el año 2000 (cuadro 3.19). Este rápido crecimiento sirvió para que la distribución por sexos en el comercio se modificara. En un inicio existían tres hombres por cada mujer que trabajaba en el comercio, ahora, la relación es de equilibrio (uno a uno) al igual que en la industria.

---

pensiones para el retiro e invalidez, el derecho a solicitar créditos del Instituto de Fomento Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT) y pagos por conceptos de ingravidez, entre otros.

Cuadro 3.19

Zapotlanejo: estructura por género de la población económicamente activa ocupada por posición en el trabajo y ramas principales de actividad, 1970-2000

Posición en El trabajo	1970						2000					
	Agricultura		Industria		Comercio		Agricultura		Industria		Comercio	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Empresario	186	7	76	24	59	15	119	2	206	75	267	168
Porcentajes	96.37	3.63	76.0	24.0	79.73	20.27	98.35	1.65	73.31	26.69	61.38	38.62
Obrero /empleado	182	24	201	140	90	19	1 229	84	2 131	2 429	829	1 111
Porcentajes	88.35	11.65	58.94	41.06	82.57	17.43	93.60	6.40	46.73	53.27	42.73	57.27
Jornalero	1 887	87	86	16	25	3	674	18	85	9	7	2
Porcentajes	95.59	4.41	84.31	15.69	89.29	10.71	97.40	2.60	90.43	9.57	77.78	22.22
Ctra. propia	1 183	32	71	88	113	27	1 517	46	472	348	671	428
Porcentajes	97.37	2.63	44.65	55.35	80.71	19.29	97.06	2.94	57.56	42.44	61.06	38.94
Negocio familiar	962	91	30	34	54	25	282	41	28	53	62	137
Porcentajes	91.36	8.64	46.88	53.13	68.35	31.65	87.31	12.69	34.57	65.43	31.16	68.84
Total	4 815	251	464	302	341	89	3 974	207	2 988	2 967	1 895	1 904
Porcentajes	95.05	4.95	60.57	39.43	79.30	20.70	95.05	4.95	50.18	49.82	49.88	50.12

Fuente: INEGI. Censos de población y vivienda, 1970-2000.

Se esperaría que el comercio siga incrementando su presencia ya que Zapotlanejo se está convirtiendo en un gran centro comercializador, no sólo de productos manufacturados al interior del municipio, sino que se están localizando comercios complementarios a la industria del vestido, por medio de tiendas de accesorios como bolsas, cintos, gorras, cosméticos lencería, zapaterías; proveedoras de insumos,<sup>12</sup> proveedoras de maquinaria especializada en la industria, entre otros, así como tiendas comercializadoras especializadas en la importación de prendas manufacturadas de Estados Unidos y Brasil principalmente.

### *A nivel rama de actividad, 1980-1998*

La industria del vestido es una de las actividades más importantes en Zapotlanejo, pero dentro de los trabajos revisados hasta el momento sobre la localidad no existe alguno que compruebe mediante el uso de indicadores el grado de importancia que representa la confección de ropa. En esta parte del documento se hará un análisis mediante la revisión de datos estadísticos relacionados con la estructura industrial del municipio. Posteriormente, se determinará en cuál de las ramas económicas, aparte de la confección existe una especialización. Primero se identificará el empleo básico y no básico con el fin de obtener el multiplicador de la base; luego se estudiarán las ramas industriales en las que existen ventajas de localización.

Los datos proceden de los *Censos económicos 1994 y 1998* elaborados por el INEGI. Las variables que se utilizaron son: establecimientos, personal ocupado, producción, remuneraciones, activos fijos y valor agregado al nivel de cuatro dígitos (ramas).

### *Estructura industrial*

En los últimos treinta años, Zapotlanejo ha experimentado una transformación hacia el interior de las actividades industriales. En 1980 más de la mitad de los establecimientos manufactureros se enfocaban hacia la fabricación de alimentos (cuadro 3.20); el subsector textil, segundo en importancia, se limitaba a representar tan sólo a 23% de los negocios. Actualmente, dicha presencia se ha revertido; la fabricación de alimentos ha perdido importancia debido, en parte, al vertiginoso ascenso en la producción de ropa; en 1980 representaba a 23% del total de establecimientos dedicados a la manufactura, para 1998 incrementa su presencia en tres veces.

Esta aceleración ha provocado la concentración de la fuerza de trabajo en una sola actividad, en 1998 siete de cada diez trabajadores manufactureros laboraban en actividades relacionadas con la industria textil (cuadro 3.21). Proceso que origina a su vez, el desarrollo de actividades complementarias a la industria motriz. El mayor

---

<sup>12</sup> Como son telas, hilos, botones, etiquetas, hebillas.

Cuadro 3.20  
Zapotlanejo: estructura de la industria manufacturera  
por subsector de actividad y número de establecimientos, 1980-1998

Subsector de actividad	1980		1985		1988		1993		1998	
	Número establecimientos	%	Número establecimientos	%	Número establecimientos	%	Número establecimientos	%	Número establecimientos	%
31. Alimentos	36	52.17	13	29.55	8	16.67	46	28.57	77	22.06
32. Textiles	16	23.19	16	36.36	26	54.17	78	48.45	221	63.32
33. Madera	6	8.70		*	*		6	3.73	11	3.15
36. Minerales no metálicos	4	5.80	4	9.09	*		12	7.45	12	3.44
38. Maquinaria y equipo	7	10.14	11	25.00	9	18.75	15	9.32	23	6.59
Total Manufactura	69	100	44	100	48	100	161	100	349	100

Nota: Los espacios en blanco son, por que no se reportó la actividad. Los asteriscos (\*) indican que existen menos de tres establecimientos en la rama y no pueden ser presentados para mantener la confidencialidad.

Fuente: INEGI. XI, XII, XIII, XIV y XV censo industrial; Censos económicos 1981, 1986, 1989, 1994 y 1999.

Cuadro 3.21  
Zapotlanejo: estructura de la industria manufacturera  
por subsector de actividad y empleados, 1980-1998

Subsector de actividad	1980		1985		1988		1994		1998	
	Trabajadores	%	Trabajadores	%	Trabajadores	%	Trabajadores	%	Trabajadores	%
31. Alimentos	187	37.33	54	10.74	186	24.19	324	28.65	396	17.17
32. Textiles	129	25.75	412	81.91	555	72.17	694	61.36	1 636	70.91
33. Madera	18	3.59			5	0.65	25	2.21	30	1.30
34. Imprentas y editoriales							9	0.80	14	0.61
35. Química							12	1.06	2	0.09
36. Metales no ferrosos	149	29.74	17	3.38	10	1.30	27	2.39	51	2.21
38. Maquinaria y equipo	18	3.59	20	3.39	13	1.69	40	3.54	178	1.0
Total Manufactura	501	100.00	503	100.00	769	100.00	1 131	100.00	2 307	100.00

Nota: Los espacios que aparecen en blanco, son debido a que no se reportó la actividad en esos años.

Fuente: INEGI. XI, XII, XIII, XIV y XV censo industrial; Censos económicos 1981, 1986, 1989, 1995 y 1999.

dinamismo en la industria textil, se observa a finales de los años ochenta en cuanto al número de establecimientos y empleados, recordemos, en esas fechas fue cuando se registró el mayor auge en la producción de ropa en el municipio.

Actualmente, la estructura industrial del municipio se encuentra polarizada hacia el subsector textil, representa 64% de los establecimientos industriales, proporciona empleo a 70% de la mano de obra en el sector, siete de cada diez pesos son pagados por el subsector, tiene una participación de 50% dentro de la producción industrial, genera 54% del valor agregado y participa con 44% de la producción industrial (cuadro 3.22).

La industria textil de Zapotlanejo, se caracteriza por enfocarse principalmente hacia la confección de prendas de vestir (rama 3220) como se observa en el cuadro 3.23, ocho de cada diez trabajadores de la industria textil laboran en la fabricación de ropa, cifra que se ha visto incrementada en los últimos ocho años. Para 1985 y 1988 pareciera que la industria del calzado desplaza a la ropa, pero más bien, creemos que este dato es presentado de forma errónea por el INEGI.<sup>13</sup>

La fabricación de ropa representa una singular importancia con relación a la industria textil del municipio, al igual que en la industria manufacturera del mismo. Cifras sorprendentes se manifiestan en el último censo económico, donde podría decirse que, casi el total de la población tiene que ver con esta rama productiva que está adquiriendo mayor solidez a nivel estatal (cuadro 3.24).

La industria del vestido se caracteriza por la proliferación de micro empresas; el tamaño medio de sus establecimientos es de 7.3 trabajadores, el promedio de remuneraciones anuales por trabajador es de 14 220 pesos, es decir, perciben mensualmente 1 185 pesos, que significan 39 pesos diarios, o sea, un salario mínimo; por lo visto, esta rama no es muy bien retribuida. Además, por cada persona ocupada dentro de la rama se encuentran invertidos 26 440 pesos en maquinaria, cifra ligeramente superior a la que se presenta en el estado de Jalisco dentro de la misma actividad; esto nos indica que la industria del vestido es una industria tradicional y en los últimos años no presenta grandes avances dentro de su modernización, si lo comparamos con la industria textil a nivel estatal y el total de la industria manufacturera, en esta última, por cada trabajador ocupado existe una inversión de 180 210 pesos en la industria manufacturera jalisciense, cifra siete veces superior que la representada en la fabricación de ropa de Zapotlanejo (cuadro 3.25).

La rama de la confección en el municipio tiene una relevante presencia femenina dentro del personal ocupado remunerado y no remunerado, representa más de 60%. Esto evidencia lo que observaron en los años noventa Arias y Wilson (1997: 39-40) con el surgimiento de un nuevo tipo de empresa y manejo empre-

---

<sup>13</sup> Zapotlanejo no se caracteriza por la producción de calzado; en este caso pensamos que tal vez alguna de las dos ramas fue clasificada erróneamente por los encuestadores.

Cuadro 3.22  
Zapotlanejo: estructura industrial, 1998

Sector	Establecimientos	Población ocupada	Miles de pesos			Producción bruta	Valor agregado
			Remuneraciones	Activos fijos	Producción bruta		
Alimentos	77	396	6 052	24 253	1 62 476	52 300	
Porcentajes	22.38	17.17	18.68	27.37	49.93	40.24	
Textiles	221	1 636	23 383	51 775	1 43 333	71 042	
Porcentajes	64.24	70.91	72.16	58.43	44.05	54.66	
Madera	11	30	148	2 478	2 422	909	
Porcentajes	3.20	1.30	0.46	2.80	0.74	0.70	
Papel	0	14	175	1 305	1 124	555	
Porcentajes		0.61	0.54	1.47	0.35	0.43	
No metálica	12	51	571	1 471	1 955	929	
Porcentajes	3.49	2.21	1.76	1.66	0.60	0.71	
Metálica	23	178	2 075	7 326	14 077	4 236	
Porcentajes	3.39	7.72	6.40	8.27	4.33	3.26	
Total	344	2307	32 404	88 608	325 390	129 974	
Porcentajes	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

Fuente: INEGI, Censos económicos, 1999.

Cuadro 3.23  
Zapotlanejo: estructura de la industria textil por rama de actividad y empleados, 1980-1998

Rama de actividad	1980		1985		1988		1993		1998	
	Población ocupada	%	Población ocupada	%	Población ocupada	%	Población ocupada	%	Población ocupada	%
3220. Confección de prendas de vestir	113	87.60	132	32.04	271	48.83	620	89.34	1 538	94.01
3240. Industria del calzado			280	67.96	223	40.18	56	8.07	58	3.55
Otras	16	12.40			61	10.99	18	2.59	38	2.32
Total industria textil		100.00	412	100.00	555	100.00	694	100.00	1 636	100.00

Nota: En los espacios que aparecen en blanco, es porque no se reportó la actividad en esos años.  
Fuente: INEGI. XI, XII, XIII, XIV y XV Censo industrial; Censos económicos, 1981, 1986, 1989, 1994 y 1999.

Cuadro 3.24  
Zapotlanejo: rama de la confección, principales indicadores (%)

Rama de actividad	1980	1985	1988	1993	1998
Confección de prendas de vestir	81.25	56.25	78.08	100	95.02
Establecimientos (a)	94.46	32.04	45.81	77.76	93.53
Remuneraciones *	85.17	41.34	23.95	88.51	78.54
Activos fijos *	85.64	29.27	45.28	84.21	90.12
Producción bruta *	94.31	31.25	41.91	85.87	90.81
Valor agregado *	2.04	2.11	4.87	7.60	7.86
Participación del personal ocupado de la rama 3220 del municipio con respecto a la misma rama del estado de Jalisco					

(a) participación del personal ocupado de la rama 3220 del municipio con respecto al total de la industria textil del municipio.

\*Participación de la rama 3220 con respecto al total de la industria manufacturera del municipio.

Fuente: INEGI. Censos económicos, 1981, 1986, 1989, 1994 y 1999.

Cuadro 3.25  
Relaciones analíticas según sector, subsector y rama de actividad, 1998

Tamaño promedio de los establecimientos ocupada/establecimientos ocupada	Promedio de remuneraciones por trabajador (miles de pesos)	Capitalización activos fijos/personal ocupado (miles de pesos)	Productividad valor agregado /población ocupada (miles de pesos)	Producción bruta /población ocupada (miles de pesos)
Industria manufacturera	6.6	14.04	38.40	56.33
Industria textil	7.4	14.29	31.64	43.42
Confección	7.3	14.22	26.44	41.94

Fuente: INEGI. Censos económicos, 1999.

sarial, donde las mujeres tienen un papel nuevo, que ha comenzado a redefinir su relación en otros ámbitos de la vida social y familiar. Las remuneraciones recibidas por las mujeres, les permiten una mayor libertad a la hora de tomar decisiones (cuadro 3.26).

**Cuadro 3.26**  
Zapotlanejo: personal ocupado remunerado y no remunerado,  
distribuido por sexo, 1998

Absolutos	Personal remunerado			Propietarios, familiares		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Zapotlanejo	1 608	1 632	3 240	1 475	1 414	2 889
Industria manufacturera	885	842	1 727	267	313	580
Industria Confección	494	773	1 267	135	234	369
Porcentajes	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Zapotlanejo	49.6	50.3	100.0	51.05	48.9	100.0
Industria manufacturera	51.2	48.7	100.0	46.03	53.9	100.0
Industria Confección	38.9	61.01	100.0	36.5	63.4	100.0

Fuente: INEGI. Censos económicos, 1999.

### *Especialización y dinámica productiva*

Una vez caracterizada la industria en Zapotlanejo, es conveniente estudiar cuál es su dinámica y perspectiva. Para ello la especialización productiva, nos ayuda a determinar la base económica municipal, asume que una economía local puede dividirse en: a) *sector básico*: integrado por las actividades productivas y de servicios que dependen principalmente de la demanda externa, se considera parte de éste la producción de manufacturas, actividades agropecuarias de exportación y el turismo; b) *sector no básico*: compuesto por las actividades que dependen principalmente de la demanda interna; comprende las actividades orientadas a la economía local, actividades gubernamentales solamente en el ámbito local. Bajo la perspectiva del análisis de la base económica local, considera que el crecimiento económico local se debe principalmente a lo que acontece dentro del sector básico, debido a que hay una derrama monetaria dentro de la localidad como consecuencia de las ventas al exterior, que se transforma en un excedente de dinero en la economía municipal.

Una parte del excedente se invierte y la otra contribuye al incremento de la demanda de bienes y servicios del sector no básico, lo cual genera un efecto multiplicador dentro de la economía; si el sector básico prospera, es decir, si presenta un incremento de sus ventas en el exterior, el dinero adicional que ingresa en la locali-

dad debido a esas ventas, incrementa la demanda del lugar y como consecuencia el nivel de desarrollo de la actividad económica.

El nivel de actividad en el sector exportador depende en el corto plazo de los factores sobre los que la zona urbana no ejerce control, como son la demanda de las exportaciones y la cantidad de inversión de capital procedente del exterior. Las exportaciones no tienen la misma importancia en todas las zonas del mismo tamaño, varía de acuerdo con el tipo de actividad exportadora y de servicios que contenga.

Las críticas en torno al análisis de la base económica radican en el hecho de que nos es posible mantener una serie de factores constantes. La zona urbana puede contar con diversos tipos de exportación donde cada uno puede crecer a un ritmo desigual y generar niveles diferentes de la actividad y servicios (Cota, 1992). La importancia de tales beneficios va a depender del tamaño que presente la localidad o la región. Además, nos dice lo que sucederá si cambia la base exportadora, pero no cual va a ser el cambio en la exportación. A pesar de las restricciones, sigue considerándose útil para el análisis sobre la especialización de las economías locales, porque aun no se cuenta con elementos teóricos y empíricos específicos para hacer los cálculos.

Para aplicar el análisis de la base económica dentro del municipio de Zapotlanejo, primero habrá que identificar lo siguiente: a) sector básico; b) determinación del empleo básico en las actividades pertenecientes al sector básico y c) definir el multiplicador de la base, mediante el cual se calcula el impacto de los cambios del sector básico en la economía local.

Para la identificación del sector básico se procedió a utilizar el coeficiente de localización, también conocido como coeficiente de especialización; este es el procedimiento más utilizado para llevar a cabo el análisis de la base económica.<sup>14</sup> Mide el grado de especialización productiva de una localidad con respecto a otro territorio, en este caso, se comparó con el estado de Jalisco.

Si el coeficiente de localización es igual a la unidad significa que esas actividades tienen una aportación relativa al empleo local similar a la que tienen en la economía estatal. Se interpreta como la existencia de una producción local suficiente para abastecer la demanda local. Pero al mismo tiempo no existen excedentes exportables. Cuando el índice es menor que uno, significa la existencia de

---

<sup>14</sup> La fórmula es:  $cl = \frac{e^t_i / e^t_T}{(E^t_i / E^t_T)}$

donde:

$e^t_i$ : empleo municipal en la actividad i en el año t.

$e^t_T$ : empleo municipal total en el año t.

$E^t_i$ : empleo estatal en la actividad i en el año t.

$E^t_T$ : empleo estatal total en el año t.

una insuficiente producción local y, por lo tanto, se hace necesario importar este tipo de bienes o servicios. En cambio cuando el indicador es mayor a la unidad, se dice que existe una especialización de la economía local en esa actividad. Es decir, existe un excedente de producción que sobrepasa la demanda local y por lo tanto puede exportarse.

La economía local de Zapotlanejo durante el último periodo censal (1994-1998), presenta cambios dentro de su especialización. Las ramas más dinámicas durante 1993 fueron la confección con materiales textiles, elaboración de alimentos preparados para animales, confección de prendas de vestir, estaciones de gasolina y los servicios. Cuatro años después, la especialización productiva se centra principalmente en tres ramas: la fabricación de prendas de vestir y elaboración de alimentos para animales.

En cambio, dentro del sector servicios solamente dos actividades han sostenido su presencia: tintorerías y lavanderías, así como el mantenimiento. Esta situación más que nada responde a las necesidades de la población local, por un lado está la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, 35% de la fuerza laboral del municipio corresponde a mujeres y la proliferación del uso del automóvil. No obstante, podemos afirmar que la especialización productiva del municipio está regida por la industria del vestido y ésta se convierte en la fuerza centrífuga que arrastra a otras actividades económicas (cuadro 3.27).

#### *Determinación del empleo básico<sup>15</sup> en las actividades del sector básico*

Ya identificadas las actividades del sector básico se determinan las proporciones del empleo básico y no básico, que presentan cada uno de estas actividades. Es decir, una actividad perteneciente al sector básico no se compone por completo del empleo básico, sino que una parte de su población ocupada produce bienes que se destinan al mercado local. Un valor negativo del empleo básico se puede interpretar como la cantidad de empleo que requeriría esa industria para ser autosuficiente en los bienes que produce. En otras palabras, corresponde a la cantidad de empleos no locales que permiten satisfacer la demanda local en ese tipo de bienes.

---

<sup>15</sup> La fórmula es:  $eb^t_i = (e^t_i / E^t_i) - (e^t_T) * E^t_i$

donde:

$e^t_i$ : empleo municipal en la actividad i en el año t.

$e^t_T$ : empleo municipal total en el año t.

$E^t_i$ : empleo estatal en la actividad i en el año t.

$E^t_T$ : empleo estatal total en el año t.

La primera parte de la fórmula representa, la participación municipal en la producción estatal de la actividad i. La segunda parte, expresa la participación municipal en el consumo estatal de esa actividad.

Cuadro 3.27  
Zapotlanejo: especialización productiva, 1994-1998

Rama de actividad	Coeficiente de especialización	
	1993	1998
3111. Industria de la carne	1.76	0.70
3112. Elaboración de productos lácteos	0.39	1.25
3116. Molienda de nixtamal y fabricación de tortillas	1.33	0.96
3122. Elaboración de alimentos preparados para animales	3.43	4.86
3130. Industria de las bebidas	1.01	0.35
3213. Confección con materiales textiles. Incluye tapices y alfombras	2.17	1.29
3220. Confección de prendas de vestir	10.36	9.62
3841. Industria automotriz	0.20	2.45
6230. Comercio de productos no alimenticios al por menor	1.89	1.97
6260. Estaciones de gasolina	2.25	1.15
8312. Otros servicios de alquiler	1.51	0.21
9250. Servicios de asociaciones comerciales y laborales	1.54	0.63
9310. Restaurantes, bares y centros nocturnos	1.05	0.87
9530. Servicios de lavandería y tintorería	1.09	1.84
9612. Servicios de reparación y mantenimiento automotriz	1.12	1.22

Nota: Sólo aparecen en el cuadro las ramas que presentaron índices mayores a la unidad, en cualquiera de los años de referencia.  
Fuente: INEGI. Censos económicos, 1994 y 1999.

El 90% de los trabajadores dedicados a la fabricación de prendas de vestir, participa en la producción destinada para el consumo externo, ahí es donde la localidad puede obtener ingresos del exterior. En cambio, existen actividades donde el municipio se encuentra especializado como son: la elaboración de productos lácteos, confección de materiales textiles, estaciones de gasolina, lavanderías y servicios de reparación automotriz, pero el mayor porcentaje de trabajadores se encuentra orientado a satisfacer la demanda local (cuadro 3.28).

**Cuadro 3.28**  
Zapotlanejo: empleo básico y no básico de las ramas del sector básico, 1998

Rama de actividad Sector básico	Empleo básico	Empleo no básico
3112. Elaboración de productos lácteos	19	79
3122. Elaboración de alimentos preparados para animales	93	24
3213. Confección con materiales textiles. Incluye tapices y alfombras	8	29
3220. Confección de prendas de vestir	1 378	160
3841. Industria automotriz	85	59
6230. Comercio de productos no alimenticios al por menor	751	772
6260. Estaciones de gasolina	5	35
9530. Servicios de lavandería y tintorería	-83	187
9612. Servicios de reparación y mantenimiento automotriz	-70	150

Fuente: INEGI. Censos económicos 1994 y 1999.

### *Multiplicador de la base*

El multiplicador de la base permite calcular el impacto que tienen las variaciones del empleo del sector básico en el empleo local.<sup>16</sup> La confección de prendas de vestir presenta un multiplicador de 1.12 (cuadro 3.29). La utilización de esta técnica nos permite estimar las variaciones del empleo total de cada rama. Si crece en 2% el empleo básico en la confección de prendas de vestir, se requerirán de 1 574.22 trabajadores, es decir, se incrementará el empleo básico en 196.2 personas y esto generará mayores ingresos a la localidad.

<sup>16</sup>  $Mb_i = e^t_i / eb^t_i$

donde:

$e^t_i$  = empleo municipal de la actividad i en el año t.

$eb^t_i$  = empleo básico municipal de la actividad i en el año t.

Cuadro 3.29  
Zapotlanejo: multiplicador de la base en las ramas del sector básico, 1998

Rama de actividad Sector básico	Multiplicador de la base
3112. Elaboración de productos lácteos	5.03
3122. Elaboración de alimentos preparados para animales	1.26
3213. Confección con materiales textiles. Incluye tapices y alfombras	4.46
3220. Confección de prendas de vestir	1.12
3841. Industria automotriz	1.69
6230. Comercio de productos no alimenticios al por menor en establecimientos especializados	2.03
6260. Estaciones de gasolina	7.80
9530. Servicios de lavandería y tintorería	-1.25
9612. Servicios de reparación y mantenimiento automotriz	-1.14

Fuente: INEGI. Censos económicos, 1994 y 1999.

### *Cambio y participación*

Este análisis tiene el objeto de describir y proyectar los cambios que ocurren en el empleo; para ello, es necesario contar con dos periodos de tiempo como mínimo y dos áreas geográficas. Este método tiene vinculaciones más estadísticas que teóricas (Cota, 1992); sin embargo puede proporcionarnos algunos elementos de análisis debido a que identifica los sectores que están contribuyendo al crecimiento debido a ventajas de localización propias del área urbana.

La utilización de esta técnica es con el fin de situar sus alcances como un elemento de diagnóstico, nos presenta aquellos sectores que están participando en el crecimiento debido a ventajas de localización propias del área urbana, pero no nos dice cuáles son los factores que propician esa ventaja. La técnica tradicionalmente en este trabajo consta de tres componentes, se utilizará el de dos componentes ajustado por Garza (1985), donde se identifican dos partes: una llamada crecimiento equivalente y el crecimiento diferencial, este último señala las ventajas locacionales de la actividad económica.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Primer componente: denominado crecimiento equivalente; presenta el incremento de los trabajadores de la rama *i* en Zapotlanejo, si hubiesen crecido al mismo ritmo que el estado. Se interpreta como el crecimiento equivalente de trabajadores del exterior de la ciudad, es decir, representa el crecimiento del empleo en la ciudad debido a condiciones regionales. Si presenta signo negativo, significa que el empleo en la rama analizada decreció en el estado.

Si la región crece a un ritmo mayor que el estado, se considera que una parte significativa de la actividad económica se ha desplazado hacia la región (Castillo, 1990: 29). El análisis del cambio consiste en describir la dinámica de una estructura regional a partir de cambios que tienen lugar en la actividad económica, medidos a través de determinados indicadores y en un periodo de tiempo dado. El cambio total se obtiene de la diferencia entre el cambio real de la región, y el cambio que se habría obtenido si la región hubiese crecido a las mismas tasas que el estado.

A nivel del sector industrial el cambio puede deberse al cambio diferencial o proporcional (posición competitiva). El crecimiento en el cambio diferencial ocurre porque algunas industrias crecen en algunas regiones más rápido que en otras, las tasas de crecimiento de dichas industrias son más altas que la tasa de crecimiento estatal.

Patricia Arias (1990) da cuenta por un lado, del cambio que ha experimentado el empleo en algunas ciudades medias y pequeñas de Los Altos de Jalisco, las que desde hace tiempo se han especializado en la elaboración y fabricación de bienes de consumo, sobre todo en la confección de prendas de vestir. Por su parte, la situación que presenta Zapotlanejo de acuerdo con los indicadores se encuentra que todas las ramas del sector industrial, presentan un IE positivo lo cual refleja que aumentó el empleo de esas ramas en el estado, en cambio, sólo 55% de dichas ramas encuentran ventajas locacionales en Zapotlanejo. Lo anterior nos permite derivar que la industria en su conjunto está marcadamente influenciada por los cambios externos, así que cualquier transformación que suceda en el estado de Jalisco las va a afectar. No sucede lo mismo cuando se hace el análisis por ramas.

Dentro de los bienes de capital, solamente la industria automotriz (específicamente la fabricación de partes mecánicas) se desarrolla gracias a la dinámica económica de la localidad. En el mismo sentido, se encuentran la fabricación de productos de aserradero, imprentas y la fabricación de cemento, cal y yeso.

El 54% de las ramas que integran el grupo de bienes de consumo inmediato, presenta crecimiento debido a condiciones locales: son elaboración de productos lácteos, panaderías, elaboración de alimentos para animales y confección de prendas de vestir. Esto muestra que mucho de las ventajas locacionales se encuentran en actividades intensivas en mano de obra con características tradicionales. Dentro de las ramas más dinámicas con mayor crecimiento se registra la confección de prendas de vestir.

Podemos decir que la industria del vestido en Zapotlanejo se desarrolla como influencia de las condiciones locales. Esta particularidad le ha permitido entre otros

---

Segundo componente: llamado incremento diferencial, nos indica que el empleo en la ciudad está creciendo debido a ventajas locales. Si el signo es positivo, significa que la ciudad presenta ventajas locacionales en dicha rama y sucede lo contrario, si resulta negativo.

aspectos, establecer mecanismos de autodefensa ante las crisis a nivel general y del sector en particular, y por lo tanto, es poco probable que pueda desaparecer la actividad en el corto y mediano plazo<sup>18</sup> (cuadro 3.30).

### *Macroforma y función interna*

La proporción del crecimiento de la mancha urbana entre 1940 y 2000 fue de aproximadamente 15 veces. En 1940 existían 23 manzanas, para el año 2000 se contabilizan 326 (mapa 3.4). El crecimiento se fue dando en círculos concéntricos, favorecido por la topografía del terreno semiplano.

La expansión de la mancha urbana en la cabecera municipal ha sido producto del vertiginoso crecimiento industrial y comercial de los últimos años, específicamente en la fabricación y comercialización de ropa, aunado al crecimiento poblacional. Ello ha originado una mayor demanda del suelo urbano, ya sea para el asentamiento de nuevas familias o el desplazamiento de las que viven en la zona de mayor actividad económica motivadas a cambiar su ubicación debido a la plusvalía que generan sus viviendas al ser utilizadas como negocios.

Observamos que Zapotlanejo ha transformado su estructura urbana a lo largo de 60 años. La transformación del espacio urbano la podemos dividir en dos etapas: a) expansión lenta (1940-1970), estuvo regida por el crecimiento natural de la población (natalidad-mortalidad). La principal actividad era la agricultura y ganadería, y b) expansión acelerada (1980-2000); el patrón productivo cambia hacia una nueva especialización económica, los capitales cuyo origen provenía de la agricultura y ganadería pudieron invertirse en la industria del vestido, al igual como sucedió en la región de la Tercera Italia.

Aunque algunos autores (Arias y Wilson, 1997) mencionan a los migradólares como el detonante de la actividad industrial en Zapotlanejo; sin embargo, la presente investigación hasta este momento, no ha encontrado evidencia al respecto. De los 23 empresarios encuestados de un padrón de 29 en casi todos los casos su capital proviene de la agricultura y ganadería, incluso cinco de ellos siguen manteniéndola. La complementariedad del trinomio agricultura, ganadería- fabricación de ropa se fortalece con base en los apoyos monetarios entre una y otra. La única

---

<sup>18</sup> Como ha sucedido con otras localidades cuya base económica estaba sustentada en actividades influenciadas por el dinamismo extralocal. Un ejemplo es la ciudad de La Paz, BCS. En los años ochenta su base económica estaba ligada principalmente al comercio de la llamada "fayuca", propiciado por las facilidades que le brindaba el régimen de Zona Libre. Al presentarse las sucesivas crisis devaluatorias, la actividad ya no pudo sostenerse y la ciudad tuvo que buscar otras alternativas para su desarrollo.

Cuadro 3.30

Índice de cambio y participación para el municipio de Zapotlanejo dentro del contexto estatal, 1993-1998 (sector industrial)

Tipo de bien que producen	Empleo municipal, 1998		Empleo estatal, 1998		Empleo municipal, 1993		Empleo estatal, 1993		IE	ID	Total
	Empleo municipal, 1998	Empleo estatal, 1998	Empleo municipal, 1993	Empleo estatal, 1993	Empleo municipal, 1993	Empleo estatal, 1993					
Bienes de capital*	177	31 138	40	23 090	14	43 156	43	170			
Fabricación de estructuras metálicas	31	10 506	28	8 546	6	-3	3				
Fabricación de otros productos metálicos	2	13 461	6	10 493	2	-6	-4				
Industria automotriz	144	7 171	6	4 051	5	133	138				
Bienes intermedios	89	34 463	61	25 114	23	5	28				
Fabricación de productos de aserradero	19	2 933	8	2 492	1	10	11				
Fabricación y reparación de muebles de madera	11	16 770	17	10 391	10	-16	-6				
Imprentas editoriales	14	7 502	9	6 172	2	3	5				
Fabricación de cemento, cal y yeso	45	7 258	27	6 059	5	13	18				
Bienes de consumo inmediato	2 043	108 094	1024	79 144	375	644	1 019				
Industria de la carne	23	4 038	40	3 092	12	-29	-17				
Elaboración de productos lácteos	98	9 596	22	7 684	5	71	76				
Elaboración de productos de panadería	31	12 570	13	9 020	5	13	18				
Molienda de nixtamal y fabricación de tortillas	76	9 648	70	7 159	24	-18	6				
Elaboración de otros productos alimenticios para el consumo humano (café, botanas, etc.)	7	7 852	12	5 823	4	-9	-5				
Elaboración de alimentos preparados para animales	117	2 943	71	2 816	3	43	46				
Industria de las bebidas	44	15 420	93	12 518	22	-71	-49				
Confeción con materiales textiles	37	3508	18	1 131	38	-19	19				
Confeción de prendas de vestir	1 538	19 545	620	8 152	866	52	918				
Industria del calzado	58	15 472	56	15 577	0	2	2				

NOTA: Dentro de la industria se hace una clasificación de acuerdo con el tipo de bien que producen. Los bienes de capital son la producción de tecnología; bienes intermedios, es la producción de insumos para otras industrias; y los bienes de consumo final van directamente al consumidor. Fuente: INEGI, Censos económicos, 1994 y 1999.

Mapa 3.4  
Zapotlanejo: evolución de la mancha urbana



Fuente: Elaboración propia con base en la Dirección de Obras Públicas Municipales de Zapotlanejo, 1940 y 1960. Instituto de Geografía de la Universidad de Guadalajara, 1980 e INEGI, Cartografía de los Censos de población y vivienda, 1990 y 2000.

evidencia encontrada hasta el momento sobre los migradólars, es que sus inversiones se centran en la adquisición de bienes inmuebles (casas, terrenos, locales comerciales y en las construcciones de las nuevas plazas comerciales) cuyo fin posterior es la venta o renta, es decir, en actividades económicas que presentan un menor riesgo de pérdida de capital y económicamente hablando, no son productivas.

Las reformas al artículo 27 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (2000), también propició una expansión de la mancha urbana al permitir que las tierras de origen ejidal destinadas al cultivo pudieran fraccionarse y venderse para otros fines.

Entre 1940 y 1960 solamente se incorporaron al contorno urbano tres nuevas manzanas. En ese entonces, se dibujaba una apacible vida pueblerina, donde todos se conocían, mantenían y fomentaban estrechas redes sociales mediante la conformación de parentescos por medio de uniones matrimoniales entre las familias del pueblo y las rancherías cercanas.

A diferencia de la vertiginosa expansión que se dio en el periodo 1980-2000, se incorporaron a la mancha urbana 212 manzanas.<sup>19</sup> En 1990 se calcula una superficie de 371.85 hectáreas (INEGI, Cartografía, 1990) que presentó un incremento de 29% en el año 2000, figuran 479.54 hectáreas (*Plan de Desarrollo Urbano*, 2000); es decir, la superficie urbana incorporó 107.54 hectáreas destinadas principalmente a la vivienda. El rápido crecimiento de la mancha urbana preocupa a las autoridades municipales y tienen previsto la incorporación de 183.95 hectáreas para los próximos cinco años.

Se observan dos procesos entrelazados. Por un lado, de forma paradójica existe una acelerada expansión física y, por el otro, una redensificación de las áreas centrales. La expansión física va aunada al incremento de viviendas y la redensificación de las áreas centrales genera que la función residencial de la zona, empiece a perder importancia. El precio de los terrenos en la zona centro se revalúa cada día. Las casas adquieren una doble función (hogar-negocio) o son vendidas cuando la familia no tiene alguna relación con la industria de la ropa. Las familias que han decidido vender sus viviendas o destinarlas únicamente al negocio buscan terrenos para construir su hogar en las colonias y fraccionamientos que circundan a la cabecera municipal.

### *Función interna*

Al interior de la localidad existe una concentración de la actividad comercial, industrial y de viviendas. En tan sólo 33 manzanas se concentra casi toda la dinámica económica destinada a la fabricación y venta de ropa con 710 establecimientos registrados en el Padrón de Permisos y Licencias del Ayuntamiento de Zapotlanejo (2001), aunque, sabemos que por cada actividad formal existen por lo menos otras cinco en la informalidad que se desarrollan bajo la mirada apacible y discreta de los funcionarios públicos.

La concentración ha propiciado la expansión de calles especializadas en la venta de ropa, así como la creación de espacios modernos y funcionales pero poco concurridos, como son las plazas comerciales (mapa 3.5). El auge de las plazas comerciales puede ser dividido en dos etapas: las antiguas, construidas en la década de los noventa como el centro comercial Plaza Zapotlanejo, primero en construirse (1989), Vesti Plaza (septiembre de 1991), Galerías del Sol (enero de 1999), y las recientes como son Vesti Centro (septiembre de 2000), y por último Plaza Giselle, Plaza Maribel y Plaza María Isabel (2001).

---

<sup>19</sup> Es más conveniente para ver el crecimiento de la mancha urbana, utilizar el indicador de hectáreas. Por el momento no cuento con ese dato para todos los años analizados, por ello, algunas veces se hará referencia a manzanas, como un indicador de expansión de la mancha urbana.

**Mapa 3.5**  
**Ubicación de negocios relacionados con la producción**  
**y comercialización de ropa**



Autor: Rosa Cota Yáñez

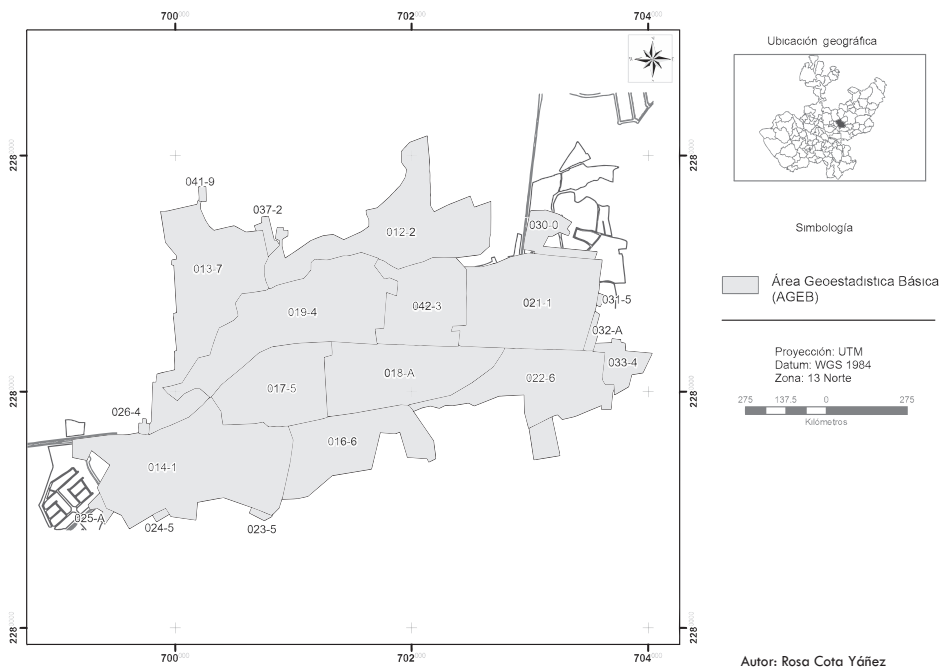
Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio de la Expomoda, Zapotlanejo, 2001.

La creación de las tres últimas plazas se ha pensado como una alternativa para desahogar de carros y gente las calles tradicionales del centro, pero hasta la fecha no han tenido el impacto esperado. La concentración de negocios en algunas calles ha generado la revalorización de las casas convertidas en locales comerciales. Un local de dos por tres metros de frente en la calle principal (Guadalupe) llega a costar de 80 mil hasta 100 mil pesos al año de renta, es decir, pagan en promedio 8 mil pesos mensuales o 258 pesos diarios de renta. Sin embargo, debido a los altos costos de las rentas las dimensiones de los locales tienden a ser cada vez menores: 90 cm de frente por cinco de largo, esto corresponde a la entrada de la escalera ya que la casa habitación se encuentra en la planta alta. Ejemplo de la doble función que desempeñan las viviendas del centro comercial y de negocios de Zapotlanejo (ageb 019-4 y 017-5). Las ageb 019-4 y 017-5 abarcan la zona más antigua de la ciudad, en el lugar se ubica la presidencia municipal, la plaza, la iglesia principal, el mercado municipal y las diferentes oficinas municipales.

El estacionamiento es un problema, la ciudad en su parte céntrica está creciendo hacia arriba, se pueden ver construcciones a un lado de la plaza comercial de tres y cuatro pisos que contrastan con el resto del paisaje urbano. Las altas rentas en ciertas calles ha propiciado el sobreprecio de las mercancías. Por lo regular, los comerciantes de la calle principal incrementan en cinco pesos cada prenda en comparación con el precio de cuadras más arriba. Por supuesto, se sigue ofreciendo un descuento a los clientes por comprar al mayoreo (seis prendas diferentes o tres iguales), pero éstas ya llevan el precio incrementado de origen.

También existe una marcada concentración de la población y de las actividades económicas en el centro comercial y de negocios de Zapotlanejo (019-4 y 017-5). En estas dos áreas (ver ubicación en el mapa 3.6) se presentan los mayores porcentajes de negocios dedicados a la ropa, 30% de la población total de la localidad vive ahí, 20% de la población ocupada en el sector secundario, 44.7% de la población ocupada por cuenta propia y 45% de la población ocupada que recibe más de cinco salarios mínimos mensuales de ingresos por el trabajo. Por

**Mapa 3.6**  
Zapotlanejo: distribución de las áreas geoestadísticas básicas



Fuente: Elaboración propia con base en la *Cartografía del Censo económico, 1999*.

otro lado, se asume que los espacios no son homogéneos y lo mismo sucede en el centro comercial y de negocios de Zapotlanejo, sólo algunas calles están ligadas a la dinámica económica de la localidad: calle Guadalupe, Hidalgo-Juárez, Reforma, Privada Guadalupe, Sabás Carrillo, Antonio Torres y Nicolás Bravo, entre otras; el resto de calles aún no se integra a la dinámica comercial e industrial de la zona.



Zapotlanejo, 1936



Expansión de la mancha urbana de Zapotlanejo, 2003

[IV]  
ESTRUCTURA, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO  
DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN ZAPOTLANEJO

*Es necesario distinguir entre la dinámica de un sector ligado y subordinado directamente a la lógica de acumulación global, cuyo carácter local es circunstancial, y la dinámica de un sector arraigado o estrechamente ligado al desarrollo generalizado de la sociedad local o regional (Coraggio, 1996).*

Presentar los resultados de las encuestas aplicadas a fabricantes de ropa en la localidad de Zapotlanejo durante noviembre de 2001 a septiembre de 2002,<sup>1</sup> es nuestro propósito en este capítulo. En las encuestas se les cuestionó acerca de la producción, estrategias competitivas, acciones empresariales, relaciones empresariales y apoyos institucionales, con el principal interés de identificar, mediante evidencia empírica, la estructura, organización y funcionamiento de las fábricas de prendas de vestir.

Se integró un directorio de fábricas con base en tres listados: Padrón de Permisos y Licencias del Municipio, Directorio Telefónico 2000 (sección Amarilla) y el Catálogo de Expositores de la Expo-Zapotlanejo Julio 2001. Es necesario recalcar el hecho de que no es una muestra aleatoria, aunque se buscó la representatividad y gente con ánimo de colaborar.

---

<sup>1</sup> El periodo para el levantamiento de las encuestas obedeció a las demoras para hacer las citas con los empresarios, así como a la multiplicidad de funciones que realizan dentro del negocio es difícil contactarlos en un tiempo y hora determinados. Por ejemplo: durante los meses de diciembre a febrero era casi imposible establecer una cita para que pudieran contestar un cuestionario (en diciembre es fuerte la comercialización en enero y febrero hacen sus inventarios y asisten a exposiciones de moda en diferentes partes del mundo).

Se aplicaron 23 cuestionarios<sup>2</sup> que corresponden a 66% del total de establecimientos registrados en el Padrón de Permisos y Licencias del Ayuntamiento de Zapotlanejo (2001). La selección de las fábricas se tomó del listado de un directorio de 29 fábricas que participaron en la Expomoda 2000 ubicadas en la localidad de Zapotlanejo. Las citas para la entrevista se hicieron vía telefónica y los dueños, gerentes o encargados fueron quienes contestaron el cuestionario. El tiempo para el levantamiento de la información varió entre 50 minutos y dos horas, debido a que en algunos casos sacaban directorios de sus clientes, datos de contabilidad o simplemente se ponían a platicar acerca de cómo iniciaron sus negocios. El mayor número de negocios inició operaciones entre 1997 y 1999 (cuadro 4.1, mapa 4.1 y gráfica 4.1).

Se presentaron varios problemas para el levantamiento de la encuesta, entre ellos, el incumplimiento de los empresarios en el compromiso de las citas, tanto de la hora, como del lugar, aunque se hubiese hecho la confirmación; otro se debió a la separación que hacen del personal que trabaja en la fábrica y los de maquila, no los conciben como parte de la empresa, sino como entidades separadas. Finalmente, el acceso a los datos sobre relaciones y contratos se complicó debido a que todo se hace verbalmente y consideran innecesaria la firma de contratos.<sup>3</sup>

La mayoría de los fabricantes encuestados se especializa en la producción de ropa para dama; presentan una antigüedad promedio de diez años. Más de la mitad iniciaron (56%) operaciones en la década de los noventa. Sus inicios en la industria se basan en historias diferentes pero en la mayoría de los casos fueron derivadas del capital agropecuario para la adquisición de maquinaria y de las ganancias obtenidas como maquileros de fábricas grandes de Guadalajara y de otros talleres de Zapotlanejo, así como de la comercialización de prendas de vestir.

### *Modelos de funcionamiento productivo en la industria de la ropa de Zapotlanejo*

El proceso productivo en la fabricación de ropa, se desarrolla conforme a cuatro etapas: diseño, producción, terminado y comercialización.

Las actividades con mayor intensidad de mano de obra se desarrollan fuera de la fábrica (confección y detallado); en sí, la función de la fábrica consiste en actividades de tipo organizacional. No se encontró evidencia de fábricas de tipo

---

<sup>2</sup> La verdad ha resultado complicado acercarse a los dueños y gerentes de las empresas de Zapotlanejo. Para ellos significa pérdida de tiempo todo lo que sea diferente a la producción y comercialización de su ropa.

<sup>3</sup> Incluso llegan a considerar de mayor valor “los contratos de palabra”, dado mediante “un apretón de manos”.

Cuadro 4.1  
Fábricas entrevistadas en la localidad de Zapotlanejo

Razón social	Año de fundación	Tipo de productos
Mordano o Chessani	1968	Confección de blusa camisera, blusa de punto y pantalón de vestir para dama
Angélica princesita	1973	Confección de vestidos de ceremonia para niña
Dickies	1980	Confección de ropa industrial (pantalones, camisas y overoles)
Diseños Hadaly	1981	Confección de pantalón, blusa y conjunto para dama
USA Moda Jazmín "Blue Colash"	1985	Confección de blusa, pantalón y conjunto para dama
Marins Collection	1985	Confección de blusas, faldas y pantalones para dama
Valens Collections	1989	Confección de falda, blusa, short y pantalón de mezclilla para toda la familia
Grupo industrial mexicano BIBO, S.A. de C.V.	1989	Confección de camisas lisas y de cuadros
Jharen Jeans	1989	Confección de prendas para bebé y tallas extras*
Jissa	1990	Confección de vestidos y conjuntos para dama
VAGAA	1991	Confección de pantalón, vestido y blusa para dama
Wings	1991	Confección de camisas
Exclusivos Textiles Michelle	1992	Confección de pantalón, blusa y conjunto para dama
Norlizett	1996	Confección de blusas y conjuntos para dama
Miriam	1996	Confección de short y pantalón para niña y dama
Hawaii Cotton Clothing	1997	Confección de blusa y pantalón para dama
Katinas	1997	Confección de pantalón para dama
Mambis	1997	Confección de pantalón, falda y conjunto para niñas
D' Marín Collection	1999	Confección de blusas y pantalones para dama
Evolution	1999	Confección de blusas, pantalón y falda
Charlys N'Leo	1999	Confección de playeras para caballero y niño
Excaret	1999	Confección de pantalón, blusa y chamarra para dama
Daniella	2000	Importadora de prendas de vestir para dama

\*Se consideran tallas extras en Zapotlanejo, las que estén por arriba de la talla 38.

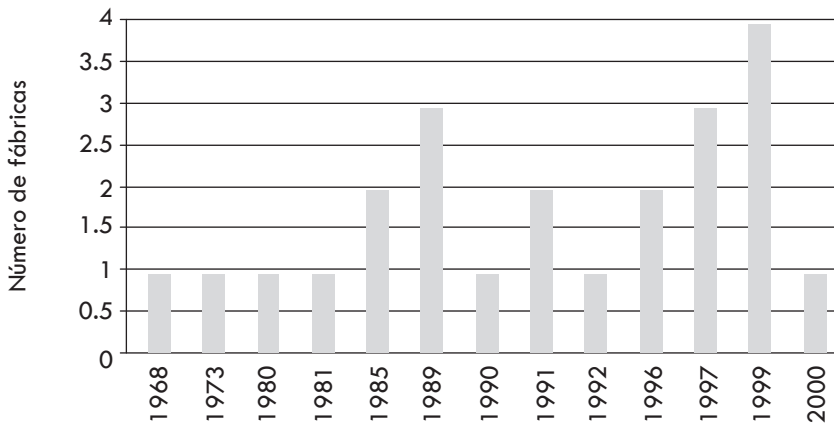
Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Mapa 4.1  
Ubicación de las fábricas de ropa en Zapotlanejo, 2001



Fuente: Elaboración propia con base en el directorio de la Expomoda, Zapotlanejo, 2001.

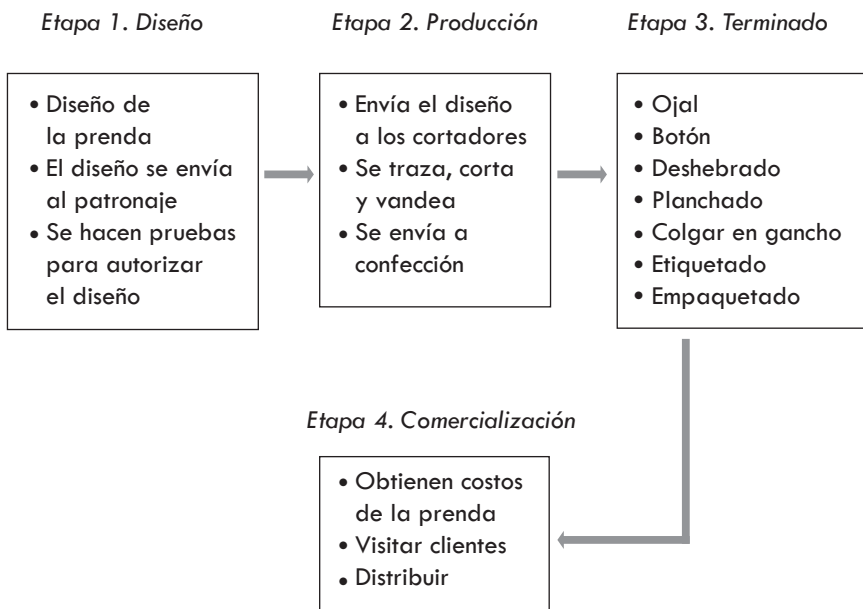
Gráfica 4.1  
Inicio de operaciones de las fábricas entrevistadas



Fuente: Cuadro 1.

fordista (que llevarán a cabo todo el proceso productivo en una sola planta), al contrario, observamos una flexibilización productiva total evidenciada por medio de la desconcentración de las diferentes actividades inherentes a la confección de las prendas. Su expresión se materializa mediante la subcontratación de pequeños talleres y trabajo a domicilio, que funcionan mediante una combinación de elementos a través de mecanismos formales e informales al mismo tiempo (esquema 4.1).

Esquema 4.1  
Proceso de producción de la fabricación de ropa en Zapotlanejo



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Modelos productivos de los fabricantes de Zapotlanejo*

Los encadenamientos se crean y se producen en cada etapa del proceso productivo y de comercialización. Con el mismo dinamismo que surgen, desaparecen. No existen acuerdos que garanticen una misma relación, a través del tiempo. Las relaciones están determinadas con base en las particularidades de las personas. Al interior de las cadenas productivas se forman redes sociales de amigos, parientes, conocidos y compadres, para llevar a cabo el proceso productivo.

En Zapotlanejo se identifican cinco modelos de organización productiva para la fabricación de ropa (esquema 4.2 a 4.6). Los hemos denominado: modelo clásico, complementario, empresa red, subcontratación doble y emergente. Dentro de la comercialización, solamente encontramos un modelo general (esquema 4.7). A continuación se especifican cada una de sus características.

*Modelo clásico.* Documentado en varios trabajos relacionados con la industria textil y de confección en varias regiones del país y del mundo. La producción se basa en la proliferación de microempresas en espacios geográficos especializados (Arias y Wilson, 1997; Alonso, 1991; Vangstrup, 2000; De Rearte, 1991).

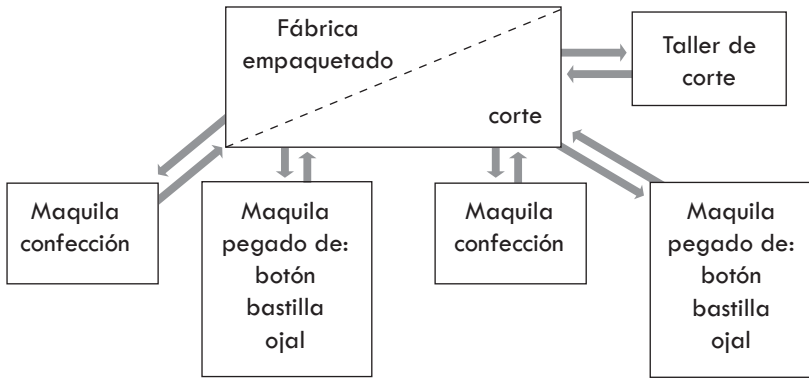
Este modelo se caracteriza por la desconcentración de las fases intensivas en mano de obra del proceso productivo, como son: el ensamble de la prenda o confección, detallado (pegado de botones, hechura de ojales, bastilla, aplicaciones y planchado). La llamada fábrica, solamente compra la tela, hace el corte y envía a pequeños talleres y domicilios particulares las etapas del proceso que requieren un mayor uso intensivo de mano de obra.

*Modelo complementario.* Dentro de la literatura sobre el tema no se ha encontrado aún evidencia de este tipo de modelo, lo presentamos como un hallazgo dentro de esta investigación. La fábrica adquiere una doble función; por un lado, desarrolla sus productos de la forma clásica (enviándolos a la maquila domiciliar) y al mismo tiempo comercializa productos importados (principalmente de Taiwán, Corea, Brasil y Estados Unidos) que los hace suyos, enviándolos a domicilios para el pegado de etiquetas con la marca de la fábrica y el empaquetado, como si fueran de elaboración propia. Debido a los costos de producción les resulta más barato comprar las prendas ya terminadas que hacerlas.

*Modelo de empresa red.* Lo más cercano al funcionamiento de empresa red aparece en los casos que el producto requiere de muchas fases para su elaboración como por ejemplo la elaboración de prendas de mezclilla. El dueño de la fábrica compra la maquinaria especializada para los servicios que va a necesitar, como son: lavadoras para el desteñido de la prenda, secadoras y bordadoras computarizadas, entre otros. A la vez, que los utiliza para elaborar sus prendas, también subcontrata el servicio a otros fabricantes. La fabricación de prendas de vestir ha impulsado el desarrollo de otras actividades dentro del ramo de los servicios, es decir, la fabricación de ropa actúa como un elemento dinamizador de la vida económica local.

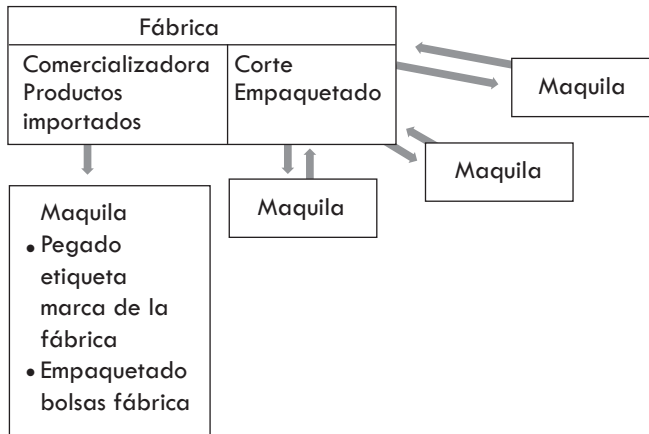
*Modelo de subcontratación doble.* Semejante al modelo clásico, con la variante de que se presenta una doble subcontratación. Es decir, un taller de maquila que fue sub-

Esquema 4.2  
Modelos organizacionales de la producción de ropa en Zapotlanejo, 2002  
Modelo clásico



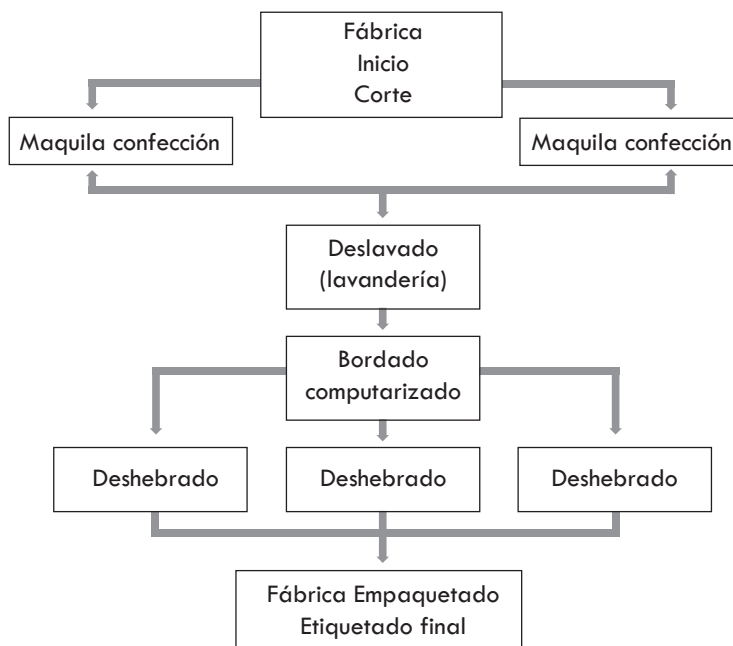
Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Esquema 4.3  
Modelo complementario



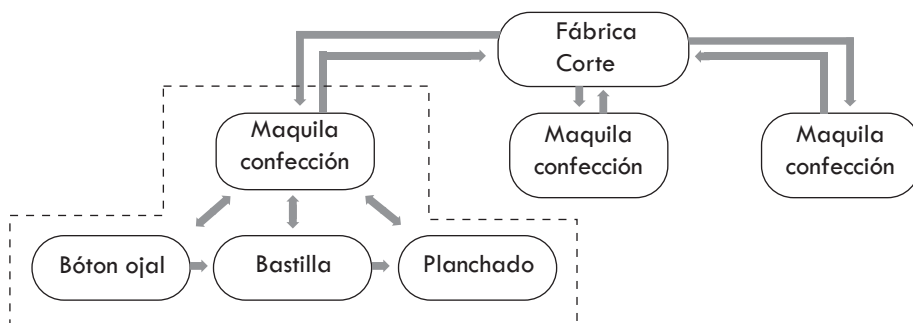
Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Esquema 4.4  
Empresa-agrupadora



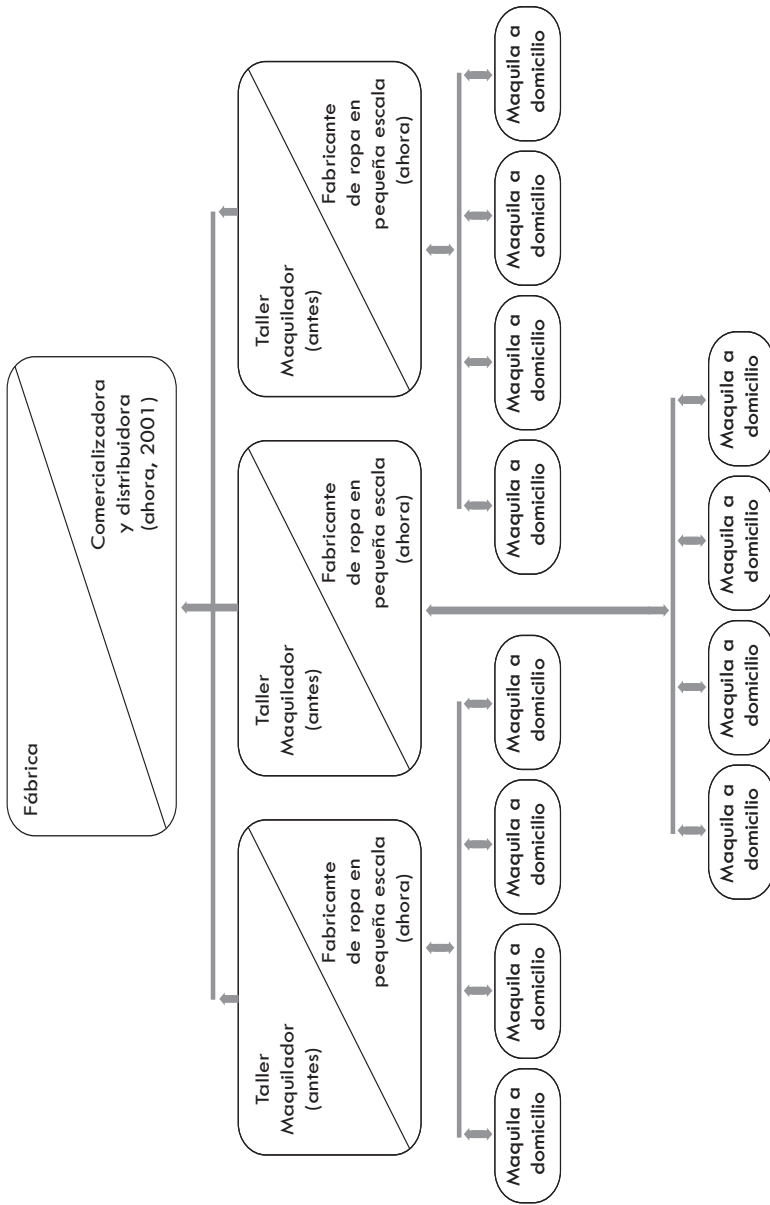
Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Esquema 4.5  
Modelo subcontratación doble



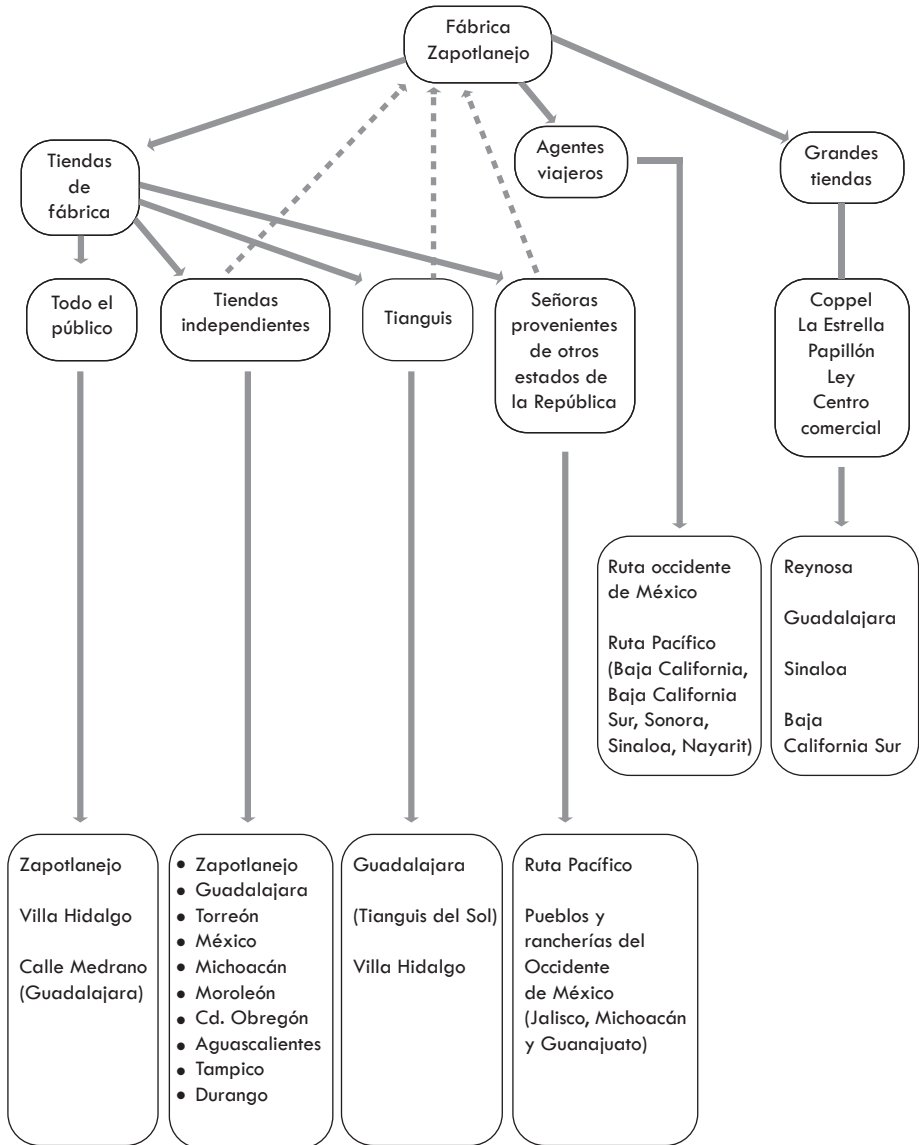
Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Esquema 4.6  
Modelos organizacionales en la venta de ropa en Zapotlanejo, 2002



Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Esquema 4.7  
Modelo general



Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

contratado por un fabricante, a su vez subcontrata los servicios de otros talleres, situación que se manifiesta principalmente por dos razones: a) porque se le presentan mayores cargas de trabajo en un tiempo determinado; b) o porque existen talleres especializados con la maquinaria y mano de obra que desarrollan ciertas partes del proceso productivo con mayor rapidez y calidad, por ejemplo en el pegado de botón, bastillas, planchado, entre otros.

*Modelo emergente.* Otra de las novedades que podemos mencionar en este trabajo es que nos encontramos ante el advenimiento de nuevas formas productivas. Entre los fabricantes de ropa de Zapotlanejo se observa la tendencia a convertirse en comercializadores. Su función consiste en comprar la producción de los talleres maquileros, en los que antes descentralizaba parte del proceso productivo. Dichos talleres pasan a ocupar la función de la fábrica en un primer momento.

#### *Modelo de comercialización de ropa*

La comercialización de ropa se lleva a cabo de acuerdo con el siguiente aspecto: la oferta de ropa en Zapotlanejo se construye a partir de la producción local y la no local. Dentro de la no local destaca la comercialización de prendas de otros municipios de Jalisco (Villa Hidalgo, San Miguel el Alto, Guadalajara, Zapopan); de otros estados de la República Mexicana que se caracterizan por la producción de alguna prenda en especial, destacan Moroleón, Puebla, Aguascalientes, Estado de México, Distrito Federal y de otros países.

*Modelo general de comercialización de ropa.* La ropa se vende mediante tiendas de fábrica. Allí la compran clientes regulares, grandes tiendas y personas dedicadas a la venta de ropa al menudeo. Cada uno de los agentes tiene su espacio de venta delimitado, construido a partir de su lugar de procedencia. Las tiendas independientes, tianguistas y señoras provenientes de otros estados de la República, compran por medio de la tienda de fábrica; una vez que se convierten en clientes frecuentes acuden directamente a la fábrica. Allí la venta se realiza en lotes y por grandes volúmenes. A los fabricantes no les conviene vender por prendas, porque el lote se “destalla”<sup>4</sup> o se “decolora”, es decir, los compradores pueden tener preferencia por algún color o talla en especial.

---

<sup>4</sup> Son términos empleados por los fabricantes de ropa, para decir cuando alguien compra prendas exclusivamente de una talla o un solo color. El fabricante presenta dificultades a la hora de vender los lotes cuando están incompletos, es decir, falta alguna talla o color. Entrevista con un fabricante de ropa. Zapotlanejo, 5 de noviembre de 2001.

### *Características de la industria del vestido en Zapotlanejo*

En la industria del vestido, el caso de Zapotlanejo presenta connotaciones *sui generis*, es decir muy particulares a esa región que obedecen a las condiciones locales, construidas a partir de la configuración económica, histórica y social imperante a lo largo de los últimos 30 años. Entendiendo por configuración al conjunto de elementos tanto externos como internos que conforman un ordenador y hacen que tenga las peculiaridades que tiene Zapotlanejo actualmente en torno a la industria del vestido.

Dentro de las características propias de la zona podrían mencionarse seis:

- a) una serie de aspectos relacionados con las habilidades en la confección de prendas de vestir, como resultado de la tradición femenina del bordado y deshilado de la zona de Los Altos de Jalisco, como lo documentaron Arias y Wilson (1997: 206-207);
- b) otros aspectos antagónicos que están relacionados con una cultura individualista y a la vez procuran construir y mantener redes de cooperación tanto sociales como empresariales que pueden ser formales o informales;
- c) las formas de apropiarse del conocimiento mediante la comunicación de padres a hijos en la creación de mecanismos para la comercialización y producción de ropa;
- d) la capacidad de incorporarse al sector más dinámico de la industria de la ropa, en la producción de prendas de moda a bajos costos mediante una variedad de productos;
- e) la capacidad para articularse al ámbito regional, por medio de la comercialización de prendas hacia la región norteña; y
- f) la habilidad para convertirse y difundir su imagen y circuitos alternativos de mercado popular. Al respecto las autoras no especifican cómo se crearon las capacidades de articulación hacia el mercado norteño.

Otro factor que habría que enumerar sería las devaluaciones del peso frente al dólar a partir de los años ochenta. La importación de prendas de vestir desde Estados Unidos, que comúnmente, iban dirigida a los mercados de clase media de los estados del norte, resultó inaccesible y hubo que mirar hacia el interior del país. Zapotlanejo y Guadalajara son dos centros productores de ropa más cercanos y conectados por medio de la infraestructura carretera hacia la región del norte.

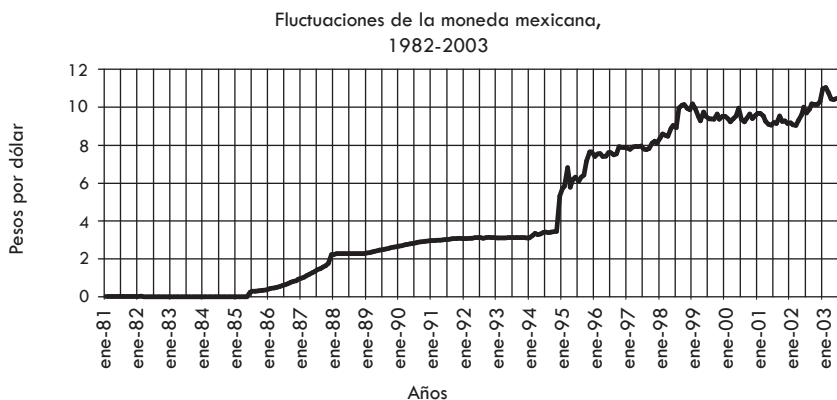
Durante el primer quinquenio de los años ochenta se inició el *boom* de la confección de ropa en Zapotlanejo. La momentánea estabilidad del mercado cambiario favoreció la situación. Pero a raíz de la crisis de 1986-1987 se observó un desplome de la producción de ropa en la localidad, originado por la crisis económica. Con-

trario a lo que sucede a la población ocupada y el número de establecimientos. Los trabajadores ante la situación de crisis, se vieron en la necesidad de autoemplearse por medio de la creación de pequeños negocios que se incrementaron entre 1986 y 1988, presentando un comportamiento atípico ante las otras variables estudiadas.<sup>5</sup>

A partir de 1988 y a pesar de las recurrentes crisis devaluatorias (gráfica 4.2), durante las dos últimas décadas del siglo pasado, la industria del vestido en Zapotlanejo, no sólo se ha mantenido e incrementado su presencia (gráfica 4.3) en cuanto a la población ocupada y el número de establecimientos, sino que también ha modernizado su maquinaria a través del mayor ritmo de crecimiento que presentan sus activos fijos con relación a las otras variables estudiadas.

Al relacionar la paridad del peso frente al dólar y la participación porcentual de la industria del vestido de Zapotlanejo, en las dos últimas décadas del siglo anterior, encontramos cuatro etapas de desarrollo: a) 1980-1985 despegue de la industria con un mercado cambiario más o menos estable; b) 1985-1988, desplome en las variables de producción bruta, activos fijos y valor agregado; se presenta la llamada crisis de los ochenta en la devaluación del peso; c) 1988-1993, recuperación de la industria del vestido ante un contexto macroeconómico sin grandes sobresaltos, es decir, más o menos estable; y d) 1993-1998, despegue a pesar de la crisis crediticia, la abrupta devaluación de 1995 (el peso de cotizarse en 5.7 pasó a 7.6 pesos por dólar), la apertura comercial y la inminente introducción de prendas de vestir de contrabando de origen chino.

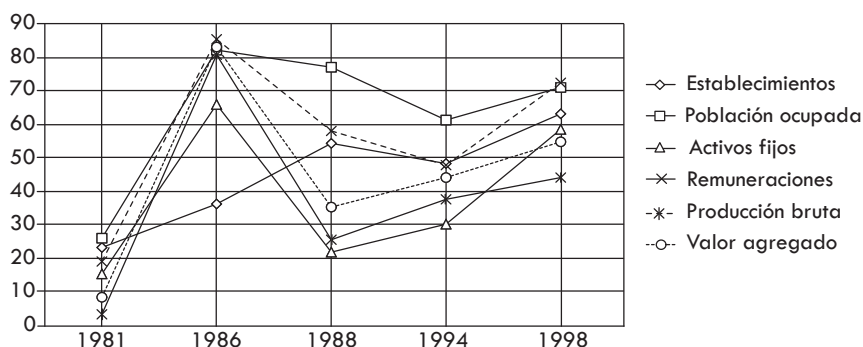
Gráfica 4.2  
Paridad peso dólar



Fuente: Banco de México. *Indicadores económicos*, 2003.

<sup>5</sup> En todos los ámbitos se observa que las empresas informales se desarrollan cuando se presentan las crisis económicas, debido a la necesidad del autoempleo.

Gráfica 4.3  
Participación porcentual del subsector textiles  
con respecto al total de la manufactura de Zapotlanejo, 1981-1998



Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. Censos económicos, 1981-1999.

Zapotlanejo pudo hacer frente a las situaciones externas con relativa facilidad debido a la organización industrial que presenta la producción de ropa, basada principalmente en la proliferación de micro, pequeñas y medianas empresas y a las estrategias de cooperación adoptadas mediante a) el uso de prestamistas locales,<sup>6</sup> que aunque manejan tasas de intereses elevadas (3 y 8 por ciento mensuales) son una opción dentro del mercado crediticio; y b) los créditos de los proveedores; es decir, no funciona el sistema bancario para impulsar y desarrollar al tejido industrial local. Los fabricantes crean sus propias alternativas ante el nulo apoyo de las instituciones.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas se ve reflejada en los resultados arrojados en la investigación. Dentro de la literatura especializada (Becattini, 1994) se ha evidenciado su papel como catalizadoras del desarrollo de las regiones; son importantes células en la generación de empleos y presentan mayor flexibilidad en cuanto al personal y producción a la hora de los vaivenes económicos, a diferencia de las grandes. Las primeras pueden crearse y desaparecer con relativa facilidad.

<sup>6</sup> Aún y a pesar de los altos intereses que pudieran cobrar los prestamistas locales, esta situación les ha permitido, salvaguardarse de la crisis del mercado crediticio en México. Al sistema de préstamos locales solamente pueden acceder los familiares del prestamista o personas "muy conocidas, desde hace años". Entrevista con seis personas que actualmente prestan dinero a rédito. Zapotlanejo, 12 de septiembre de 2003.

La evidencia empírica demuestra que Zapotlanejo se caracteriza por la proliferación de microempresas que en los últimos veinte años se han ido consolidando. Vera (1999: 136) confirma dicha aseveración: encuentra en 1995 que 32% de las fábricas emplea hasta cinco trabajadores. Sin embargo, lo que se advierte para finales de los noventa es un notable incremento de micro y pequeñas empresas. La evidencia empírica recabada por medio de los cuestionarios demuestra en 91.3% de los casos estudiados tienen en promedio menos de 30 trabajadores por fábrica (cuadro 4.2).

**Cuadro 4.2**  
Estratos de acuerdo con el número de trabajadores de las fábricas

Estratos de fábricas por número de trabajadores	Absoluto	%
Microempresa (1-5 empleados)	8	34.8
Pequeña (6-15)	10	43.5
Mediana (16-20)	3	13.1
No contestó	2	8.7
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Talleres de maquila*

La fabricación de ropa se caracteriza por el uso de trabajo subcontratado a través de la maquila domiciliar: la evidencia empírica que arrojaron las encuestas demuestra que en las 23 fábricas estudiadas laboran 203 personas de forma directa, cifra inferior a la arrojada por los trabajadores considerados como maquiladores de las mismas fábricas que asciende a 452.

Los talleres de maquila son una forma de descentralizar los procesos productivos, que requieren mayor intensidad en el uso de mano de obra, en la industria del vestido. En la confección<sup>7</sup> de las prendas se ocupa el mayor número de trabajadores. Existen diferencias entre los mismos talleres de maquila domiciliar. Para analizarla retomo la tipología que hace Alonso (1991), en su estudio sobre las mujeres maquiladoras en la ciudad de Netzahualcóyotl, donde propone hacer la diferenciación del trabajo a domicilio<sup>8</sup> en talleres multipersonales y unipersonales.

<sup>7</sup> La confección consiste en el ensamble y cosido a máquina de las prendas de vestir.

<sup>8</sup> Esta diferenciación permite ordenar la información recabada mediante pláticas y entrevistas semiestructuradas a tres mujeres dueñas de talleres multipersonales, así como a dos mujeres y un hombre trabajadores en talleres unipersonales. Las entrevistas se realizaron entre mayo y noviembre de 2002 y tuvieron una duración de 30 a 50 minutos cada una. Se hicieron dos visitas a cada uno de los informantes, el contacto se hizo por medio de familiares de las mismas, ya que era la única for-

Las categorías de análisis están formuladas de acuerdo con las entrevistas realizadas en Zapotlanejo, cuyos resultados se dan de la siguiente forma (cuadro 4.3):

**Cuadro 4.3**  
Estructura de los talleres de maquila a domicilio en Zapotlanejo

Categoría	Talleres multipersonales	Talleres unipersonales
Tipo de trabajador	Mujeres entre 20 y 30 años, originarias de la región	Mujeres y hombres, entre 30 y 40 años, originarios de la región
Relación con el fabricante	Parentesco y amistad. Las dueñas del taller poseen más de una máquina y las adquirieron en abonos, en el caso de ser nuevas, o fueron compradas a familiares al contado, cuando son de segunda mano. La exclusividad de maquilarle a un solo fabricante existe cuando son familiares ya sea hermanos o padres, únicamente	Parentesco y amistad. Regularmente el fabricante es el dueño de las máquinas y existe exclusividad. En otros casos, cuando las máquinas son del maquilero, no existe la exclusividad para la fabricación de ropa
Intensidad del trabajo	Los meses de mayor intensidad de trabajo son noviembre y diciembre. A diferencia de julio y agosto, tiempo en el que casi no hay trabajo. Dedican de 8 a 9 horas de trabajo continuo exclusivamente a la maquila de ropa de lunes a viernes*	Diciembre es cuando se intensifica el trabajo, aunque por lo regular todo el año es continuo No tienen un horario fijo para trabajar. Combinan las labores domésticas (mujeres) y agrarias (hombres) con la maquila de ropa

\* Los periodos de trabajo varían de acuerdo con la demanda de los fabricantes. También se encontró al igual que Arias y Wilson (1997) que en periodos de menor demanda los días de trabajo se reducen a 3 o 4, con el propósito de no dejar sin trabajo a las operarias y que pudieran emigrar hacia otros talleres.

ma de llegar sin ser rechazados. En la segunda visita se les hicieron una serie de cuestionamientos a manera de plática, tratando de llevar el guión de preguntas que previamente se había establecido en las que, figuran las siguientes: tiempo de dedicarse a la actividad, sexo, estado civil, edad, lugar de nacimiento, tiempo de vivir en Zapotlanejo, cómo fueron sus inicios dentro de la maquila, número de fábricas a las que le maquilas, periodicidad y volumen de producción, relaciones de parentesco, formas de adquisición de la maquinaria, acuerdos de exclusividad, horas dedicadas al trabajo, quién le proporciona servicios de mantenimiento a la maquinaria, número de personas que trabajan en el taller, capacitación de los trabajadores, tiempo en cada actividad y costos.

Categoría	Talleres multipersonales	Talleres unipersonales
Proceso productivo	Por lo regular, se entrega la prenda terminada. Existe una división del trabajo y flexibilización del mismo (unas ensamblan otras pegan botones y hacen bastillas al mismo tiempo). Se acondiciona un espacio de la casa, que funge como centro de trabajo	Se especializan en una parte del proceso, ya sea ensamble, bastilla, ojal, botón, ya que para cada proceso se necesita una máquina especial. En cualquier parte de la casa pueden ubicarse las máquinas
Formas de pago al trabajador	El pago se hace por prenda terminada (destajo). El salario se compone al sumar las prendas terminadas en el transcurso de la semana. El pago por cada prenda, previamente ha sido determinado por la dueña del taller con base en los precios que se manejan en el mercado	El pago se hace de acuerdo con el trabajo que se le hizo a la prenda (ojal, bastilla, planchado, pegado de botón). Cada parte lleva implícito un costo. El salario solamente lo recibe una persona, aunque hayan participado los demás miembros de la familia

Una de las razones más importantes para que las mujeres decidan poner su taller unipersonal se debe a la imposibilidad que tienen de salir de sus hogares debido a la presencia de uno o varios hijos. Las mujeres contribuyen de esta forma a completar el ingreso familiar y tienen mayor independencia con respecto al esposo o padres, según sea el caso, frente a las decisiones de índole económica, debido a su contribución de ingresos al seno familiar se encuentran en posición de opinar y decidir la compra de bienes necesarios para el hogar.

Las dueñas de los talleres multipersonales y unipersonales no reciben ninguna capacitación por parte de los fabricantes que les envían a maquilar las prendas. Solamente cuentan con la muestra proporcionada por el fabricante de cómo deberá elaborarse la prenda.



Existen casas particulares donde se hacen varias fases del proceso productivo en la fabricación de ropa por lo que cuentan con máquinas especializadas para cada etapa: máquina recta, over, botonadora, bastilladora y ojaladora, entre otras

Por lo regular, usan maquinaria semindustrial e industrial de marcas reconocidas en el mercado como: Brother, Treasure, Singer y otras no tan conocidas como Yamato y Juky, adquiridas por medio de distribuidores locales y nacionales, en este último caso de la ciudad de México y Guadalajara.<sup>9</sup>

Las diferencias entre talleres de maquila domiciliar se observan principalmente en los siguientes aspectos: a) edades de los trabajadores; b) estado civil; c) exclusividad de trabajarle a un solo fabricante, dependiendo de quien sea el poseedor de la maquinaria; d) horarios de trabajo; e) división del trabajo; f) lugar que ocupa la maquinaria al interior del hogar; y g) sueldos y salarios.

Aunque la diferencia principal se presenta en el tipo de trabajo, los talleres multipersonales se fundamentan en el trabajo asalariado y los unipersonales se basan en el trabajo familiar. La ayuda familiar no necesariamente se ve retribuida en forma monetaria para todos los partícipes de la misma, solamente una persona recibe compensación salarial.

La maquila domiciliar se dispersa en el territorio y llega a sobrepasar los límites político administrativos del municipio. La distribución de la maquila domiciliar obedece a dos razones principalmente:

- a) Aglomeración en determinadas zonas: las fábricas de la cabecera municipal de Zapotlanejo requieren una fuerte demanda de maquila domiciliar principalmente de localidades contiguas y de la misma cabecera municipal. Situación que se ha incrementado en los últimos años y responde en parte al proceso de descentralización productiva. La cercanía entre la fábrica y los lugares de maquila permite mayor movilidad en el traslado de las mercancías.<sup>10</sup> Por ello, buscan maquileros ubicados lo más cercano posible de la cabecera municipal de Zapotlanejo. Situación que ha originado últimamente, una escasez de maquileros en algunas localidades contiguas como El Trapiche y La Laja.
- b) El dinamismo del mercado impulsa a los fabricantes a competir. Parte de las estrategias utilizadas en dicho propósito es la diferenciación del producto. Sacan un modelo diferente cada semana que envían a maquilar a lugares, como Tepatitlán, San José y Acatic. El propósito es evitar la copia de los modelos<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Las principales tiendas distribuidoras en Guadalajara son: Casa Díaz, Maquinaria Tapia, Singer Chapultepec, Máquinas de coser orientales, Internacional Intermaco, Sewing Machine Maquinaria y tiendas distribuidoras autorizadas de marcas como: Singer, Tajima, Futura y Brother.

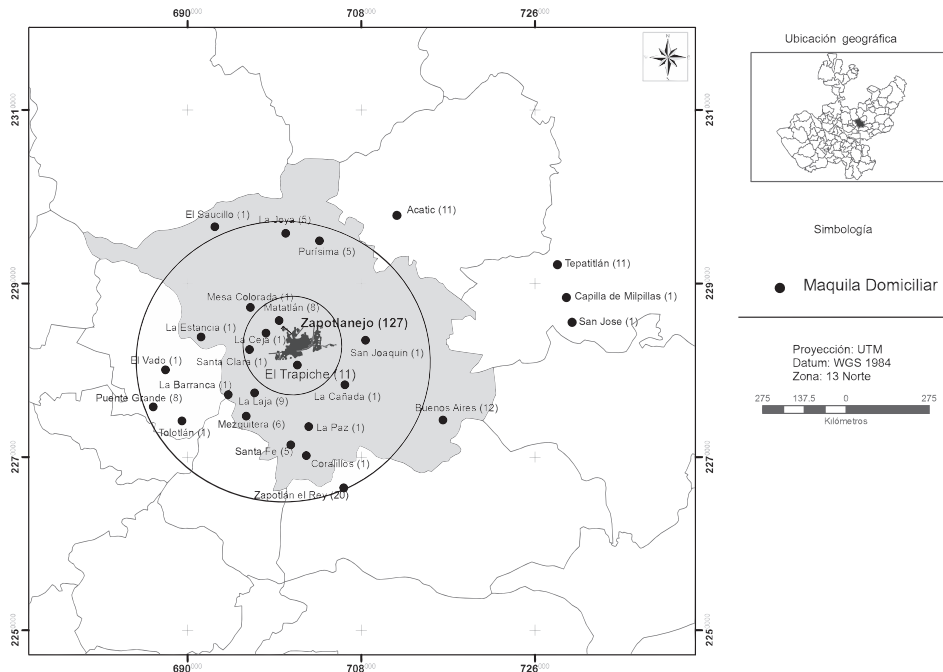
<sup>10</sup> La mayoría de los maquileros se trasladan por medio de pequeñas motocicletas y cuando vienen de localidades alejadas como Tepatitlán y Acatic usan camionetas y vans.

<sup>11</sup> Es importante mencionar que en un mismo domicilio, pueden estar trabajando la madre y las hijas, y no necesariamente todas le confeccionan al mismo fabricante o

antes de salir al mercado y creen que la distancia es un factor que puede ayudar a mantener el secreto de sus nuevos diseños. Aparte, de que cada día se torna más difícil poder encontrar maquileros cercanos a la cabecera municipal.

Zapotlanejo está construyendo su región de influencia, en este caso, a partir de un elemento articulador: la maquila domiciliar (mapa 4.2); apoyado por la existencia de una red de carreteras y caminos vecinales que conectan a las diferentes rancherías y pueblos. La zona se caracteriza porque ahí se desarrollan e interactúan elementos emanados a partir de la producción de ropa originaria de Zapotlanejo.

**Mapa 4.2**  
**Lugares de maquila domiciliar de los fabricantes de ropa,**  
**encuestados en Zapotlanejo, 2002**



Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

al mismo taller. Es ahí donde se puede dar la copia de modelos, según lo expresan los propios fabricantes. Debido a ello prefieren enviar a maquilar sus prendas a localidades cada vez más alejadas de Zapotlanejo y mantienen con mucho recelo las direcciones de los mismos. Los mismos vecinos no proporcionan información de nadie que se dedique a la maquila.



No importa el estado social en el que se encuentren los trabajadores de la maquila a domicilio llevan a cabo las mismas tareas. En estas casas laboran personas dedicadas a la confección de ropa en Zapotlanejo



La vox *populi* se confirma, en “Zapotlanejo, cada casa es un taller”. Al interior de estas fachadas se llevan a cabo labores relacionadas con la industria de la ropa, principalmente confección

Para clarificar el análisis se optó por hacer contornos con base en la distancia de las localidades y la ciudad de Zapotlanejo. El primer contorno abarca un radio de diez kilómetros a la redonda, ahí existen cinco localidades que maquilan y representan 18.5% del total de lugares dedicados a la maquila domiciliar, ahí se puede encontrar a 55.2% (148) de los talleres.

El segundo contorno abarca localidades que se encuentran a una distancia entre 10 y 20 kilómetros a la redonda, espacio que presenta menos talleres con respecto al primer contorno a pesar de contener un mayor número de pueblos y localidades, alberga a 61.5% (16) de los pueblos y rancherías maquileras y tan sólo tiene 26.1% (70) de los talleres.

El tercer contorno abarca a las localidades ubicadas a más de 20 kilómetros de la ciudad de Zapotlanejo. Aunque alberga al menor número de talleres, sin embargo, lo que se advierte ahora es una notable preferencia por lugares menos saturados y más alejados de la cabecera municipal.<sup>12</sup>

Existe una marcada concentración de talleres en un radio de diez kilómetros a la redonda de la ciudad de Zapotlanejo, situación que genera conflictos por la aglomeración de talleres en un solo espacio. La alta rotación del personal entre talleres es evidente en Zapotlanejo, incentivada mediante la diferenciación de sueldos y salarios entre los talleres. Algunos de los talleres que tienen una alta demanda de confección han optado por subcontratar a otros talleres lejanos al primer contorno que abarca el radio de diez kilómetros a la redonda de la ciudad de Zapotlanejo y la tendencia es a continuar dicha práctica.

El fenómeno de la maquila domiciliar cuyo origen está sustentado en la informalidad, supera cualquier intento de cuantificar su alcance; se crea y se autodestruye al mismo tiempo, todo depende de las condiciones de la demanda. Esa volatilidad hace que no podamos ofrecer una cifra precisa acerca del número de talleres en el municipio y fuera del mismo, ni los lugareños, ni las mismas autoridades tienen idea del número exacto o si lo tienen, simplemente se hacen los olvidadizos. La configuración espacial de los centros maquileros se sostiene por las relaciones afectivas, más que formales, por eso la escala en la cual establecen su desarrollo no tiene la fortaleza para hacer presión en la creación de convenios y contratos. Se dan los acuerdos no escritos en muchos de los casos.

En un intento por cuantificar los talleres se optó por preguntarles a un grupo de fabricantes asentado en la cabecera municipal de Zapotlanejo, sobre la existencia de talleres en los lugares que mencionaron a quienes se les aplicó la encuesta.

---

<sup>12</sup> Incluso se encontró evidencia de talleres de maquila ubicados en el estado de Michoacán que llevaban a cabo labores de maquila de fabricantes de Zapotlanejo en el año 2000; al igual que talleres de maquila ubicados en la zona metropolitana de Guadalajara.

Los resultados que obtuvimos marcan algunas tendencias. Así observamos, a la cabecera municipal de Zapotlanejo como el lugar donde se concentra el mayor número de talleres maquileros, con un promedio de 640, cifra tres veces superior (250 talleres) a la registrada por Arias y Wilson en su estudio (1997: 24); le siguen La Laja (98); Santa Fe (90) y Puente Grande (60).

Dentro de las localidades que presentan un mayor porcentaje de viviendas con maquila, sobresalen: San Antonio y El Trapiche, en cada casa existe un taller de maquila. En otras palabras podemos decir que son localidades netamente maquiladoras. Se encuentran además, otras de las localidades con alto porcentaje de viviendas con maquila que no podemos dejar de mencionar: La Barranca (40.0%), La Mezquitera (31.6%), La Ceja (55.6%) y Corralillos (32%) (cuadro 4.4).

Por lo regular, estos lugares son rancherías con menos de 150 habitantes, exceptuando La Mezquitera (752 habitantes); en cada vivienda habitan en promedio entre cuatro y cinco personas.<sup>13</sup> En la mayoría de los casos los miembros de la familia se convierten en mano de obra que es aprovechada en las labores de costura.

#### *Edades de los fabricantes de ropa encuestados*

La fragmentación de los negocios familiares ha dado origen al surgimiento de nuevas fábricas y comercios relacionados con la ropa. Los hijos al casarse, reciben apoyo de sus familiares para iniciar por cuenta propia su empresa; en 82.6% de los casos los dueños tienen entre 20 y 40 años (cuadro 4.5).

Cuadro 4.5  
Edades de los empresarios encuestados

Edades	Absoluto	%
20-30	9	39.1
31-40	10	43.5
41-50	4	17.4
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Con los datos encontrados, podemos afirmar que existe un empresariado joven dentro de la industria del vestido en Zapotlanejo. Conclusiones que son congruentes con las de Alba y Kruijt (1988: 138), quienes sostienen que el empresariado en la industria jalisciense es relativamente joven. Afirman que la mitad de los fabricantes

<sup>13</sup> Sería interesante investigar más adelante que tipo de familias son, verla por su estatus de género, edades, jefatura familiar, tipo de actividad económica a la que se dedican a parte de la costura.

Cuadro 4.4  
Talleres que maquilan a fabricantes de Zapotlanejo, 2002

Fabricante	La Laja	Zapotlanejo	El Vado	La Barranca	Puente Grande	Tototlán	San José	La Mezquitera	Santa Fe	La Cebra	San Julián	San Antonio	Matarlán	El Trapiche	Capilla de Milpillas, Tepa.	Zapotlán del Rey	La Paz	Corralillos
Exclamación	50	600																
Locomía			4	12	50													
D'Emmes	80																	
D'Cafe	300	700				40	80	90	90	50								
Angélica Princesita					30						5	3						
Don Chon		500																
Miss Fashion					100		20											
Cuys Collection	10	600				3				10			6	5				
Mistik	50	800				15	10								30	20	50	15
Vírtual							12											
Total	490	2800	4	12	180	40	130	100	90	60	60	5	3	6	35	20	50	15
Promedio*	98	640	4	12	60	40	22	50	90	30	30	5	3	6	18	20	50	15
Viviendas habitadas	607	6011	79	30	1142	2392	193	158	547	9	2558	2	341	17	611	659	204	25
Número de habitantes	2845	27608	356	132	5355	10467	907	752	2735	44	12117	4	1559	82	2509	745	865	78
Promedio de habitantes/vivienda	4.7	4.6	4.5	4.4	4.7	4.4	4.7	4.8	5.0	4.9	4.7	2.0	4.6	4.8	4.1	4.8	4.2	3.1
Porcentaje de viviendas con maquila	16.1	10.6	5.1	40.0	5.3	1.7	11.4	31.6	16.5	55.6	0.2	100	1.8	100	3.3	8.8	7.4	32.0

\*El promedio se obtuvo después de hacer la suma correspondiente a cada una de las localidades y dividirlos por el número de eventos mencionados. El dato obtenido se corroboró con la apreciación que hacen del número de talleres las autoridades municipales. Calculan que en 10% de las viviendas de la localidad se llevan a cabo labores de maquila.

Nota: A cada uno de los fabricantes se les preguntó, el número de talleres de maquila domiciliar que conocen o tenían referencia que existían en las diferentes localidades del municipio y fuera del mismo. El dato obtenido mediante el cuadro corresponde a una aproximación del número de talleres de maquila domiciliar, ante la inexistencia de un dato oficial.

Fuente: Entrevistas con fabricantes de ropa en Zapotlanejo, agosto-noviembre de 2002; INEGI Censo de población y vivienda, 2000.

de las micro y pequeñas empresas entrevistados a principios de la década de los ochenta tenía menos de 45 años. Además, que existe una relación directa entre la edad de los empresarios y el tamaño de las fábricas: a mayor edad, mayores dimensiones de la fábrica.

Aún no existe consenso para establecer las características que dieron origen al empresariado mexicano. Cada región del país fue creando sus propios elementos que fortalecieron el desarrollo del empresariado. Camp hace referencia a los orígenes empresariales en México, señala tres elementos claves para el desarrollo de un empresario y son: el lugar de nacimiento, el estrato socioeconómico de los padres, ubicación y tipo de educación (1990). Durante mucho tiempo prevaleció dicha caracterización que obedecía al mismo patrón de comportamiento en los empresarios mexicanos, cuyas características eran las siguientes: habitante urbano, criado en un ambiente de clase media-alta con ascendencia de empresarios y con una vasta educación. El trabajo del autor más que nada se centraba en el análisis de los grandes empresarios.

La situación de Zapotlanejo más bien pudiera explicarse tomando en cuenta las consideraciones que hace Arias (2004: 86-87), al hablar sobre la forma de organización de los negocios jaliscienses. La autora plantea cuatro elementos que ayudan a entender el comportamiento empresarial:

- a) Trabajo personal e independiente
- b) Colaboración conyugal, filial y familiar
- c) Tendencia a la reproducción de establecimientos
- d) Relaciones de intercambio como principal generador del capital
- e) La iglesia<sup>14</sup>

Hoy en día, vemos en Zapotlanejo, el surgimiento de empresarios cuyas características distan totalmente de las señaladas por Camp y tienen que ver más con las expuestas por Arias. El empresario zapotlanejense, fue criado más bien dentro de las clases medias y bajas, en un ambiente ligado al campo, como dicen Alba y Kruijt (1998: 131) que sucedió en el caso jalisciense, no tiene antepasados empresarios dedicados a la confección ni asistió a los centros universitarios de mayor prestigio, por lo menos nacionales.

El surgimiento de empresarios jóvenes y con una nueva visión de hacer negocios, permite que se tengan otros puntos de vista a la hora de emprender el negocio,

---

<sup>14</sup> A finales de los años setenta se impartían clases gratis de costura, alta costura, y enfermería en el curato de la iglesia ubicado en la calle López Rayón y Porfirio Díaz. Eran salones grandes y le nombraban escuela oficial. Más tarde pasó a ser edificio de gobierno. También en el Colegio Santa Teresita, ubicado en la calle Degollado las religiones encargadas del mismo daban clases de costura.

condición presente en cuanto a las expectativas de desarrollo a mediano plazo, en la mayoría de los casos tienen proyectos. Los fabricantes con mayores expectativas son aquellos, cuyas edades se encuentran en los estratos que van de 31 a 40 años. Más de 80% tienen proyectos para el desarrollo de sus empresas, aunque son más cautelosos a la hora de hacer alianzas con proveedores; a diferencia de lo que sucede con los fabricantes, cuyas edades están en el rango de 41 a 50 años.

La característica principal de este último grupo de empresarios es que presentan una cartera de clientes más amplia, a diferencia del resto, la explicación se basa en que también tienen más tiempo en el mercado y han podido consolidar y aumentar su clientela (cuadro 4.6).

**Cuadro 4.6**  
**Edad de los fabricantes por tipo**  
**de proyecto, alianza de proveedores y número de clientes**

	Edad 20-30 N=9 (%)	Edad 31-40 N=10 (%)	Edad 41-50 N=4 (%)
<b>Tiene proyectos a mediano plazo con relación a su negocio</b>			
Sí	6 (66.6)	8 (80)	1 (25)
No	3 (33.3)	2 (20)	3 (75)
<b>Alianzas con los proveedores</b>			
Sí	3 (33.3)		
No	4 (44.4)	8 (80)	3 (75)
No contestó	2 (22.2)	2 (20)	1 (25)
<b>Número de clientes</b>			
1-15	3 (33.3)	2 (20)	1 (25)
16-100	4 (44.4)	6 (60)	2 (50)
101-250	1 (11.1)	2 (20)	1 (25)
No contestó	1 (11.1)		

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

#### *Escolaridad de los empresarios encuestados*

Se observa que existen mayores niveles educativos. En un estudio anterior desarrollado por Vera hace cinco años, se encontró que en la mayoría de los casos los empresarios contaban con primaria como el nivel de estudios predominante (1999: 135). Ahora, predominan los estudios a nivel preparatoria (30.4%) y se observa la participación de estudios profesionales (17.4%), en ramas que no tienen relación con el tipo de actividad que desarrollan. Se encontraron dos ingenieros agrónomos y dos más que no especificaron (cuadro 4.7).

Al preguntarles por qué no continuaron sus estudios a nivel profesional (quienes aún no los tenían), plantearon que la atención del negocio era prioritario; pero les hubiera gustado estudiar una carrera relacionada con la industria del vestido, diseño de modas o alta costura, pero que se ofreciera en la localidad.

Cuadro 4.7  
Escolaridad de los fabricantes de ropa de Zapotlanejo encuestados

Nivel de escolaridad*	Absoluto	%
Primaria	4	17.4
Secundaria	8	34.8
Preparatoria	7	30.4
Profesional	4	17.4
Total	23	100.0

\*Completo.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

El incremento en los niveles educativos ha propiciado mayores expectativas de desarrollo de sus empresas, como tendencia se observa la utilización de tecnologías computacionales como el internet para bajar diseños de ropa, situación que se presenta desde 1999 de acuerdo con los hallazgos de Vera (*ibid.*: 136) y actualmente pudimos constatar. Aunque la evidencia empírica surgida a raíz de entrevistas con cortadores y diseñadores de la localidad consideran muy poco útil esa práctica, ya que sólo se pueden bajar diseños de prendas y modelos muy específicos, es decir, solamente se podría confeccionar por ejemplo una blusa de una sola talla y modelo. Según los cortadores locales, lo que se necesita es el “patrón base”, es decir, la primera talla que sirve para hacer modificaciones y crear las demás medidas.

También el uso de la tecnología incursiona en los pedidos de mercancía. Últimamente empiezan a darse por medio del correo electrónico, sin que medie la relación cara-cara, práctica común anteriormente y, procuran estar a la vanguardia asistiendo a exposiciones a nivel nacional (Puebla, Guadalajara y Distrito Federal principalmente) e internacional (Las Vegas, Nueva York, España, entre otras) en el ámbito de la moda. También cuentan con suscripciones a revistas de moda internacionales, principalmente estadounidenses.

La utilización de la tecnología, fenómeno que cada día adquiere mayor presencia; entre los fabricantes se aprecia mediante la adquisición de computadoras; siete de los 23 estudiados reúnen dicha condición, su uso se enfoca hacia las labores de contabilidad (manejo de inventarios y nóminas), ventas, uso de internet (consulta de catálogos

de ferias y exposiciones de ropa y revistas especializadas).<sup>15</sup> El uso de las computadoras en los procesos productivos aún no se aprecia; sólo en dos casos se pudo observar su uso en labores de diseño de logotipos y dibujos para adornar las prendas.

Los empresarios que han crecido a la par de las pequeñas fábricas que empezaron sus padres les interesa que sus hijos aprendan alguna carrera relacionada con la cadena productiva de la ropa: diseño de telas, tipos, colores y textura, patronaje, búsqueda de nuevos mercados, requisitos aduanales, embalajes, entre otros. Manifiestan su preocupación porque la universidad pública ofrezca carreras relacionadas con la industria de la ropa. En palabras de uno de los entrevistados, “la universidad<sup>16</sup> debería impartir estudios y poner carreras adecuadas a las diferentes zonas del estado...nosotros necesitamos diseñadores de moda, y técnicas relacionadas con el vestido...para ya no andarnos copiando los modelos...ponen carreras para médicos, contadores –si ni encuentran trabajo–, ...por otro lado, cuando alguno saca un modelo nuevo, si pega, al rato todo está inundado y empiezan a malbaratar el producto”.<sup>17</sup>

#### *Origen del capital de las empresas locales*

El origen del capital para la apertura de las fábricas proviene principalmente de dos fuentes: ahorros personales y familiares.<sup>18</sup> En más de la mitad de los casos (56.4%), los ahorros personales constituyen el sustento para el inicio de operaciones de las

---

<sup>15</sup> La [www.labobina.com](http://www.labobina.com), es una revista especializada en el mundo de la ropa, ahí se anuncian proveedores de maquinaria e insumos, software especializados. Está en circulación desde 1969, se publica mensualmente. Puede ser consultada en línea y en formato impreso. En la oficina sede del Grupo de los Cien, ubicada en la localidad de Zapotlanejo, la reciben periódicamente en formato impreso.

<sup>16</sup> En el Centro Universitario de los Altos, sede Tepatitlán (uno de los más cercanos a Zapotlanejo) se imparten las siguientes carreras: a nivel licenciatura, administración de empresas, contaduría, negocios internacionales, derecho, informática, psicología, enfermería, veterinaria y zootecnia, odontología, nutrición, medicina, educación, ingeniero en sistemas pecuarios, en agroindustrias y técnico superior en servicios turísticos. En la escuela preparatoria técnica CETIS 162 ubicada en la localidad se ofertan las carreras de mecánica, computación y contabilidad. Ninguna carrera está relacionada con la especialización productiva de Zapotlanejo. Fuente: Control Escolar UdeG y oferta de carreras del CETIS 162.

<sup>17</sup> Entrevista con el dueño de un taller de corte de ropa. Zapotlanejo, 2 de mayo de 2002.

<sup>18</sup> Los ahorros personales son aquellos que el propio empresario ha ido acumulando a lo largo de su vida. A diferencia de los ahorros familiares que se forman mediante el apoyo de toda la familia, por lo regular se materializan mediante la venta de bienes del patrimonio familiar.

empresas, en el resto (43.6%) los ahorros familiares tienen una participación importante (cuadro 4.8). Las conclusiones al respecto son congruentes con las de Alba y Kruijt (1988: 134) en su trabajo sobre la situación industrial en Jalisco; a principios de los años ochenta encontraron que en la mayoría de los casos (72%) los empresarios obtenían el capital para empezar el negocio por medio de ahorros personales.

El origen del capital proviene principalmente de la conversión de la actividad agropecuaria a la industrial. Aunque, en varios casos, algunos miembros de las familias, siguen manteniendo ganado o siembran, lo ven como un complemento, “por si les va mal en el negocio de la ropa”. La función que desempeñan las actividades agropecuarias, no es característica únicamente de Zapotlanejo, también Arias (1992: 68-71), las observa en Chiconcuac y Tenango de Arista y en varias regiones del país, donde “la agricultura ha dejado de ser el elemento que articula la economía local y extralocal”, pero su presencia ha fortalecido el desarrollo de actividades industriales tradicionales (fabricación de ropa, elaboración de calzado y actividades artesanales) mediante el suministro de capital por la venta de ganado y tierras. Capital que es utilizado para la compra de activos fijos necesarios en la industria del vestido. De igual forma Alba y Kruijt (1988: 137) documentan la importancia que ha representado la agricultura-ganadería para el desarrollo de la pequeña industria en Jalisco.

Cuadro 4.8  
Origen del capital de las fábricas de ropa locales

Origen del capital	Absoluto	%
Individual	13	56.5
Familiar	10	43.6
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Las dos actividades (agropecuarias e industriales), tan diferentes encuentran un punto de complementación. Se financian mutuamente y proporcionan seguridad al capital familiar. Por lo regular, algún miembro de la familia (hermano) se ocupa de las labores del rancho, mientras los demás miembros desarrollan actividades relacionadas con la maquila, la fabricación o comercialización de prendas de vestir. Podría decirse que forman una unidad en la mayoría de los casos estudiados.

La actividad agropecuaria junto con los prestamistas locales (agiotistas) han suplido la falta de apoyos gubernamentales y son el soporte para dar impulso a las iniciativas productivas de los zapotlanejenses. Un ejemplo ilustrativo de este fenómeno es el siguiente: un fabricante nos comentó que cuando terminó su carrera de ingeniero agrónomo en 1983, observó el auge que tenía la ropa en

su localidad, por lo que decidió, en vez de ejercer su profesión, dedicarse a la comercialización de ropa de vestir, de esa forma aprendió el oficio. Posteriormente, empezó a fabricar ropa junto con tres de sus hermanos, pero al casarse, decidieron que cada uno tuviera su propio negocio. El capital para la compra de maquinaria e insumos de las tres fábricas fue proporcionado por el padre mediante la venta de ganado y tierras que poseía.<sup>19</sup>

En las listas de empresarios de la industria del vestido en Zapotlanejo del año 2001 figuran los apellidos, Nuño, Dávalos, Morales, Marín, Aceves, Martínez, Delgadillo, López. Son familias que tienen muchos años en la localidad, y, en algunos casos, fueron iniciadores de la actividad industrial.<sup>20</sup>

La industria del vestido se encuentra basada principalmente en vínculos familiares, lo que les permite acceder con mayor facilidad a la fabricación y comercialización de prendas de vestir. Los padres cuando se retiran del negocio de ropa, lo traspasan a sus hijos junto con el capital social; es decir, el conocimiento adquirido, las redes de comercialización, de proveedores construidas durante los años de trabajo. Lo mismo sucede con otros parientes; los matrimonios se realizan por lo regular entre las familias locales.<sup>21</sup>

Las fábricas de mayor antigüedad fueron creadas con capitales familiares principalmente.<sup>22</sup> Posteriormente, a partir de 1976 el capital individual empezó a perfilarse como uno de los pilares para la creación de pequeñas industrias, para después dar cabida al capital familiar al grado de presentarse en partes iguales (cuadro 4.9). Lo anterior, demuestra la importancia que representó la familia a finales de la década de los sesenta en la creación de fábricas de la confección en Zapotlanejo.

### *Volúmenes de venta de prendas de vestir*

Las plantas estudiadas representan volúmenes de ventas anuales que van de 500 mil hasta 120 millones de pesos. En realidad, la primera cifra representa una cantidad muy baja de ventas, correspondería a 12 mil pesos mensuales. Si lo contrastamos con

---

<sup>19</sup> Entrevista con un fabricante. Zapotlanejo, 25 de marzo de 2002.

<sup>20</sup> Por ejemplo, en la familia Morales, el padre empezó a maquilar pantalón a negocios de Guadalajara en 1965; en la familia Dávalos, su madre y tías iniciaron con el bordado de prendas que vendían en Zapotlanejo.

<sup>21</sup> Sería interesante analizar posteriormente, los vínculos que se van creando en la industria de la ropa a través de las uniones matrimoniales de las localidades asentadas en el municipio.

<sup>22</sup> Una de las fábricas empezó maquilando pantalón a empresas asentadas en la ciudad de Guadalajara, específicamente a Textilán Andalucía y Almacenes Victoria, la otra, obtuvo el capital mediante los ahorros del esposo a partir de su sueldo como chofer de camiones foráneos.

Cuadro 4.9  
Inicio de operaciones por origen del capital y tamaño de los competidores

	Año de inicio de operaciones			
	1965-1975 N=2	1976-1985 N=5	1996-1995 N=6	1996-2000 N=10
<b>Origen del capital</b>				
Individual		5 (100%)	4 (66.6%)	4 (40%)
Familiar	2 (100%)		2 (33.3%)	6 (60%)

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

las rentas que pagan en sus locales<sup>23</sup> de venta (van de 80 mil a 100 mil pesos anuales para el año 2002), más los sueldos que pagan a los empleados (entre 600 y 900 pesos semanales), pensaríamos que no tienen utilidades. Por lo anterior, considero que el dato recopilado en la encuesta se encuentra subrepresentado. Más bien, se podría hacer una interrelación con el volumen total de producción para sacar un dato con mayor confiabilidad, más adelante, en el apartado de producción se verificará.

Los encuestados plantean que las ventas en el año 2000 se incrementaron con relación al periodo 1995-1999 (cuadro 4.10), a pesar del ingreso en México de ropa procedente de China y la ropa usada de Estados Unidos,<sup>24</sup> esta última, comercializada principalmente en los tianguis de la zona metropolitana de Guadalajara a precios muy económicos.

Las crisis de 1982, 1986 y 1994 no han impedido la creación de nuevos negocios en el lugar. Por ejemplo, un cliente importante<sup>25</sup> de una fábrica de Zapotlanejo, ubicado en Baja California Sur, nos comentaba que antes de 1985, él compraba toda la

<sup>23</sup> Aunque no podemos constatar si rentan o son propios los locales.

<sup>24</sup> La ropa usada es comprada en Estados Unidos por kilos, el comprador no puede escoger las prendas porque están apiladas en pacas. Viene todo tipo de ropa para niños, grandes, hombres y mujeres y en muchos de los casos se encuentra saldos de ropa aún con etiquetas (entrevista con un comerciante del Tianguis del Sol, Guadalajara). Esta forma de comercialización de la ropa no es exclusiva de Jalisco. En Mazatlán, Sinaloa se encontró evidencia, por medio de un anuncio en el periódico *El Debate*. Mazatlán, Sinaloa del 31 de octubre de 2001, p. 26-A donde se invita a los mayoristas a comprar pacas de ropa usada procedente de Estados Unidos y tenis de marca "pisados" (son tenis nuevos pero presentaron algún pequeño defecto después de haberse usado) a precios económicos.

<sup>25</sup> Entrevista con la señora Ramona Verdugo Larrinaga, gerente de compras del Centro Comercial Californiano. Trabaja en la empresa desde 1969. La Paz, Baja California Sur, 30 de octubre de 2001.

ropa en Estados Unidos, específicamente en Los Ángeles, California y en 1986 dejaron de comprar ropa americana, debido a la devaluación del peso frente al dólar, y Zapotlanejo se presentaba como una opción para abastecerlos de mercancía y representaba “la plaza más cercana, con una producción que podría ser competitiva a lo que acostumbraban comprar. La razón en parte estaba sustentada por el hecho de que muchas de las telas que utilizan los fabricantes de ropa de Zapotlanejo las importan de Estados Unidos y Sudamérica”, además el diseño, la variedad y el precio de las prendas resultaba atractivo. Actualmente 98% de la ropa que comercializa el cliente de Baja California Sur proviene de Zapotlanejo y 2% (blusas y ropa de niño) de la ciudad de México”.

Cuadro 4.10  
Volúmenes de ventas anuales de fabricantes en Zapotlanejo (miles de pesos)

Volumen de ventas anuales 2000 (miles de pesos)	Tendencia 1990-1994	Tendencia 1995-1999
500	Incrementó	Incrementó
1 248	Incrementó	Incrementó
3 240	Incrementó	Disminuyó
1 000	Incrementó	Incrementó
3 640	Incrementó	Disminuyó
400	Disminuyó	Incrementó
12 000	Disminuyó	Incrementó
5 000	Se mantuvo	Incrementó
840	Se mantuvo	Se mantuvo
1 820		Se mantuvo
120 000	Disminuyó	Incrementó
600		Incrementó
400		Se mantuvo
3 230	Disminuyó	Incrementó
1 500	Disminuyó	Incrementó

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002. Cinco iniciaron operaciones en 1999. Tres no contestaron.

### *Exportaciones de prendas de vestir*

Las empresas de Zapotlanejo muestran poca o nula participación en las exportaciones, más bien orientan su mercancía principalmente hacia el mercado interno al igual que las empresas textiles marplatenses en Argentina, al basar su estrategia de crecimiento sobre mercados internos masivos (De Rearte, 1991), situación generalizada en regiones especializadas de reciente creación. Tal es el caso de Zapotlanejo.

Los empresarios locales argumentan que no han podido incursionar en mercados externos debido a dos factores: primero, es necesario manejar grandes volúmenes de producción, y segundo, malas experiencias por no conocer los mecanismos de exportación. Con respecto al primero, argumentan que no dan abasto al mercado nacional; necesitarían tener bodegas de 50 mil prendas para incursionar en el mercado extranjero, aspecto que nadie las tiene, más bien, no es la manera de trabajar en la industria del vestido, donde se requiere el justo a tiempo, debido al cambiante mundo de la moda. La mayoría de los fabricantes produce bajo dos modalidades: a) sobre pedido y b) con base en volúmenes que consideran vender. La gran mayoría, por no decir todos los fabricantes manejan inventarios cero, es decir, no tienen existencia en bodega entre una temporada y otra.

Dentro de las experiencias de exportación recopiladas a lo largo de la investigación se pueden mencionar dos que han sido un rotundo fracaso: la primera experiencia fue en 1995 cuando se exportó ropa a Venezuela (la devaluación del peso respecto al dólar los favoreció), pero los compradores venezolanos tuvieron una mala estrategia de compra; la mercancía llegó en otra temporada. Para el traslado intentaron llenar un contenedor con diversos tipos de artículos (muebles, artesanías y ropa), lo cual hizo que el traslado se demorara más de lo debido. Al llegar la ropa a Venezuela, los compradores tuvieron que rematarla porque era ropa de verano y llegó en invierno. Hasta hoy, esos clientes no han vuelto a comprar en Zapotlanejo.<sup>26</sup>

La segunda experiencia se pudo concretar gracias al empeño de un grupo de ocho fabricantes por trabajar en conjunto. Ellos se asociaron en 1990, con el fin de exportar a Los Ángeles, California ropa de mezclilla (chamarras y faldas), pero no tuvieron apoyo por parte de las instituciones gubernamentales en materia de asesoría y créditos, solamente pudieron hacerlo una vez. Actualmente, el grupo se desintegró y solamente una persona sigue en el negocio y le vende a una compañía grande de Estados Unidos que maneja la marca "Nina Piccolino".<sup>27</sup>

### *Importaciones de prendas de vestir*

Por otro lado, durante el recorrido de campo se ha observado en Zapotlanejo el incremento de comercios de ropa importada<sup>28</sup> principalmente de Estados Unidos y

---

<sup>26</sup> Entrevista con un fabricante de ropa. Zapotlanejo, 25 de marzo de 2002.

<sup>27</sup> *Ibid.*, 3 de noviembre de 2001.

<sup>28</sup> En noviembre de 2001, uno de los empresarios comentaba que existían seis contenedores en la frontera con Estados Unidos de ropa cuyos dueños eran de Zapotlanejo, y no podían cruzar hacia México debido a los estrictos controles de inspección que implementó el gobierno americano a raíz de las explosiones del 11 de septiembre no sólo para mercancía que se importaba sino también para la que se exportaba.

Brasil, en este caso, traída de Los Ángeles y Nueva York. La ropa es comercializada en tiendas de la localidad y a su vez es vendida a otras regiones del país, específicamente en lugares como Villa Hidalgo, Aguascalientes, Guadalajara, Tampico y Durango. Una tendencia observada actualmente entre los fabricantes de Zapotlanejo es que se están volviendo importadores de prendas de vestir, principalmente de prendas donde su ventaja competitiva es menor.

En algunos casos, las comercializadoras de ropa trabajan como si fueran una franquicia; compran toda su mercancía a una persona de origen asiático que vive en Nueva York, a quien le firmaron un contrato de exclusividad para la comercialización de la marca en México.

El incremento en el número de comercializadoras repercute en el nivel de ventas, así como en la competencia desleal. Se da el caso de personas que *piratean*<sup>29</sup> la marca, compran telas parecidas, al grado que, es difícil distinguir entre la original y la copia. Esto ha generado el surgimiento de negocios con una gran flexibilidad de adaptación a los cambios de productos y accesorios copiados de marcas conocidas. Este fenómeno ha sido observado por los estudiosos de los distritos industriales, en otros lugares, principalmente de Europa que consideran la imitación y apropiación de productos como una característica de los espacios económicos especializados en sus primeras fases de desarrollo. Una vez consolidados, empieza a darse la innovación y el desarrollo de nuevos productos y procesos.<sup>30</sup>

Cuando la marca logra consolidar su presencia dentro del mercado, el diseño de las prendas se convierte en parte de la estrategia competitiva de la empresa y de la zona. Los fabricantes de Zapotlanejo han podido desarrollarse debido a que aprenden *imitando* a otros fabricantes, ya sea de la región o de fuera.<sup>31</sup> En cambio existen regiones en el ámbito mundial, la mayoría ubicadas en Italia, que son reconocidas por la marca de los trajes que manejan. Estos lugares se caracterizan por la calidad de sus modelos, la mayoría de ellos confeccionados a mano; surgieron de micro talleres familiares de sastres. En un principio imitaron sus modelos de otras fábricas hasta que lograron desarrollar diseños que los identifi-

---

<sup>29</sup> Piratear, se usa comúnmente para referirse al hecho de que alguien copia los modelos de prendas y los hace suyos. Aunque el diccionario especifica la palabra robar. Considero que no se adecua el significado a lo que estamos planteando.

<sup>30</sup> Al respecto pueden consultarse los trabajos de Becattini, 1994; Rabelloti, 1998; Saba, 1998, entre otros.

<sup>31</sup> Los diseños de ropa de Zapotlanejo en su mayoría son copiados de las prendas que se venden en plazas y tiendas especializadas ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara; por lo regular, copian modelos de tiendas como Zara, Fábricas de Francia, Suburbia.

can actualmente<sup>32</sup> (mapa 4.3). Aquí más que nada se trata de resaltar la importancia que representa identificar a una región con su marca comercial.

A Zapotlanejo aún no se le puede identificar con una marca en particular, pero cada día, los productores tratan de allegarse personas especializadas en el diseño y patronaje, que puedan crearles modelos exclusivos, situación que les crearía cierta ventaja competitiva, como sucede actualmente en lugares especializados en producción de ropa y calzado como Italia.

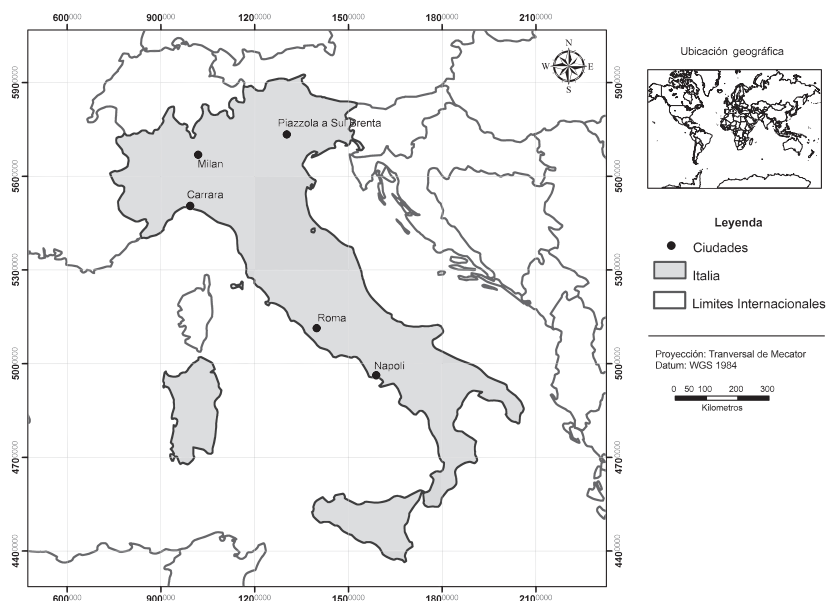
Por otro lado, existen fábricas que en realidad son comercializadoras de productos importados y una mínima parte del total de prendas que manejan son confeccionadas por ellos. La tendencia que manifiestan es a convertirse exclusivamente en importadores de prendas provenientes de Estados Unidos, Canadá, Nicaragua, Jamaica, El Caribe, Inglaterra y Portugal, incluso una de las fábricas ya se encuentran en negociaciones con empresarios de Estados Unidos y América Latina. Esta tendencia en gran medida compete con las prendas fabricadas en la localidad.

Al acudir a las tiendas de la localidad y revisar las etiquetas se encuentra que en términos generales, la ropa importada proviene principalmente de Estados Unidos, de Hong-Kong se traen chamarras y blusas, de Brasil los pantalones a la cadera, así llegan trajes de baño provenientes de Colombia y Argentina, de Corea son los shorts y de Israel provienen las blusas de tejido de punto que compiten abiertamente con las fabricadas en Moroleón, aunque las primeras tienen mayor calidad.

---

<sup>32</sup> En Roma se encuentran cinco sastrerías de fama mundial: Caraceni, fundada en los años veinte. En la sastrería Brioni, el traje de hacer a mano a partir de una plantilla general modificada; Battistoni; Cifonelli, fundada después de la segunda guerra mundial y Ángelo fundada en 1963, su dueño anteriormente trabajaba en la sastrería Brioni. En Milán se encuentra la sastrería Caraceni, a raíz de la sucesión testamentaria se divide la empresa, pero siguen conservando el nombre de la marca. En Carrara, se encuentra D`Avenza fundada en 1957. El ritmo de trabajo de ésta, se asemeja al de un taller de sastres tradicional, sólo que a gran escala. En Nápoles, se encuentra la marca Kiton, representante internacional de la sastrería napolitana. El dueño supervisa en persona la calidad de sus productos. En Piáosla sui Brenta está la sastrería Belvest. La confección del traje se hace de forma tradicional, realizado casi en su totalidad a mano. Proceso muy laborioso si tomamos en cuenta que se necesitan ochenta pasos distintos para la elaboración de un pantalón. Un traje a medida precisa tarda 40 horas, uno lo puede solicitar en cualquier parte del mundo, basta con que el cliente acuda a una tienda de caballeros y escoja el corte, se le toman las medidas y se envían por fax a la fábrica ubicada en Nápoles, Italia. Tres semanas más tarde, sin realizar prueba alguna, el traje está listo. Esta fábrica cose anualmente 500 trajes a mano (Roetzel, 1999: 108-111).

**Mapa 4.3**  
**Lugares italianos reconocidos a nivel mundial,**  
**por el prestigio de las marcas de trajes para caballero, 2003**



Fuente: Roetzel, 1999.

Las prendas de importación llegan a la localidad por dos vías, ya sea directamente del país de origen o a través de importadores de la ciudad de México.

#### *La oferta de prendas de vestir en Zapotlanejo. Tipos de productos*

La identificación del tipo de producto permite observar las particularidades que exige un proceso específico, en este caso la ropa. La ciudad de Zapotlanejo conocida como *la cuna del vestir*, hace honor a su nombre. Se distingue principalmente por la fabricación de blusas, faldas y pantalones para dama (cuadro 4.11); especialización documentada desde finales de los años ochenta por Arias (1992: 46). También se fabrican camisas para caballero, ropa industrial y tallas extras para dama,<sup>33</sup> de-

<sup>33</sup> Según datos de la Secretaría de Salud (2003), en México 30% de la población tiene problemas de obesidad. En Jalisco, 57% de la población mayor de 20 años padece sobrepeso u obesidad. De ese 57% de personas, 37% padece sobrepeso, que es un paso previo a sufrir obesidad y 20% ya la padecen (*Mural*, 6 de septiembre de 2003).

Cuadro 4.11  
 Productos principales\* fabricados en Zapotlanejo

Producto	Absoluto	%
Blusas	11	47.8
Faldas	4	17.4
Pantalón dama	10	43.5
Conjunto para dama	10	43.5
Ropa para niño	8	34.8
Ropa industrial	2	8.7
Camisas	4	17.4
Vestidos	2	8.7
Tallas extras ropa de mujer	1	4.4

\*Mencionaron los tres principales productos.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

bido al auge que están teniendo y van a tener en los próximos años. Los productos que no se fabrican en la localidad se traen de lugares como la ciudad de México (pants y vestidos de noche); Moroleón (blusas de tejido de punto); Aguascalientes (blancos como toallas, colchas, sábanas y cobertores).

Los conceptos en torno a la ropa y Zapotlanejo, se han ido construyendo socialmente, y se pasan de boca en boca. Se identifica a Zapotlanejo con la producción de ropa para dama, con calidad y precios accesibles. Un ejemplo lo podemos ver en el siguiente caso: una vendedora de Los Reyes, Michoacán, expresa que desde 1989 viene a Zapotlanejo a comprar ropa.

Cada semana, salen camiones de allá...siempre viene durante los meses de septiembre, noviembre (que es la fiesta de Santa Cecilia, patrona del pueblo, de donde es originaria) y diciembre, durante los otros meses de acuerdo con el dinero que tenga. Le gana de 50 a 70 pesos por prenda, ya que no se puede aumentar más. La vende en dos abonos. Al principio, venía a comprar un trajecito de vestir para dama, costaba 89 pesos, hoy cuestan más de 250.

En cada venida gasta en promedio 10,000 pesos. Prefiere venir a Zapotlanejo a diferencia de otras localidades como Moroleón porque "la ropa de allá no tiene la misma calidad", según su punto de vista.<sup>34</sup>

En el mismo sentido, otra señora de Uruapan, Michoacán, empezó a venir a Zapotlanejo desde el año 2000, porque escuchaba a la gente decir que la ropa de ahí

<sup>34</sup> Entrevista con una compradora de ropa. Zapotlanejo, 7 de septiembre de 2001.

sí era un negocio. Se dedican a la comercialización ella y su hermana. Compra en promedio 10 mil pesos cada quince días, principalmente pantalones de mezclilla, conjuntos para dama, camiseta para caballero, blusas para niña. Su mercancía la vende al contado en una tienda de su propiedad y solamente le proporciona crédito a algún familiar, aunque no comúnmente. Comenta que no le gana 100% a las prendas, “pero sí sale para pagar el teléfono, la luz, la comida y las medicinas”. Dice que ha ido a Moroleón, “pero la gente no quiere la ropa, porque es muy corriente”, según sus clientes.<sup>35</sup>

Como se observa los márgenes de ganancia mediante la venta de ropa en abonos se reducen cada día. Arias y Wilson (1997: 26-27), decían que en el primer pago la abonera obtenía el pago de la prenda y el resto de los abonos pasaban a constituir propiamente, dicho la ganancia. La evidencia empírica encontrada manifiesta la presencia de una ganancia que oscila entre el 60 y 70 por ciento del costo de la prenda adquirida a mayoreo por la abonera.

La ropa fabricada en la localidad de Zapotlanejo se caracteriza por competir en moda y precios. La moda es una de las características por las que se rige a la industria del vestido; la producción responde a los requerimientos imperantes en el mercado y las cifras lo demuestran. En los últimos años se ha visto la tendencia de la moda “unisex”, mediante la proliferación del uso de pantalón en las damas dejando de lado la utilización de faldas y vestidos. Esa situación se observa en la producción anual de prendas en Zapotlanejo. Los pantalones para dama y las camisas son las prendas que presentaron los mayores incrementos entre 1994 y el año 2000 (cuadro 4.12).

### *Posicionamiento de la planta dentro de la estrategia competitiva*

En general, se percibe en Zapotlanejo que las empresas primero se fortalecen y luego buscan nuevos mercados, más que definirse por una propuesta exportadora solamente. La producción está enfocada al mercado interno en la totalidad de los casos y se utiliza la subcontratación de maquila a domicilio dentro del municipio y, en algunos casos, fuera del mismo, llegando incluso a rebasar los límites políticos estatales<sup>36</sup> (cuadro 4.13).

### *Estrategias competitivas adoptadas en la industria*

Al adoptar una estrategia competitiva se requiere reconocer las fortalezas y debilidades, como lo menciona Jarillo (1993: 27). El diseño requiere un análisis perma-

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, 22 de marzo de 2002.

<sup>36</sup> La evidencia empírica encontrada muestra que algunos fabricantes anteriormente enviaban prendas a maquilar a talleres ubicados en localidades del estado de Michoacán.

**Cuadro 4.12**  
Producción anual de prendas de vestir, 1994 y 2000 (unidades)

Producto	Producción anual en unidades						
	1994			2000			Incremento porcentual 1994-2000
	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	
Blusa/dama	5 000	52 000	28 500	2 000	96 000	49 000	71.9
Faldas	9 000	52 000	30 500	9 300	14 400	11 850	-61.1
Pantalón/dama	2 000	52 000	27 000	2 000	168 000	85 000	214.8
Conjunto/dama	5 000	6 000	5 500	3 000	15 300	9 150	66.4
Camisas	15 000	15 600	15 300	38 400	80 000	59 200	286.9

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.13**  
Posición que juega en el contexto de la estrategia del mercado

Posición dentro de la estrategia del mercado	Sí		No	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Manufactura sus productos para el mercado interno	21	91.7	2	8.3
Manda fabricar sus productos a otros talleres	19	82.9	4	17.1

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

nente del sector y el conocimiento de las características estructurales basadas para el caso de la confección en las siguientes: derivados de la diferenciación: imagen de marca, prestigio, patentes y el marco institucional. Diferenciación de costos: las economías de escala, los costos compartidos, ventajas en la compra de materias primas y procesos productivos especiales.

Cuando se llega a conseguir el liderazgo en los dos puntos anteriores se puede tener un trato preferencial entre la cadena productiva de la empresa y la de sus clientes; este proceso no se da de forma aislada, sino que se constituye a partir de las relaciones empresariales y sociales que surgen entre las empresas como son la asociación, alianzas de cooperación, interrelaciones, relaciones de amistad, entre otras.

Por su parte, Porter (1990) dice que existen cuatro atributos para la competencia: condiciones de los factores (mano de obra especializada e infraestructura); condiciones de la demanda (sectores afines de apoyo); sectores proveedores competitivos; estrategias, estructura y rivalidad en la empresa.

El concepto de ventaja competitiva trae consigo implicaciones de conjunto en el sentido de que debe enfatizarse el papel que desempeña el entorno, las instituciones y las políticas económicas de una nación. En tales circunstancias el único concepto significativo de la competitividad a nivel nacional es la productividad.

Las estrategias competitivas pueden analizarse mediante conceptos como la productividad y el liderazgo empresarial. Dentro de los indicadores que nos ayudan a entender las están: la estructura de la competencia, localización de los competidores, diferenciación de marcas, factores de competitividad, problemática del sector, proyectos a mediano plazo y toma de decisiones.

#### *Estructura de la competencia, localización y manejo de marcas*

La competencia es un elemento siempre presente en toda actividad productiva. Para el caso de Zapotlanejo, sus principales competidores se localizan al interior del mismo municipio en 63.1% de los casos y tienen la característica de ser pequeñas y medianas empresas<sup>37</sup> en su gran mayoría (cuadro 4.14).

Existen diferentes puntos de vista acerca de lo que los fabricantes entienden sobre la competencia. Por un lado, manifiestan que no toman a nadie como competidor y, por el otro, dicen que cualquier fabricante de la línea de ropa que ellos manejan son competidores. También existe la posición intermedia “siento que no tengo competidores”, “complementan el trabajo mis compañeros”.

Cuadro 4.14  
Localización de los competidores y tamaños de empresa

	Localización		Tamaño de los competidores		
	Absoluto	%*	Absoluto	%	
Zapotlanejo	15	65.3	Pequeña	16	69.7
Guadalajara	4	17.4	Mediana	6	26.1
México	4	17.4	Grande	1	4.4
Moroleón	1	4.4			
China (fayuca)	1	4.4	Total	23	100.0

\*El resultado final, no corresponde a 100% debido a que contestaron dos o más opciones.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

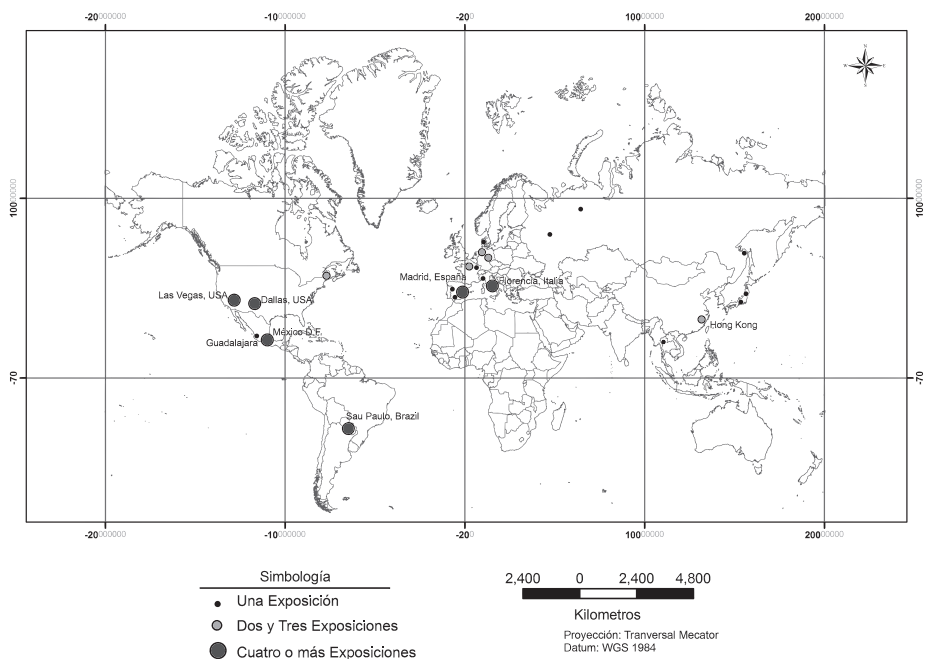
<sup>37</sup> Para los tamaños de empresa se tomó la siguiente clasificación: pequeñas, de 16 a 99 trabajadores, medianas, más de 100 trabajadores y grandes más de 250.

Las marcas que manejan los principales competidores de Zapotlanejo se producen dentro de la localidad; es decir, entre los mismos fabricantes existe una férrea competencia por el mercado regional. Ejemplo de ello es su exhibición y venta en tiendas de fábricas, tianguis y cadenas de autoservicios. Dentro de las marcas de ropa con presencia en el ámbito nacional y que significa competencia a los productores locales están: Cocodrilo, Gacela, y Salsa (cuadro 4.15).

Para mantenerse dentro de la competencia la mayoría (80%) de los fabricantes de ropa de Zapotlanejo acuden regularmente a las ferias internacionales que se realizan en Las Vegas, Los Ángeles, Nueva York, Francia e Italia (mapa 4.4), además, de las que se realizan en el interior de la República Mexicana (Guadalajara, Puebla, Estado de México y Distrito Federal) durante enero, febrero, julio y septiembre, tiempo donde existe menos exigencia en la producción (cuadro 4.16).

La asistencia a las exposiciones les permite observar las tendencias de la moda en la producción nacional e internacional, conservando y adoptando

**Mapa 4.4**  
Exposiciones de ropa a nivel mundial  
y lugares donde asisten los fabricantes de Zapotlanejo, 2003



Fuente: Elaboración propia con base en el cuadro anexo 2 y Encuesta Reestructuración productiva y redes.

Cuadro 4.15  
Marcas de los principales competidores de ropa de Zapotlanejo

ABC	Rey Sior	Joe Marino	NP
NICE	Angelical	One	McM
HONTER	VAGAA	Chelan	Salsa
Cocodrilo	Vicma	Gacela	Maxan
Magia Rosa	Jasaxa	Providencia	TNT
Burbujas Kid	Complice	BIBO	Alejandra
VeVe	Colors	USA MAX	Marin's
Coco-Loco	Alejandra	Galicia	Laboro
Lima-Limón	Chely	Andrea	Baby West
Victoria Collection	BB	D'Monc	Venus

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Cuadro 4.16  
Ferias y exposiciones de moda en el ámbito mundial, 2003

Lugares	Número de eventos	Porcentaje respecto al total de eventos	Fechas
Europa	33	49.2	Enero, febrero, marzo, abril, junio, agosto y septiembre
Valencia, España	1	1.5	
París, Francia	2	2.9	
Colonia Alemana	3	4.5	
Dusseldorf, Ale.	1	1.5	
Copenhague, Din.	1	1.5	
Leipzig, Alemania	1	1.5	
Madrid, España	13	19.4	
Milán, Italia	1	1.5	
Poznan, Polonia	1	1.5	
Oporto, Portugal	1	1.5	
Moscú, Rusia	1	1.5	
Florenia, Italia	1	1.5	
Munich, Alemania	1	1.5	
Bruselas, Bélgica	1	1.5	
Florenia, Italia	4	5.9	
Asia	7	10.4	Enero, abril, mayo y septiembre
Hong Kong	3	4.5	
Tokio, Japón	1	1.5	
Bangkok, Tailandia	1	1.5	

Lugares	Número de eventos	Porcentaje respecto al total de eventos	Fechas
Osaka, Japón	1	1.5	
Shangai, China	1	1.5	
América Latina	3	4.5	Enero, febrero y mayo
Sao Paulo, Brasil	3	4.5	
América del Norte	24	35.8	Enero, febrero, marzo, abril, julio, agosto, septiembre y noviembre
N.Y, EUA	3	4.5	
Dallas, EUA	4	5.9	
Guadalajara, Jal.	6	8.9	
Las Vegas, EUA	8	11.9	
México, D. F.	2	2.9	
Monterrey, N. L.	1	1.5	

Fuente: Anexo 2.

la línea que define las modas de los diferentes lugares. Lo que tratan de imitar son las tendencias y estilos en colores y diseños que pueden ser aceptados por sus clientes<sup>38</sup> de las principales marcas internacionales como: Julio, Zara, Anne Klein, Basel, Gap, Banana Republic, Mango, Donna Karan.

### *Factores de competitividad*

#### *identificados por los fabricantes de ropa de Zapotlanejo*

Fortalecer la competitividad requiere un aprendizaje constante y sistemático por parte del estado, las empresas y los involucrados directamente en la industria del vestido. Las ventajas competitivas de la industria del vestido son múltiples, no se concentran en una sola. Dentro de las primeras ventajas competitivas identificadas por los empresarios de Zapotlanejo en la industria del vestido figuran el precio y la calidad de los insumos (cuadro 4.17).

### *Problemática del sector del vestido en Zapotlanejo*

Los problemas principales de la industria del vestido en Zapotlanejo son la impuntualidad en los pagos de sus clientes, la férrea competencia y la falta de clientes a lo largo de todo el año (cuadro 4.18). Cuando los clientes no pagan a tiempo provocan un retorno de capital muy lento. Los fabricantes no pueden seguir produciendo los

<sup>38</sup> Es conocido que la ropa exhibida en los desfiles de moda no es comercializada en grandes volúmenes y no es agradable a todos los gustos. Pero a los fabricantes les permite tomar conceptos por líneas de productos, expresados por medio de los colores, tipos de telas, tipos de accesorios, y algunas partes del diseño de las prendas.

**Cuadro 4.17**  
Factores de competitividad\* identificados por los empresarios

	Absoluto	%
Precio	16	69.7
Calidad en los insumos	14	60.9
Diseño	9	39.1
Nombre de la marca	6	26.1
Servicio pos-venta	4	17.4
Tiempo de entrega	4	17.4
Variedad en los productos	4	17.4

\*Mencionaron los tres principales factores.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.18**  
Principales problemas detectados por los fabricantes de ropa

	Problemas	Absoluto	%
Problema 1	Clientes no pagan a tiempo	8	34.8
	Férrea competencia	3	13.1
	Falta de créditos	4	17.4
	Falta de insumos	3	13.1
	Otros	5	21.7
	<i>Total</i>	23	100.0
Problema 2	Clientes no pagan a tiempo	4	17.4
	Con empleados*	4	17.4
	Falta de clientes	3	13.1
	Falta de créditos	2	8.7
	Otros	10	43.5
	<i>Total</i>	23	100.0
Problema 3	Clientes no pagan a tiempo	5	21.7
	Falta de clientes	4	17.4
	Con empleados*	3	13.1
	Calidad de productos	2	8.7
	Otros	9	39.1
	<i>Total</i>	23	100.0

\*Se refiere a la pérdida de mercancía, aún no saben por donde está la fuga: si por empleados desleales o por "clientes" que se dedican a sustraer mercancía sin pagarla.

Nota: Mencionaron los tres problemas más comunes.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

mismos volúmenes de prendas debido a que cuentan con un capital muy reducido y no tienen dinero suficiente para hacer sus pagos. El fabricante tiene que recurrir a los proveedores de insumos (principalmente de telas) para que lo financie por medio de créditos mayores a 90 días. Esa es la única forma de seguir funcionando.

En la industria del vestido los clientes tienen plazos que van desde 30 hasta 90 días para el pago. El fabricante tiene que buscar apoyos externos de financiamiento para seguir operando; es ahí que recurren a otras entradas de dinero como las que genera la actividad agropecuaria, mediante la venta de ganado y productos derivados del mismo, así como la venta de tierras de cultivo que se incorporan a la mancha urbana. Así mismo los créditos de los proveedores de hilos, cierres, maquinaria y telas, específicamente estos últimos, ya que es uno de los insumos de mayor costo.

La problemática actual de los fabricantes de Zapotlanejo con relación a los clientes que no pagan a tiempo se observa también a nivel nacional como uno de los cuatro problemas principales (cuadro 4.19). En el ámbito nacional se subraya al desconocimiento del mercado, la competencia y la rentabilidad dentro de los principales obstáculos para el buen funcionamiento de las pequeñas empresas. Dicha problemática ha podido ser subsanada por los empresarios locales, excepto la competencia, que siempre va a existir. De una cosa sí se puede estar seguro, y es el hecho que los fabricantes de ropa zapotlanejenses han efectuado un proceso local de aprendizaje de apropiación y desarrollo).

### *Proyectos a mediano plazo*

La mayoría de los fabricantes de ropa en Zapotlanejo tienen proyectos a mediano plazo<sup>39</sup> dentro de la producción de prendas de vestir (cuadro 4.20). En cambio, los que manifestaron lo contrario es porque tienen pensado cerrar su fábrica para dedicarse a otras actividades como el comercio o los servicios, pero que están indirectamente relacionadas con la comercialización de ropa como sería la creación de hoteles y restaurantes para abastecer la demanda de servicios generados por la gente que acude al lugar a comprar mercancía.

Los proyectos que tienen pensado realizar los entrevistados se enfocan principalmente al desarrollo de la infraestructura física (ampliación de la planta), con el fin de introducir maquinaria especializada. En los casos en los que pretenden desarrollar proyectos a mediano plazo, 42% piensa ampliar su capacidad instalada y 21% va a

---

<sup>39</sup> Los proyectos a mediano plazo son aquellos que se piensan realizar entre los dos y cinco años siguientes. No se les preguntó por el corto plazo porque está relacionado con proyectos que se piensan realizar inmediatamente. Y definitivamente no se les preguntó por los proyectos a largo plazo porque como diría Keynes en ese tiempo todos estaríamos muertos.

introducir productos complementarios a los que elabora (por ejemplo, si se especializa en blusas para niña, dedicarse a la línea de productos infantiles, como vestidos, pantalones, entre otros), es decir, piensan desarrollar líneas completas de productos.

**Cuadro 4.19**  
Principales problemas para el funcionamiento de las Pymes, 1998

Problemas	% del total	Problemas	% del total
Desconocimiento del mercado	39.10	Financiamiento	3.80
Competencia	25.50	Falta de maquinaria y equipo	1.70
Rentabilidad	17.30	Otros	8.40
Retraso en el pago de los clientes	4.20	Total	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI. *Encuesta nacional de micronegocios, 1998.*

**Cuadro 4.20**  
Proyectos a mediano plazo

Proyectos a mediano plazo (a realizarse en los 2 y 5 años siguientes)	Absoluto	%
Sí	15	65.2
No	8	34.8
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.21**  
Tipo de proyectos a mediano plazo

Proyectos a mediano plazo	Absoluto	%
Ampliar la capacidad instalada	10	43.5
Introducir nuevos productos	5	21.7
Aliarse con otros productores nacionales	2	8.7
Vender a empresas grandes (Coppel, Sears y Suburbia)	1	4.4
Cerrar parcialmente	1	4.4
Aliarse con extranjeros	1	4.4
Otros	3	13.1
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Además, tratar de exportar mediante la creación de alianzas con otros productores nacionales o extranjeros (uno buscará asociarse con un distribuidor de telas de nacionalidad china y de esa forma sostenerse dentro del mercado) y establecer acuerdos de ventas con empresas comercializadoras nacionales (cuadro 4.21), como Coppel,<sup>40</sup> Sears, Ley<sup>41</sup> y Suburbia.

Las empresas establecen estrategias de cooperación como una forma de supervivencia ante el mercado fluctuante, más que una acción estructural y formal de una red racionalmente organizada. Las estrategias son acciones informales que surgen a partir de los fabricantes de ropa y encuentran su sustento en las relaciones familiares. Ejemplo de ello, se puede observar en lo siguiente: “Cuando se acercan los cambios de temporada y se envían los pedidos, el fabricante tiene otros hermanos que también se dedican a la misma actividad y entre todos se apoyan para completar el envío y nunca han quedado mal”.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Coppel cuenta actualmente con 143 tiendas que operan en 21 estados y 61 ciudades del país, y en su oferta de productos se incluyen prendas de vestir, calzado, perfmería, blancos, electrodomésticos, electrónica, camas, línea blanca, muebles, joyería, relojes, llantas y acumuladores. En Jalisco se encuentran diez tiendas de esta cadena comercial, de las cuales, seis se ubican en la zona metropolitana de Guadalajara, y el resto, en las ciudades de La Barca, Lagos de Moreno, Puerto Vallarta y Ameca.

El crédito es la principal forma de adquirir los productos. Para el caso de la ropa, el crédito es ilimitado; se debe cubrir un anticipo que oscila entre 10 y 20%, dependiendo del monto. El plazo de pago, en menudeo es a cinco meses. Los requisitos para el otorgamiento de créditos son fáciles de cubrir: llenar la solicitud, copia de credencial de elector, comprobante de domicilio, dos referencias personales. El trámite dura de 8 a 10 días. Una vez concluido, se otorga una credencial con crédito ilimitado (encargada del área de clientes nuevos, tienda Coppel, ubicada en 16 de Septiembre, ZMG, 22 de marzo de 2002).

<sup>41</sup> Esta cadena de tiendas de autoservicios, maneja la comercialización de ropa, línea electrónica, regalos, juguetes, productos alimenticios (frutas, verduras, carnes), abarrotes. Está dirigida a un mercado de clase media baja. Sus principales competidores son: Comercial Mexicana, Gigante y Centro Comercial Californiano. La forma de comercialización es al contado, con precios accesibles y ofertas. Existen más de cien tiendas Ley, ubicadas en las ciudades principales de la zona pacífico (Sonora, Sinaloa, Baja California Norte, Baja California Sur, Nayarit). Actualmente, existe una ubicada en la ciudad de La Barca, Jalisco. La matriz se encuentra en Culiacán, Sinaloa (Guadalupe Jiménez, encargada de recursos humanos, tienda Ley, sucursal Mazatlán, Sinaloa, 24 de noviembre de 2001).

<sup>42</sup> Entrevista con la señora Ramona Verdugo Larrinaga, gerente de compras del Centro Comercial Californiano. La Paz, Baja California Sur, 30 de octubre de 2001.

### *Toma de decisiones*

El propietario junto con el gerente son quienes deciden la forma de operar la empresa. En el trabajo de campo, se encontró una marcada diferenciación por géneros en la posición del puesto directivo que desempeñan, 89.4% de los propietarios son hombres y sólo 10.5% mujeres.

Se pudieron distinguir dos funciones específicas entre el propietario y el gerente: el primero decide en todos los aspectos y el gerente se enfoca a la cuestión técnica como la selección de tecnología y la compra de bienes de capital (cuadro 4.22).

Aunque no está claramente diferenciada la función de los puestos de trabajo entre propietario, gerente y encargado, las relaciones consanguíneas, políticas y de amistad marcan las diferencias. En la mayoría de los casos el gerente tiene relación de parentesco consanguíneo o político con el dueño del negocio, en cambio, el encargado suele ser un empleado al que le tiene mucha confianza, debido a los lazos de comunicación con su familia y no necesariamente existe una relación de parentesco con el dueño. El encargado no tiene poder de decisión, su función es estar al tanto de las necesidades de la fábrica y mantener informado al dueño o al gerente, según se dé el caso.

Las mujeres como esposas de los dueños de las fábricas, asumen un papel activo y de participación dentro de la toma de decisiones. En 17.4% (cuatro casos), la esposa influye de manera importante en aspectos relacionados con el diseño y la compra de telas específicas, pero está supeditada a las decisiones del esposo.

Cuadro 4.22  
Toma de decisiones al interior de la fábrica

Tipo de decisiones	Gerentes		Propietario	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Selección de tecnología	9	39.1	10	43.5
Compra de bienes de capital	7	30.4	10	43.5
Selección de proveedores internacionales	4	17.4	5	21.7
Selección de proveedores nacionales	5	21.7	9	39.1
Compra de insumos	6	26.1	7	30.4
Comercialización de la producción	6	26.1	9	39.1

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Acciones empresariales emprendidas por los fabricantes de ropa*

#### *Ubicación de proveedores*

Debido al dinamismo económico impulsado por la ropa, los proveedores de insumos y maquinaria, han optado cada vez más, por ubicarse en la cabecera municipal (cuadro 4.23). Los proveedores de telas se ubican principalmente en Zapotlanejo,

Guadalajara, ciudad de México, Puebla, Corea y Los Ángeles. La maquinaria ha sido adquirida principalmente en la ciudad de México y Guadalajara, vía importación de países como Canadá, Japón, Estados Unidos y Alemania, donde es fabricada.

Precio y calidad son los factores claves para elegir proveedores para el abastecimiento de materias primas y maquinaria (cuadro 4.24).

**Cuadro 4.23**  
Localización de proveedores\*

	Municipio		Resto del país		Extranjero	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Materias primas	19	82.9	20	87.3	5	21.7
Maquinaria	4	17.4	10	43.5	4	17.4

\*Los encuestados contestaban más de una opción.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.24**  
Asuntos con los proveedores\*

	Disponibilidad		Precio		Calidad	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Materias primas	5	21.7	12	52.2	11	47.8
Maquinaria	2	8.7	8	34.8	5	21.7
Otros	16	69.7	3	13.1	7	30.4
Total	23	100.0	23	100.0	23	100.0

\*Los encuestados contestaban más de una opción.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Zapotlanejo está configurando su propia región a partir del intercambio tecnológico de maquinaria, créditos y la proveeduría de servicios como son la asistencia técnica, diseños de productos, estrategias de mercado, publicidad y asesorías contables. Existe un intercambio de flujos de información entre Zapotlanejo y las diversas localidades con las que mantiene relaciones.

Los proveedores de servicios de los fabricantes de ropa de Zapotlanejo se localizan principalmente en la zona metropolitana de Guadalajara. Se crea una complementariedad mediante movimientos pendulares (idas y vueltas), de tal forma que se aprovechan las economías de aglomeración y de escala de uno y otro espacio. Se pudo observar que la asistencia técnica es uno de los servicios con mayor demanda en la localidad, últimamente empiezan a ubicarse establecimientos dedicados a satisfacerlo y compiten abiertamente con la metrópoli de Guadalajara (cuadro 4.25).

A los empresarios se les preguntó acerca del manejo de software para el control de inventarios y mercancías. Aunque solamente cuatro de las fábricas tenían computadoras, sólo en un caso era utilizada, los demás lo habían comprado pero no sabían como usarlo.

Cuadro 4.25  
Localización de los proveedores de servicios (%)

Servicio	Zapotlanejo	Guadalajara	Total
Asistencia técnica	47.8	52.2	100.0
Diseño de producto	39.1	60.9	100.0
Contabilidad	34.8	65.2	100.0
Estrategia de mercado	17.4	82.6	100.0
Publicidad	17.4	82.6	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Relación con los proveedores*

La construcción de la relación con los proveedores no ha sido un camino fácil de recorrer. Cuando el fabricante encuentra un proveedor adecuado a sus necesidades es difícil que lo cambie. La relación proveedor-fabricante adquiere formas que van más allá del aspecto económico, llegan a constituirse fuertes lazos de amistad, originados a partir de un elemento articulador, en este caso, la ropa.

La falta de competitividad en los precios, así como el deficiente control de calidad y el incumplimiento en los tiempos de entrega, son los principales problemas que prevén los fabricantes al momento de querer incrementar el número de proveedores nacionales (cuadro 4.26).

Cuadro 4.26  
Problemas para incrementar el número de proveedores nacionales

Tipo de obstáculos	Absoluto	%
Falta de competitividad en los precios	7	30.4
Deficiente control de calidad	6	26.1
Incumplimiento en los tiempos de entrega	4	17.4
Falta de proveedores locales	3	13.1
Falta de tecnología adecuada para insumos	2	8.7
Otros	1	4.4
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Alianzas con los proveedores*

La promoción en la formación de redes empresariales como forma de desarrollar las organizaciones productivas, es parte de una política promovida por la administración pública, mediante los programas de encadenamientos productivos, empresas integradoras, desarrollo de proveedores, entre otros. En diversos ámbitos tanto local como nacional existen un sinnúmero de programas que hasta la fecha no han tenido los resultados esperados. Diversas son las razones que se plantean al respecto, entre las que destacan: la cultura empresarial al no-asociacionismo, el manejo de programas muy generales, sin especificar sectores y estratos, poca difusión, excesivos trámites administrativos.

Los resultados arrojados en el trabajo de campo muestran que los contratos firmados entre los empresarios y proveedores no son la forma principal de relacionarse (cuadro 4.27). Solamente se detectaron tres casos donde existen contratos firmados que van de uno a tres años, en el resto, los términos de la relación y los objetivos están fincados en aspectos de tipo informal vinculado a las relaciones de parentesco y amistad.

Cuadro 4.27  
Alianzas y contratos firmados con los proveedores

	Tiene alianzas con sus proveedores		Tiene contratos firmados con los proveedores	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Sí	3	13.1	2	8.7
No	15	65.2	19	82.6
No contestó	5	21.3	2	8.7
Total	23	100.0	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

La informalidad de las relaciones está fincada en relaciones de amistad y familiares, lo cual explica la falta de convencionalismos dentro de las relaciones con los proveedores. La tendencia es a no formar alianzas ni asociarse formalmente; los fabricantes temen firmar contratos porque piensan que el socio va a interferir en las decisiones del negocio. Por otro lado, existen relaciones afectivas formadas mediante el trato continuo que permite a ciertos grupos realizar acuerdos a través de los cuales articulan las relaciones dentro de un sector. Por ejemplo, la rapidez en los tiempos de entrega, la exclusividad de tipo y colores de tela, la calidad y hasta consideraciones de tipo perceptivo, basadas en la subjetividad, expresadas en los siguientes comentarios: “si hay química” le compro y si, “éste me da mala espina” no le compro.

### *Proveedores nacionales*

De acuerdo con la percepción de los empresarios entrevistados son necesarios tres elementos para poder competir y mantenerse en el mercado: competitividad, diferenciación y calidad, debido a ello son estrictos al momento de escoger a sus proveedores.

Las razones por las cuales no buscan incrementar el número de proveedores de insumos nacionales son debido a que en la mayoría de los casos incumplen los tiempos de entrega, y al deficiente control de calidad de la mercancía. Existen además otras consideraciones: falta de competitividad en los precios, falta de tecnología adecuada para los insumos, falta de créditos y hasta “flojera” de andar buscando nuevos proveedores.

Desde el punto de vista de los fabricantes la manera de escoger proveedores está en función de siete elementos: calidad; precio; variedad; accesibilidad a la hora del cobro; recomendaciones de algún familiar o conocido; necesidad del producto; y valores subjetivos como la forma de entablar el trato. Los fabricantes no siempre se basan en consideraciones objetivas.

Los fabricantes de Zapotlanejo argumentan que se han presentado cambios en los mecanismos seguidos en los últimos años con sus proveedores (cuadro 4.28) mediante el establecimiento de convenios de forma verbal, para acceder a:

- a) Mayores plazos en los pagos de créditos
- b) Mejoras en la calidad de la materia prima y tiempos de entrega justo a tiempo.
- c) El crecimiento del negocio ha obedecido a que el proveedor de telas les proporciona créditos amplios, sin restricciones y con exclusividad.

**Cuadro 4.28**  
**Cambios en los mecanismos seguidos por los proveedores**

	Absoluto	%
Sí	16	69.5
No	7	30.4
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Al igual que sucede en Zapotlanejo, en el ámbito nacional los proveedores se han convertido en las principales fuentes de financiamiento (cuadro 4.29), situación que cada día se generaliza en los diferentes sectores productivos, debido en gran medida a la contracción del mercado crediticio, el exceso de trámites, la inestabilidad del mercado financiero y las elevadas tasas de interés.

Cuadro 4.29  
Participación de las fuentes de financiamiento de las Pymes, 2000-2001

Fuentes de financiamiento empresarial	2000	2001*
Proveedores	48.00	53.20
Banca comercial	24.30	20.40
Otras empresas del corporativo	13.00	13.80
Bancos extranjeros	7.80	5.20
Oficina matriz	3.80	3.00
Banca del desarrollo	1.70	2.50
Otros pasivos	1.40	1.90
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

\* La información corresponde al tercer bimestre de 2001.

Fuente: Banco de México. *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio, 2002.*

El trato continuo y los mecanismos en los que se establecen las negociaciones a lo largo del tiempo han permitido establecer y estrechar las relaciones de amistad y compadrazgo entre gente ajena a la comunidad. Esto a pesar de las características tan complejas que presentan los fabricantes de Zapotlanejo: ambiente productivo de alta incertidumbre (proliferación del trabajo informal; pirateo de marcas; nula presencia de contratos laborales; nulas relaciones sindicales; relaciones de cooperación-competencia) y la presencia de un exacerbado regionalismo. Es difícil que una persona de fuera pueda ganarse su confianza.<sup>43</sup> Esto último en parte puede ser explicado por ser una comunidad industrial de reciente creación (20 años aproximadamente) que las hace estar temerosas de todo lo externo.<sup>44</sup>

La comunicación es un elemento vital para el desarrollo de nuevos procesos y productos, más aún, cuando se hace entre quienes conocen muy bien su ámbito de acción, en este caso, proveedores y fabricantes. Estos últimos, se enfocan a compar-

<sup>43</sup> A diferencia de otras comunidades como es el caso de los productores de equipales de Zacoalco. Existe un grupo de 50 productores de equipales, quienes solicitaron a la Universidad de Guadalajara los auxilie, ya que se están quedando sin materia prima (palo de rosa) cada vez, traen de zonas más alejadas. En los talleres organizados por la Universidad exponen cuales son sus problemas principales y se observa que son personas muy abiertas y participativas.

<sup>44</sup> En estos momentos que estoy escribiendo estas líneas me comuniqué con uno de los fabricantes de Zapotlanejo y me comentaba que no iba a trabajar durante tres días (21-24 de mayo de 2004) porque estaban inspectores de Aduana en Zapotlanejo revisando que no hubiera mercancía importada ilegal.

tir experiencias principalmente en cuanto al control de calidad y el uso de normas ISO 9000 (cuadro 4.30). Uno de los fabricantes de pantalón piensa calificar a este proceso dentro de dos años; para ello, está recibiendo asesorías en la introducción de tecnología para la fabricación de ropa y capacitación del personal por parte de la Cámara de la Industria del Vestido de Jalisco y de un amigo que tiene una empresa. Quiere hacer la certificación porque su meta es exportar la producción hacia otros mercados como Estados Unidos y Centroamérica.

**Cuadro 4.30**  
**Comparte información con proveedores**

	Sí		No	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Control de calidad	14	60.9	9	39.1
Normas ISO 9000	4	17.4	19	82.9
Acceso a nuevos mercados	4	17.4	19	82.9
Capacitación	2	8.7	21	91.7

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Comportamiento y estructura de proveedores*

Los proveedores son un elemento importante dentro del sistema productivo de ropa en Zapotlanejo. Se caracterizan porque además de ser abastecedores de materias primas, financian la producción mediante el otorgamiento de créditos *en especie*, es decir, mercancías con plazos y condiciones accesibles; también promueven las tendencias de la moda en el ámbito mundial por medio del diseño y colores de telas y accesorios.

Los proveedores de materias primas, como hilos, cierres, botones, encajes, cuellos, se localizan dentro del municipio (90%). Para el abasto de telas existen al interior de la localidad, distribuidores directos de fabricantes coreanos y chinos. La mayoría de los proveedores proceden principalmente de la ciudad de México, Puebla y de Los Ángeles, California. La maquinaria especializada en la costura es adquirida principalmente (80%) en las ciudades de Guadalajara, México y Los Ángeles, California.

En México, se vislumbra un problema de tipo tecnológico y productivo ya que las telas utilizadas para la confección de prendas de moda no son fabricadas dentro de la República. Más de 90% de las telas utilizadas en Zapotlanejo son de Corea y Estados Unidos, y llegan por medio de distribuidores directos asentados en la localidad, así como de comerciantes judíos que trabajan en la ciudad de México e importan telas. La mezclilla y los algodones de fabricación nacional se adquieren en el Distrito Federal.

### *Localización de los clientes*

En Zapotlanejo existe un sistema de comercialización creado a partir de la ropa. La forma de comercialización se caracteriza por la proliferación de pequeños negocios adaptados como centros de venta que funcionan de dos formas: a) comercios independientes, es decir, no tienen ninguna relación con el fabricante, son más bien tiendas que compran y venden la mercancía, y b) tiendas de fábrica que son creadas por los propios fabricantes con el fin de evitar el intermediarismo. También se da el caso de clientes que acuden directamente a las fábricas a comprar, situación que aplica únicamente para clientes que compran grandes volúmenes de ropa. La mayoría de los fabricantes cuentan con una cartera de clientes<sup>45</sup> que registra desde un solo cliente hasta más de 250 (cuadro 4.31).

El destino final de la ropa comercializado en Zapotlanejo permite asegurar que la localidad se está convirtiendo en un importante centro productor y comercializador hacia la región norte y noroeste del país (cuadro 4.32).

A partir de los clientes de ropa de Zapotlanejo, se crean dos áreas de mercado en el país, delimitadas territorialmente (mapa 4.5). Este patrón de ubicación muestra que Zapotlanejo no se limita al abastecimiento de los mercados locales, sino que constituye una parte importante de la oferta de ropa de mercados extralocales. Resalta su presencia en los puntos geográficos alejados del territorio nacional como Ensenada, B.C., La Paz, B.C.S., Mérida, Yucatán y Reynosa, Tamaulipas.

Sería interesante medir la importancia que representa la ropa llevada de Zapotlanejo a cada una de las localidades que conforman sus áreas de mercado. Esto con el fin de analizar si estamos ante el surgimiento de nuevas formas de regiones, hablaríamos de las regiones virtuales, concepto acuñado recientemente por Boisier (1994) y que ha sido analizado también por Arias (1997). El concepto rompe con una característica común dada a todas las otras definiciones de regiones anteriores, su continuidad territorial. La región virtual que irá, sin duda, ganando protagonismo a medida que se vayan tejiendo redes de colaboración interregionales en múltiples terrenos (con los proveedores y consumidores de insumos y servicios desde y hacia Zapotlanejo).

### *Cambios en la relación con los clientes*

Aunque la mayoría de las fábricas encuestadas consideran que no han enfrentado cambios en su relación con los clientes, una de cada cuatro (39.1%) de las

---

<sup>45</sup> Los fabricantes de ropa consideran dentro su cartera de clientes a las personas que adquieren grandes cantidades de ropa de forma periódica. La ventaja de estar catalogado dentro de la cartera de clientes es que el comprador puede solicitar crédito para el pago de la mercancía y el fabricante está en contacto para presentarle los avances de productos nuevos.

**Cuadro 4.31**  
Número de clientes por tamaño de estratos

Cartera de clientes	Número de fábricas	
	Absoluto	%
De 1 a 15 clientes	6	26.1
De 16 a 100 clientes	12	52.2
De 101 a 250 clientes	3	13.1
De más de 250 clientes	1	4.4
No contestó	1	4.4
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

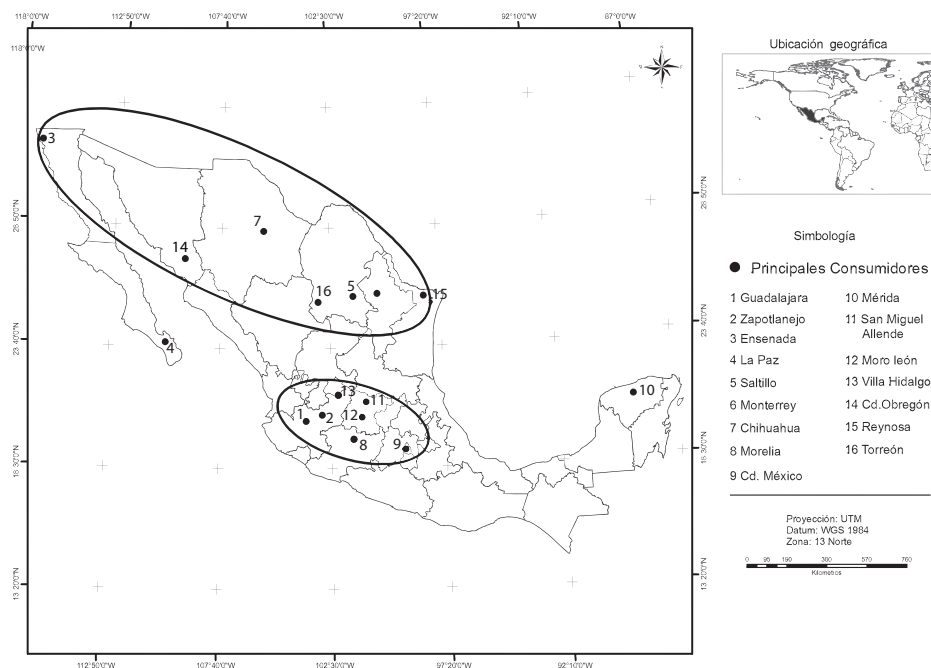
**Cuadro 4.32**  
Ubicación de los principales clientes

		Absoluto	%
Municipal	Zapotlanejo	12	52.2
Estatad	Guadalajara	6	26.1
	Villa Hidalgo	9	39.1
Nacional	Norte		
	Saltillo, Coah.	1	4.4
	Torreón, Coah.	1	4.4
	Monterrey, NL	1	4.4
	Chihuahua, Chih.	3	13.1
	Reynosa, Tamaulipas	1	4.4
	Pacífico-Norte		
	Ensenada, BC	2	8.7
	La Paz, BCS	3	13.1
	Ciudad Obregón, Son.	2	8.7
	Centro		
	Moroleón	3	13.1
	Michoacán	1	4.4
	México	3	13.1
	San Miguel Allende	1	4.4
Sureste			
Mérida, Yuc.	2	8.7	

Nota: Se les pidió que mencionaran sus tres clientes principales.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Mapa 4.5  
Consumidores principales de ropa de Zapotlanejo



Fuente: Elaborado con base en el cuadro 4.32.

fábricas, es decir, nueve manifiestan que sí han visto cambiar su relación con los clientes (cuadro 4.33); expresan que el principal motivo que origina dichos cambios es incentivado por la impuntualidad de los pagos que tienen que realizar los clientes con el fabricante.

Cuadro 4.33  
Cambios en la relación cliente-fabricante

	Absoluto	%
Sí	9	39.1
No	10	43.5
No contestó	4	17.4
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

Día con día se están desarrollando nuevas formas de comercialización de ropa en Zapotlanejo. La información recabada permite diferenciar dos: las establecidas por contacto indirecto y las de contacto directo. En las primeras, la relación es impersonal, el canal de comunicación se articula mediante el teléfono, fax, internet y catálogos. Para las segundas, interviene la relación cara-cara y se realiza a través de la venta en tiendas de fábrica, plazas comerciales, tianguis, exposiciones en ferias, agentes vendedores de la empresa, los llamados “camioneteros”<sup>46</sup> y “los bolseros”.<sup>47</sup> A pesar de la gama de canales de distribución, los clientes más importantes pertenecen a empresas independientes (cuadro 4.34).

Cuadro 4.34  
Relación con el cliente más importante

	Absoluto	%
Pertenece a la empresa	1	4.4
Empresa independiente	14	60.9
No contestó	8	34.8
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

<sup>46</sup> Se identifica a los camioneteros, como aquellas personas dedicadas a vender ropa, mediante el recorrido en carros por las rancherías. Por lo regular venden al medio mayoreo y mayoreo en las tiendas locales; al contado. Actualmente, esta práctica ya no es común, ha sido suplida por las empresas de paquetería. En 1985 existían diez camioneteros, hoy día, no se encontró evidencia de ninguno.

El argumento principal, de su virtual desaparición es debido a la inseguridad en los traslados. Las empresas de paquetería ofrecen seguros por robos o percances durante la transportación de la mercancía y al hacerlo por grandes volúmenes se disminuye considerablemente el costo del flete, por lo tanto, la prenda llega a un precio menor al destino que si la llevara un camionetero, asumiendo todos los riesgos y costos.

<sup>47</sup> Por lo regular son mujeres provenientes de diversas partes de la República Mexicana (norte y occidente) que adquieren prendas y luego venden en sus lugares de origen mediante abonos, es decir, en pagos, semanales o quincenales, dependiendo de la forma en que el comprador reciba su salario. Por lo regular, los trabajadores de la industria de la construcción (albañiles, plomeros, electricistas), reciben su pago o “raya” semanalmente, a diferencia de los burócratas, que cada quince días reciben su sueldo.

### *Acuerdos y alianzas de clientes*

La formalidad permite que los acuerdos y alianzas, mantengan un canal regular pero no la permanencia de los niveles de producción. En los últimos años se han presentado cambios en la relación fabricante-cliente; el 39.5 por ciento de los encuestados así lo manifestó. Las modificaciones se han visto reflejadas en la ampliación de pagos, que antes eran cada 30 días, actualmente son 90 días. En los volúmenes de compra se han presentado cambios también, por ejemplo, el caso de un cliente que tenía contrato firmado. Le compraba hasta 50% de la producción total de un fabricante en los años de 1999, 2000 y 2001; para el año 2002 disminuyó considerablemente su pedido, solamente adquirió 20% de lo que comúnmente compraba, perjudicando considerablemente a la empresa que no tenía una cartera amplia de clientes. Se había avocado a satisfacer la demanda de su cliente principal.

Las fluctuaciones del mercado inhiben el desarrollo de la industria del vestido debido a la variabilidad de los volúmenes de ventas. Durante las entrevistas solamente tres personas manifestaron tener acuerdos firmados con sus clientes principales. Esto les han traído consecuencias tanto positivas (seguridad en los tiempos de pago, volúmenes reducidos en la devolución de mercancía, compra de todo el lote de algún producto en específico) como negativas (no existe certeza en los volúmenes de compra del siguiente ciclo, la producción se enfoca a los requerimientos del cliente principal y tiene dificultades al momento de tratar de innovar con la mercancía).

### *Relaciones empresariales establecidas por los fabricantes de ropa*

Las empresas al cooperar constituyen un sistema de relación interno y externo indispensable para establecer un sistema de información. El redescubrimiento de las diversas formas de interrelación, basadas en procesos endógenos influidos por las estructuras sociales, culturales e institucionales abrieron una oportunidad a los esquemas asociativos de empresas y a la consolidación de sistemas eficientes de relaciones productivas (Palomino y González, 1996: 95).

La empresa red implica una transformación en la coordinación de las transacciones ínter firma, cuyos efectos modifican las relaciones de subcontratación. La concentración de los convenios contractuales entre la empresa principal y el grupo de proveedores especializados se ha transformado en una relación más estable y continua. Los acuerdos se modifican según la complejidad de los componentes solicitados, la calidad y la evaluación de los resultados alcanzados por el proveedor.

Las nuevas exigencias en la elección de las empresas proveedoras en Zapotlanejo se da con base en la capacidad de responder a las normas de calidad impuestas



“En el desarrollo económico, una industria localizada gana una gran ventaja por el hecho que ofrece un constante mercado para el empleo calificado” (Marshall, 1920, IV, X: 9)

por el contratista, la aptitud para la entrega justo a tiempo de las cantidades solicitadas, capacidad de participar en el desarrollo tecnológico, competitividad. Esto se puede expresar mediante las relaciones comerciales y de producción, así como el destino de la misma, como lo veremos a continuación.

### *Relaciones comerciales y de producción*

La capacidad de formar redes empresariales es una manifestación individual que se constituye de forma colectiva dentro del desarrollo del proceso productivo en un territorio determinado. El lugar geográfico es un elemento importante para el desarrollo de las actividades productivas. Se encuentra influenciado por la historia productiva del sector. Por ello, la historia y las características políticas, geográficas y culturales son fundamentales para entender la lógica productiva y de mercado como lo mencionan Alba y Kruijt (1988); Coraggio (1996), Méndez y Caravaca (1999), y Becattini (1994).

La lógica en que funcionan las empresas dentro del territorio es a partir de ir construyendo sus redes empresariales y sociales ya sea de forma explícitas, se refieren a cuestiones de tipo formal, donde hay contratos firmados, o implícitas, éstas se manifiestan por medio de relaciones familiares, amigos, compadres y compañeros. La mayoría de los fabricantes está consciente de la necesidad de entablar relaciones comerciales, solamente 13.1% (3) ha establecido acuerdos (cuadro 4.35).

Aunque existe una resistencia a entablar relaciones comerciales y de producción, se observan relaciones de cooperación entre los fabricantes principalmente durante los momentos de mayor carga de trabajo, ya sea subcontratando a otros productores, asociándose para producir, comprar y vender en conjunto (cuadro 4.36).

Los acuerdos pactados entre las fábricas y sus clientes se caracterizan por ser “verbales”, ya que son “puros amigos”. Solamente en los casos de las grandes ca-

**Cuadro 4.35**  
Relaciones comerciales o de producción con otras empresas

Existencia de relaciones comerciales	Absoluto	%
Sí	3	13.1
No	20	87.3
Total	23	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.36**  
Tipo de relaciones comerciales o de producción con otras empresas

Tipo de relación	Absoluto*	%
Subcontratación con otras empresas	2	8.7
Asociación de producción	1	4.4
Asociación para compras y ventas en conjunto	2	4.4
Ventas directas de nuevos clientes	1	4.4
Ventas a través de distribuidores	2	8.7

\*Los encuestados han entablado diferentes tipos de asociaciones con otras empresas.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

denas comercializadoras como Coppel y Ley se firman contratos, pero después, no es muy conveniente, porque no son regulares a la hora de hacer los pedidos, ya que les pueden solicitar 100% de la producción y no regresar nada, a pedir sólo 20% y el empresario ya tenía otros planes de expansión.

Dentro de las ventajas que representan los acuerdos firmados figuran la seguridad del pago, la confianza, la no devolución de mercancía, exclusividad de la marca; es decir, no pueden comprarle a otra persona, y eso da seguridad al fabricante y para ello, se firma un contrato legal.

En más de la mitad de los casos la iniciativa para formalizar los acuerdos surgió del empresario y en la otra de los clientes (cuadro 4.37). Los acuerdos les han permitido incrementar la clientela y mejorar su posición en el mercado. También ha propiciado que se dé algún tipo de adaptación o cambio a la mercancía producida como consecuencia de los acuerdos establecidos con otras empresas. Específicamente en calidad y tallas. El comprador establece sus especificaciones del estilo de ropa que desea.

En el patronaje<sup>48</sup> existen diferentes medidas antropomórficas de la población,

<sup>48</sup> El patronaje son los modelos que se usan de diferentes tallas para cortar las piezas que servirán en la fabricación de ropa, los hay en todas tallas.

evidencia de ello, lo constituyen la gente del norte del país y el sur. Las primeras presentan mayores niveles de estatura y peso. En estos casos, se tienen que adaptar los moldes a las características de la clientela. Los fabricantes hacen viajes frecuentes hacia el lugar donde se ubica su cliente principal<sup>49</sup> con el fin de observar el tipo de ropa que acostumbra la gente, su cultura, colores y diseños.

A pesar de que en la mayoría de los casos los acuerdos pactados les han permitido incrementar los clientes todavía no consideran como una práctica buena el formalizar todas sus relaciones productivas (cuadro 4.38).

**Cuadro 4.37**  
**Surgimiento de iniciativas**  
**para formalizar los acuerdos de colaboración**

Surgimiento de iniciativas	Absoluto*	%
Del empresario	3	60.0
Del cliente	2	40.0
Total	5	100.0

\*Los encuestados han entablado diferentes tipos de asociaciones con otras empresas.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

**Cuadro 4.38**  
**Los acuerdos pactados le han permitido**

Beneficios a partir de los acuerdos	Absoluto	%
Incrementar los clientes	2	66.6
Mantener los clientes	1	33.4
Total	3	100.0

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

### *Destino de la producción de ropa de Zapotlanejo*

El destino principal de la producción de ropa de Zapotlanejo se enfoca hacia las ventas por medio de tiendas de fábrica (directamente al público) (cuadro 4.39), situación que en parte, es explicada, debido al tamaño de las fábricas que se ven imposibilitadas a cumplir con grandes volúmenes de producción, que rebasan su capacidad instalada. Existe el temor y desconfianza de los fabricantes por no cumplir con los volúmenes requeridos por los grandes comercializadores. Por ejemplo: uno de los fabricantes se le presentó una oferta de un estadounidense, quien buscaba a alguien para que le maquilara ropa. No se logró hacer el trato debido a las grandes cantida-

<sup>49</sup> Se tiene evidencia a partir del trabajo de campo.

**Cuadro 4.39**  
Principales tipos de comercios donde llega la producción de ropa

Principales tipos de comercios	Absoluto	%
Grandes cadenas de México	6	26.1
Cadenas minoristas	9	39.1
Directamente al público (tienda de fábrica)	11	47.8
Minoristas (venden por su cuenta)	9	39.1
Otros (importadora comercial grande)	3	13.1

Nota: El resultado no es 100%, debido a que tenían más de un destino principal de producción.

Fuente: Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002.

des de prendas que requería y no se animó a decirles a otros fabricantes, “porque a lo mejor le quedaban mal”<sup>50</sup> con el pedido al no cumplir con los tiempos establecidos.

### *Apoyos institucionales y su impacto en la industria del vestido de Zapotlanejo*

Cuando se habla de la dimensión institucional se refiere a los acuerdos y estrategias de apoyos que presentan los niveles de gobiernos y organismos privados con el fin de incentivar el desarrollo de cierta actividad económica o área geográfica. El indicador con mayor pertinencia lo constituyen los programas de apoyo (acceso a créditos) y el surgimiento de asociaciones.

#### *Acceso a créditos dentro del sistema bancario*

Las políticas gubernamentales implementadas en México que han sido enfocadas al desarrollo de programas industriales no han tenido los resultados esperados, a diferencia de otros países, por ejemplo del Sudeste Asiático, Estados Unidos e Italia.

Siempre se ha tratado de “copiar” los programas e implantarlos a la realidad mexicana pero no se toman en cuenta la historia y características de los empresarios en las diferentes regiones en México. Dicha práctica se constituye como el principal error; existe una falta de coordinación entre los programas de apoyo y los mecanismos y necesidades del sector, así como en las formas de implementarlos.

De los 23 empresarios entrevistados 87.3% (20) contestó que no han recibido apoyos gubernamentales a diferencia de 13.1% (3) que los han recibido. De los tres que han recibido apoyo, 33.3% (1) consideró que han sido malos, en cambio, 66.6% (2) los vio como regulares. Se encontró que la tendencia de los empresarios

<sup>50</sup> Entrevista con un fabricante de ropa. Zapotlanejo, 17 de marzo de 2002.

de Zapotlanejo es a no pedir ningún apoyo gubernamental debido a lo engorroso de los trámites y altas tasas de interés.

Nueve de los 23 empresarios han hecho trámites ante las instituciones gubernamentales. De éstos, 66.6% (6) han encontrado cinco obstáculos por parte de las instituciones gubernamentales, el resto no tuvo problemas.

1. Solicitan mucha información (66.6% de los casos).
2. Se necesitan avales para acceder a los créditos y es difícil que la gente de Zapotlanejo quiera proporcionarlos, incluso los parientes.
3. SECOFI<sup>51</sup> en años anteriores quería clausurar todos los negocios que no tenían el precio a la vista.
4. El IMSS les cobra por servicios que no les da.
5. Los intereses de los préstamos son muy altos.

Con base en lo anterior, la situación de Zapotlanejo no es muy diferente a la de otras regiones y ramas productivas en lo que se refiere a la relación con las instituciones gubernamentales. La situación que prevalece en la localidad sólo es el reflejo del acontecer nacional. Las pequeñas empresas por lo regular optan por no solicitar créditos bancarios debido a las altas tasas de interés que manejan, la inestabilidad del entorno macroeconómico y la negativa de la banca porque no cumplen con los requisitos requeridos (cuadro 4.40).

**Cuadro 4.40**  
**Razones de la falta de crédito bancario**

Razones	%
Altas tasas de interés	26.30
Problemas de demanda	4.80
Negativa de la Banca	17.70
Incertidumbre sobre situación económica	19.90
Problemas de reestructuración financiera	9.40
Rechazo de solicitudes	9.70
Cartera vencida	3.50
Problemas para competir en el mercado	4.80
Otros	3.90
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

\*Los datos corresponden al tercer bimestre de 2001.

Fuente: Banco de México. *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio, 2002.*

<sup>51</sup> Actualmente Secretaría de Economía.

### *Ruptura de las organizaciones tradicionales*

Los fabricantes de ropa de Zapotlanejo presentan resistencia para articularse a través de las instituciones dedicadas al ramo como la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco. De un total de 248 socios, 40% (100 socios), optó por salirse del gremio. En 1999 conformaron por cuenta propia una organización en Zapotlanejo denominada, Grupo de los Cien, con el objetivo de organizar las exposiciones de moda; hasta el momento, llevan dos. Los comentarios de los participantes han sido encontrados, ya que unos argumentan que les fue bien, y otros dicen que no tuvieron las ventas esperadas.

Este grupo surgió en 1999, a raíz de los problemas suscitados entre ellos y la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco que no los dejaron hacer su propia exposición de modas en Zapotlanejo, por lo que decidieron retirarse. “El Grupo se está organizando para la construcción de una nueva Plaza Comercial, como la de Aguascalientes, para ofrecer en venta sus productos”. Los empresarios de Zapotlanejo presentan temor ante las instituciones gubernamentales como: Secretaría de Hacienda, SECOFI, IMSS, etc., expresan “que mantener una asociación de empresarios de Los Altos (se refiere a los de Zapotlanejo) es muy complicado, ya que es gente muy codosa, que cuando se les pide su cooperación monetaria... dicen: ¡Mejor bórrame!” También comenta “había empresarios que ni siquiera me iban a abrir la puerta porque la gente está muy temerosa de todo (impuestos, pirateo de modelos, robos, hacienda, rentas)...” Para mantener en funcionamiento la organización los dirigentes han tenido que sacar dinero de su bolsa y presionarlos para que participen, “les tengo que hablar por teléfono constantemente para que asistan a las reuniones” (miembro del Grupo de los Cien, Zapotlanejo, 10 de septiembre de 2001).

Este tipo de iniciativas locales también se observa en Ayotlán, Jalisco. Un grupo de 37 fabricantes de ropa, decidieron unirse para crear una plaza comercial. La construcción está financiada con recursos de los empresarios locales; ellos buscaron créditos de instituciones gubernamentales, específicamente de FOJAL, pero fueron insuficientes.<sup>52</sup>

Actualmente la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco está llevando a cabo visitas personales a la localidad, con el objetivo de presentarles los servicios que proporciona. Dichas visitas consisten en tratar de afiliar nuevamente a los empresarios, pero aún no se tienen resultados, sin embargo se sigue trabajando.

Esta acción tiene connotaciones muy importantes debido a que el financiamiento de la Cámara (cuadro 4.41), está en función de las cuotas que proporcionan los

---

<sup>52</sup> Entrevista con el licenciado Rubén Tejeda Torres, socio del grupo de fabricantes de Ayotlán para construir la plaza comercial. Guadalajara, Jalisco, 15 de octubre de 2003.

Cuadro 4.41  
Costo de las cuotas de afiliación  
a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido de Jalisco, 2001

Tamaño de la empresa	Número de trabajadores	Cuota anual en pesos
Micro	1-15	780.00
	16-30	1 620.00
Pequeña	31-65	2 370.00
	66-100	2 970.00
Mediana	101-500	3 570.00
Grande	501 en adelante	5 970.00

Fuente: Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco, 2002.

afiliados, así como la renta de locales en las exposiciones de ropa. Con el retiro de los empresarios de Zapotlanejo y suponiendo que en su mayoría son micro empresarios y sacando un promedio en los montos de cuotas multiplicadas por el total de ex afiliados, la Cámara estaría dejando de percibir 193,500 pesos anuales, es decir, 530 pesos diarios que pueden ser usados en el pago de algunos de sus costos fijos como son el teléfono, la luz, el agua o la renta de local.

Mediante las cuotas los afiliados tienen derecho a recibir servicios relacionados con la industria del vestido, por parte de la Cámara como (cuadro 4.42).

Al revisar la gama de servicios que se ofrece, se pudiera pensar que los pequeños empresarios no deberían tener problemas, ya que existe un organismo rector que los orienta, sin embargo, no se ha podido explicar el por qué de los “vacíos” presentes entre los agremiados y sus representantes. Dentro de los servicios más utilizados que ofrece la Cámara está el de entablar relaciones con proveedores y comercializadores mediante la organización de eventos como las ferias populares en el estado (cinco o seis al año), donde los fabricantes venden sus saldos a precios de fábrica y en ocasiones por debajo de él.

Anteriormente existía una obligatoriedad en la afiliación a las Cámaras industriales y comerciales. Esta situación dio como resultado un fortalecimiento de este tipo de asociaciones, y así lo expresa el director de la Cámara de la Industria del Vestido: “En 1992, debido a la estabilidad económica y que era obligatorio afiliarse, había 600 socios”; actualmente su incorporación es voluntaria el número llega a 200.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Entrevista con el director de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco, licenciado Alfonso Zepeda. Guadalajara, Jalisco, 18 de octubre de 2001.

Cuadro 4.42  
 Servicios que ofrece la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco

Asesorías	Organización de eventos	Representación
* Gestión ante instituciones gubernamentales	* Cursos y seminarios especializados	* Demanda y oferta de negocios relacionados con la ropa
* Capacitación	* Ferias de venta directa	* Representación legal ante autoridades
* Tratados comerciales	* Conventos institucionales (Telmex, Profeco)	* Oficinas de representación a nivel nacional y regional
* Información de programas gubernamentales de apoyo	* Acercamiento con compradores de cadenas comerciales	
* Información especializada en el ramo del vestido	* Desfiles de moda	
* Estudios particulares de la industria		
* Información sobre normas de etiquetado, tallas, lavado y encogimiento de prendas		
* Tendencias de la moda		
* Sobre eventos nacionales e internacionales		

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco, 2002.

[V]  
LAS REDES SOCIALES DENTRO  
DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN ZAPOTLANEJO.  
TRES ESTUDIOS DE CASO

*No hay nada revolucionario en la idea de red social...  
Se trata del tipo de concepto que puede utilizarse  
en cualquier marco conceptual de referencia...  
Lo que dicho concepto puede aportar es una leve ampliación  
del repertorio conceptual. Quizá estemos viendo ya ahora cosas  
que ni siquiera se nos hubiera ocurrido buscar antes de 1954.*  
Bott, 1990: 376

Este capítulo presenta los estudios de caso de tres fabricantes de ropa de la localidad de Zapotlanejo. La selección de los tres informantes obedeció a dos criterios: diversidad del producto, inicio de operaciones y disponibilidad en proporcionar la información.

En el primer apartado se reconstruye la historia de la empresa; posteriormente, se presentan las rutas comerciales establecidas a partir de los agentes de ventas; luego, por medio del análisis de las genealogías se analiza el impacto que representan las actividades económicas desarrolladas en el núcleo familiar. La unión de todos estos elementos permite, por último puntualizar los vínculos familiares en la construcción de las redes sociales a partir de la industria del vestido como un elemento articulador.

### *Conformación de las redes sociales en Zapotlanejo*

Los estudios sobre las redes sociales en México se han enfocado principalmente hacia problemas relacionados con la marginalidad (Lomnitz, 1975, 2001), en la búsqueda de nuevas estrategias para enfrentar situaciones de crisis (Bazán, 1999), más recientemente se encuentran estudios sobre redes sociales entre los fabricantes de ropa en una región de Jalisco (García, 2002). Dichos estudios han dado cuenta del uso de las bondades de la utilización de la técnica del análisis de redes sociales en diferentes formas, desde el enfoque antropológico hasta el sociológico y económico.

Para conocer las relaciones sociales, cómo se articulan y los elementos que intervienen, fue necesario recurrir a los trabajos desarrollados por Mitchell (1969, 1978), Bott

(1990) y Lomnitz (1971, 2001), principalmente. La propuesta desarrollada por Mitchell (1969), plantea tomar en cuenta diversos tipos de relaciones de los sujetos.

Primero menciona las relaciones estructurales dadas por la participación del individuo en una estructura social con claros patrones de interacción determinado por la posición que cada uno de los participantes ocupa en dicha estructura. Las relaciones estructurales más importantes estarán constituidas por su relación dentro del proceso de fabricación y comercialización de ropa. La industria del vestido en Zapotlanejo implica comportamientos, roles y relaciones que no dependen únicamente del trabajador, sino que están dados por su participación dentro de la estructura social; es decir, se conjugan una serie de factores que interactúan con un fin específico. Cada uno de los miembros juega un rol.

La segunda propuesta sugiere que las relaciones están dadas por la adscripción de los individuos a grupos como pudieran ser los sindicatos o asociaciones de gremios. En Zapotlanejo no existen sindicatos; se encuentra una asociación de fabricantes surgida mediante iniciativas locales, trabajan en torno a la consecución de fines muy particulares y específicos.

El otro conjunto de relaciones son las personales (perspectiva desarrollada por Bott, 1990). Los individuos construyen relaciones en torno a sí mismos, supeditadas a sus propias necesidades, a diferencia de los grupos organizados. En las relaciones personales los individuos que las componen forman un todo social amplio con objetivos comunes, roles interdependientes y una configuración que los distingue, en la construcción de las redes. No todos los individuos mantienen relaciones sociales entre sí, solamente algunos. Estudiaremos las relaciones de la estructura productiva que mantiene el ego con sus clientes, proveedores y personas muy allegadas al negocio de fabricación de ropa.

Se tomarán en cuenta las consideraciones de Bott (1990: 139-151) para ordenar las redes, debido a que se adecuan a la situación que impera en Zapotlanejo. Menciona que las redes sociales muy unidas se desarrollan más fácilmente cuando sus miembros llámense amigos, vecinos o parientes viven en un mismo barrio. Están conectados tan estrechamente y las relaciones dentro del grupo local son tan claramente diferenciadas (*ibid.*: 139) de las relaciones externas, que podemos llamar a la población local grupo organizado. Las familias quedan insertas dentro de este grupo: todas conocen sus actividades y no pueden escapar de las sanciones. Las familias tienen muchas relaciones externas aunque no formen parte de grupos organizados. A nivel individual los miembros pertenecen a grupos pero no en su conjunto.

La categorización que hace Bott (1990) se presenta de la siguiente forma:

- 1) El entorno social inmediato de las familias urbanas está formado por la red de relaciones sociales reales que mantienen, y no por el área local en la que viven, independientemente de si estas relaciones están limitadas a dicha área o si va más allá de

sus límites. En el caso de los maquileros y clientes, sobrepasan los límites político-administrativos.

- 2) El trabajo compartido. Cuando la red se estructura en torno a una misma fuente de trabajo. La red contribuye a su consolidación. Igual sucede cuando se presenta la costumbre de ayudarse a conseguir empleo entre los diferentes miembros de la red.
- 3) Los lazos económicos actúan como un elemento articulador en las redes. Tienen mayor impacto si se desarrollan entre parientes que entre amigos y vecinos aunque su resultado es impredecible en la práctica. Cuando existe la necesidad de compartir se presenta la necesidad de interactuar de forma más intensa, y si los parientes pueden ayudarse entre sí a conseguir trabajo. Esta situación se presenta en los negocios familiares, los parientes pueden ayudarse mutuamente.
- 4) Las oportunidades para establecer nuevas relaciones a las establecidas en la red. Si la probabilidad es mayor, la red se va haciendo cada vez más dispersa.
- 5) El que la red permanezca unida depende de la estabilidad y la continuidad de las relaciones. La movilidad espacial y social influye en la forma del contacto.

### *Categorías de análisis*

¿Qué es el parentesco? Para contestar esa pregunta fue necesario recurrir a la distinción que hace Bott (1990: 158) en torno a la familia y el parentesco. La parentela es un conjunto de personas que tiene un pariente en común, sin tomar en cuenta la línea de ascendencia, es decir, a parte de la familia nuclear entran los primos, tíos, etcétera.

En su estudio sobre el compadrazgo en Chile, Lomnitz (2001: 38-40) hace explícita la distinción entre las categorías que se establecen en la distancia social desde el punto de vista del ego. Distingue cinco categorías que sirven para clasificar las relaciones del ego: familia nuclear, amigos íntimos, amigos, conocidos y amigos de amigos. En este trabajo solamente nos interesa recalcar la participación de tres categorías: familia nuclear, amigos y conocidos.

Las categorías mencionadas tienen su propio dinamismo y pueden cambiar con el tiempo, ya sea que los amigos se transformen en parientes por medio de enlaces matrimoniales o la relación con el conocido se deteriore (*ibid.*: 39).

Los favores están relacionados con la distancia social. Los familiares son a quienes el ego les tiene mayor confianza, y por lo tanto le puede solicitar más favores, le siguen los amigos, y por último los conocidos. Los conocidos es la categoría donde el nivel de confianza es mínimo.

### *Estudio de caso 1*

Esta empresa inició sus operaciones en 1973 en la ciudad de Guadalajara. En un principio, su nombre era "Angélica" y se dedicaba a la producción de ropa para dama (falda-

blusa, pantalón-blusa). La idea de crear un negocio surgió de Socorro, cuyo propósito estaba enfocado a que su esposo permaneciera más tiempo con la familia, ya que las largas jornadas de trabajo se lo impedían: era chofer de rutas foráneas de camiones de pasajeros. El capital para iniciar el negocio provino de los ahorros del esposo. Socorro aprendió el oficio de la costura ya que su madre la enseñó a coser y hacer trazos, habilidad que fue desarrollando con el paso del tiempo hasta que se le presentó la oportunidad en 1975<sup>1</sup> de tomar cursos más especializados en la costura con un sastre conocido amigo de la familia y que radicaba en la ciudad de Guadalajara.

Fue en 1986 cuando la empresa tomó el rumbo que sigue en la actualidad dentro de la fabricación de ropa para niñas (vestidos de ceremonia). En ese mismo año la empresa se trasladó a la localidad de La Laja, en el municipio de Zapotlanejo, aunque la familia seguía viviendo en Guadalajara.

La empresa cambió su ubicación; de Guadalajara se trasladó a La Laja porque los setenta trabajadores<sup>2</sup> se declararon en huelga, debido en parte a malos manejos administrativos y financieros. En esa semana los patrones no tuvieron dinero y no se les pudo pagar. Situación atípica dentro del contexto del mercado de trabajo de Jalisco, puesto que comúnmente se ha caracterizado por tener una fuerza laboral pasiva.

Los dueños de la fábrica decidieron ubicarse en La Laja en el año de 1986 porque la gente era menos problemática que en la ciudad de Guadalajara; además consideraban que era gente más noble, responsable y trabajadora. Ahí estuvieron trabajando hasta 1994, porque empezó a escasear la mano de obra calificada y la comercialización del producto estaba fundamentalmente en la cabecera municipal.

Ese año decidieron abrir otra fábrica en Zapotlanejo, y optaron por cerrar la empresa ubicada en La Laja. Toda la maquinaria se tuvo que desplazar. Lo mismo sucedió con los trabajadores, se transportaban diariamente. Posteriormente algunos trabajadores decidieron irse a vivir a Zapotlanejo. Igualmente la familia de Socorro que hasta ese entonces vivía en Guadalajara, pero cambiaron su residencia a Zapotlanejo, donde actualmente radican.

Ahí se logró encontrar toda la gente necesaria para el desarrollo de la empresa; pero en 1999 las costureras comenzaron a pedir que se les diera el trabajo a domicilio por que las demás empresas así lo estaban manejando; los patrones se vieron forzados a cumplir dicho pedimento, porque la mano de obra con calidad era escasa.

El total de la producción durante los años 1973-1994 se vendía en Guadalajara. En 1979 se empezó a comercializar en la calle Medrano, por medio de un local acondicionado como tienda de venta de ropa al menudeo; en ese aspecto no tenían problemas para la comercialización. Cuando se dio el cambio de giro (ropa de dama a ropa de niña) la clientela cambió y se empezó a enviar la mayor parte de la producción a México, Distrito Federal.

---

<sup>1</sup> Al principio, no sabía hacer trazos y no le quedaba bien la ropa, pero aún así se vendía.

<sup>2</sup> Quienes realizaban todo el proceso productivo en un solo lugar.

La fábrica a lo largo de su conformación ha presentado una reestructuración (cuadro 5.1). El cambio ha sido radical en cuatro aspectos: el primero se dio en la transformación del producto; segundo, ubicación territorial; tercero, descentralización productiva; y por último, en las relaciones laborales. Anteriormente los trabajadores se concentraban en una nave industrial y ahí elaboraban el producto, su relación era de empleados. Actualmente son considerados como si fueran pequeñas empresas independientes y el fabricante no tiene ninguna relación contractual.

**Cuadro 5.1**  
**Etapas de desarrollo productivo de la fábrica**

Etapas/año	Número de empleados	Producto fabricado
Inicio (1973)	70	Conjunto para dama
Despegue (1994)	20	Conjunto para dama
Consolidación (2000)	9	Ropa infantil de ceremonias

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Envían a maquilar principalmente a una ranhería llamada San Antonio, lugar de difícil acceso, el camino sinuoso y de terracería. Escogieron esa localidad porque de Zapotlanejo nadie manda trabajo, por lo inaccesible, y se agrava aún más en épocas de lluvia; además de que las personas que les cosen son muy buenas en el oficio.

La maquinaria se fue comprando según las necesidades, y recibían asesorías por parte de las distribuidoras en especial de la casa Díaz, empresa ubicada en Guadalajara; decía qué tipo de máquina usarse, aparte les daban créditos y aceptaban las máquinas viejas a cuenta de una nueva.

Todas las materias primas (telas e insumos) provenían de Guadalajara o de México; el proveedor de Guadalajara era la Casa Cruz, El Famoso 33 y Textiles LUA, entre otros.

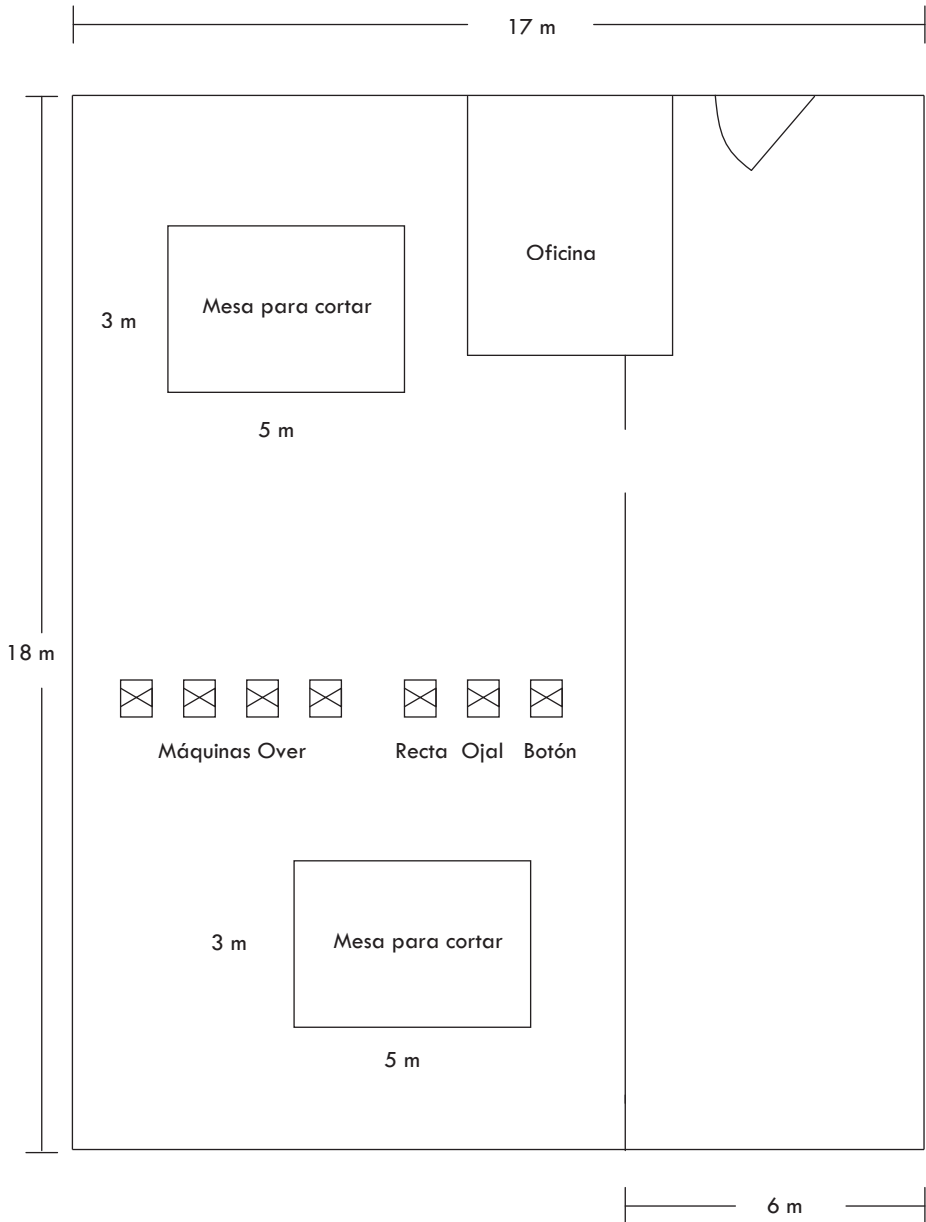
Existe intercambio de información, ayuda en dinero, materias primas comercialización producción y maquinaria, exclusivamente entre la parentela como lo denominó Bott (1990: 158) padres-hijos-hermanos-cuñados.

### *Dimensiones de la unidad productiva*

Las dimensiones del espacio son muy amplias (306 m<sup>2</sup>) para una fábrica en Zapotlanejo. Una parte del proceso productivo se desarrolla en la fábrica (esquema 5.1), el resto se envía a maquilar, principalmente hacia una ranhería cercana.

Al interior del inmueble solamente se realizan el corte de la prenda y el terminado; este último consiste en el deshebrado, pegado de botón, adornos, cierres, planchado, etiquetado y empaquetado de la prenda; en los talleres de maquila se hace únicamente la confección y ensamble de la pieza.

Esquema 5.1



Nota: Las dimensiones del inmueble son aproximadas para los tres casos. Un centímetro representa un metro.  
Fuente: Elaboración propia con base en los entrevistados.

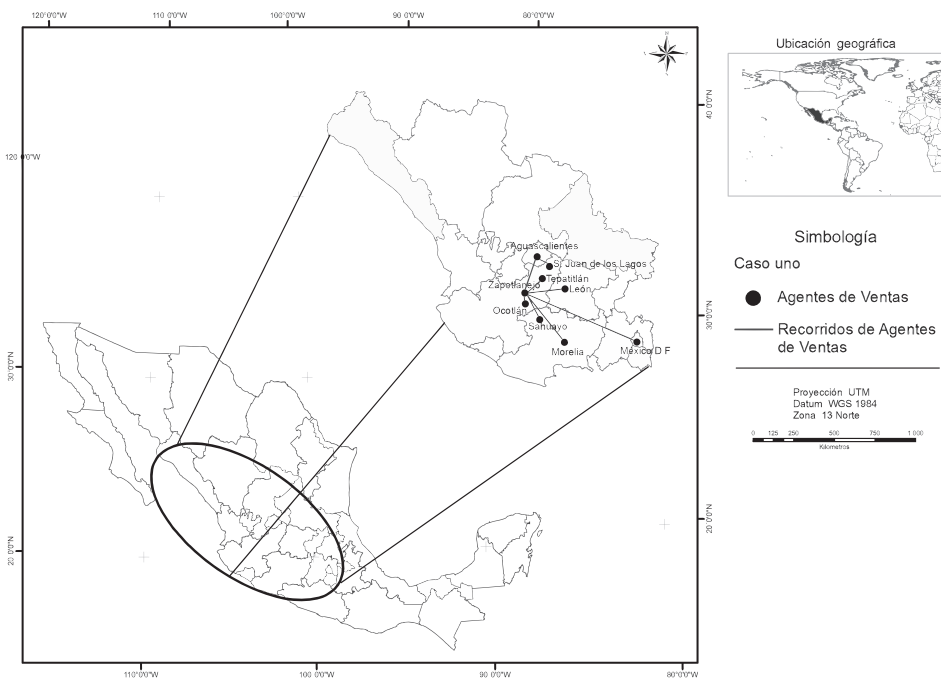
### Agentes de ventas de la fábrica

Desde hace diez años el esposo de Socorro trabaja como agente viajero. Inició comercializando la producción de su fábrica (vestido para dama) hacia las principales ciudades del centro del país (mapa 5.1). Por petición de sus clientes, empezó a visitarlos ofertándoles la mercancía. El tiempo que tarda en el recorrido es de aproximadamente dos días y la frecuencia varía dependiendo las necesidades de sus clientes. El recorrido se hace por rutas, no siempre se visitan los mismos clientes.

Todos salen de Zapotlanejo hacia las ciudades de México, San Juan de los Lagos, Aguascalientes, León, Tepatlán, Ocotlán, Sahuayo y Morelia.

Emplea dos formas para entregar la mercancía: a) por medio de catálogos. Los muestra y posteriormente envía el producto por las agencias de paquetería asentadas en la localidad, y b) mediante la entrega de mercancías en el momento de la visita. La entrega obedece al número de clientes y lejanía del lugar a que atiende; los clientes que visita y luego les envía la mercancía se ubican cinco en la ciudad de México, dos en Morelia y dos en Sahuayo.

Mapa 5.1  
Recorridos de agentes de ventas. Caso 1



Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Aunque sus clientes son principalmente boutiques de ropa infantil como Bámbolea y Klaussy. Tiene un cliente en Nueva Jersey, EUA que solicita cada año un solo pedido de mil prendas y tardan dos meses en surtirlo.

### *Genealogías*

El origen de esta familia está en la ganadería. Los miembros de la primera y segunda generación nacieron en localidades asentadas en Los Altos de Jalisco: San Julián, San José del Reynoso y San Diego de Alejandría. La tercera y cuarta generación nacieron en San Julián, Estados Unidos y Guadalajara.

Con base en las cuatro generaciones estudiadas, por la línea paterna se compone de 74 miembros, con igual porcentaje de hombres y mujeres. Sus edades fluctúan entre menos de un año y 86 años. La primera generación únicamente se dedicaba a la ganadería y al hogar; se casaron en 1940.

En la segunda generación se observa el inicio de la actividad manufacturera. Los miembros del sexo masculino se dedicaban a actividades relacionadas con la manufactura (fabricación de ropa, elaboración de escobas), el comercio (venta de lácteos y zapatos) y los servicios (choferes y permisionarios de taxis). Por su parte las mujeres se enfocaron hacia actividades como el hogar, los servicios (estilistas), el comercio (ropa y zapatos) y la manufactura de ropa y escobas.

La generación de los hijos solteros estaba conformada por cincuenta miembros (genealogía 5.1) cuyas ocupaciones eran: estudiantes (24), hogar (8) empleados en tiendas de zapato (3), fabricantes de ropa (3), empleados en la fábrica de escobas (2), taxistas (2), estilistas (2), meseros en EUA (1), contadores (1), agentes de ventas (1), comercio de ropa (1), maquila de ropa (1) y docencia (1).

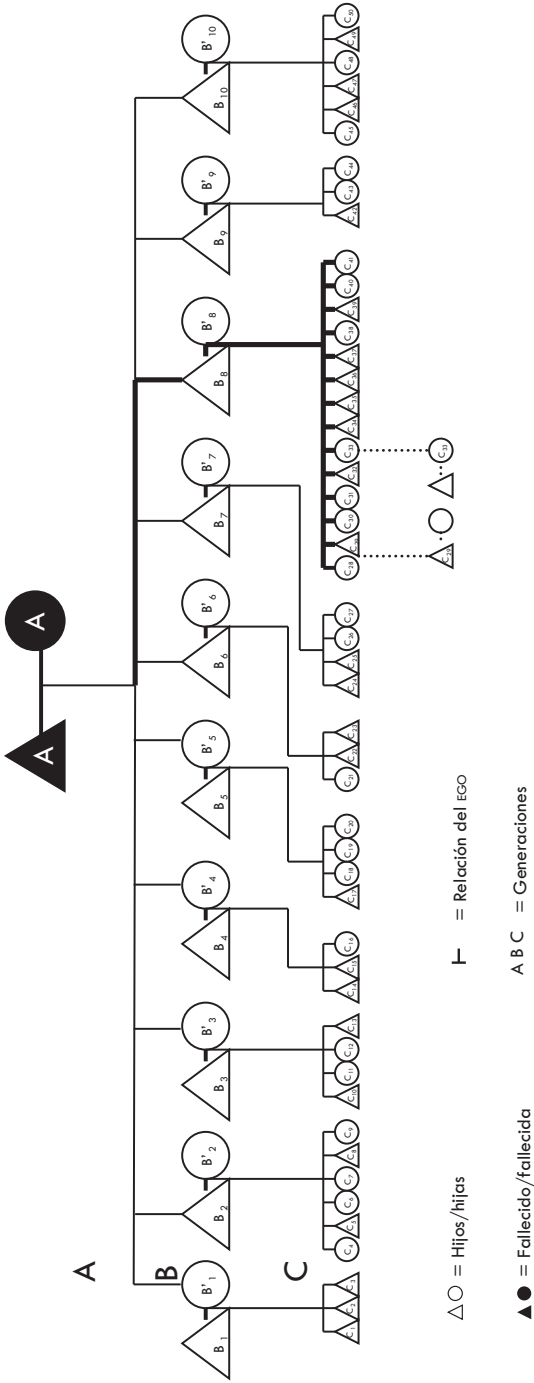
Las personas que actualmente están estudiando a nivel universitario se enfocan hacia carreras no relacionadas directamente con la industria del vestido como arquitectura, ciencias biológicas y químico farmacobiológicas (cinco personas). Las carreras de administración de empresas, economía y negocios internacionales, también son requeridas (cuatro personas).

Dos de los miembros de esta generación Maurilio  $C_{29}$  y  $C_{33}$  están casados actualmente y se dedican a la fabricación y comercialización de ropa (uno de ellos tiene un taller de terminado de prendas de vestir en Zapotlanejo, y el otro vive en Guadalajara, pero su taller se ubica en Zapotlanejo, a donde acude diariamente).

Solamente la familia nuclear del ego (16 miembros) se enfocan hacia actividades relacionadas con la industria del vestido. Es una generación de jóvenes empresarios.

Las edades de los hijos oscilan entre los 18 y 33 años. Por lo regular los miembros que se dedican a las actividades relacionadas con la maquila y comercio de ropa, le compran y fabrican a sus padres o hermanos la producción. Por ejemplo: Samuel  $C_{32}$  compra y fabrica ropa; Ismael  $C_{34}$  es agente de ventas de la fábrica; Jaime  $C_{35}$  comercializa ropa de la fábrica y Enrique  $C_{37}$  es el cortador de la fábrica, excepto Francisco  $C_{36}$

Genealogía 5.1  
 Caso A. Samuel Hernández



La atmósfera en la que se desenvuelve la industria del vestido en Zapotlanejo, permite fortalecer las relaciones sociales, a partir del núcleo familiar



aunque está inmiscuido en el negocio de ropa, decide comercializar ropa que adquiere con productores de San Miguel el Alto, porque maneja otro tipo de producto y el negocio familiar produce un producto muy especializado.

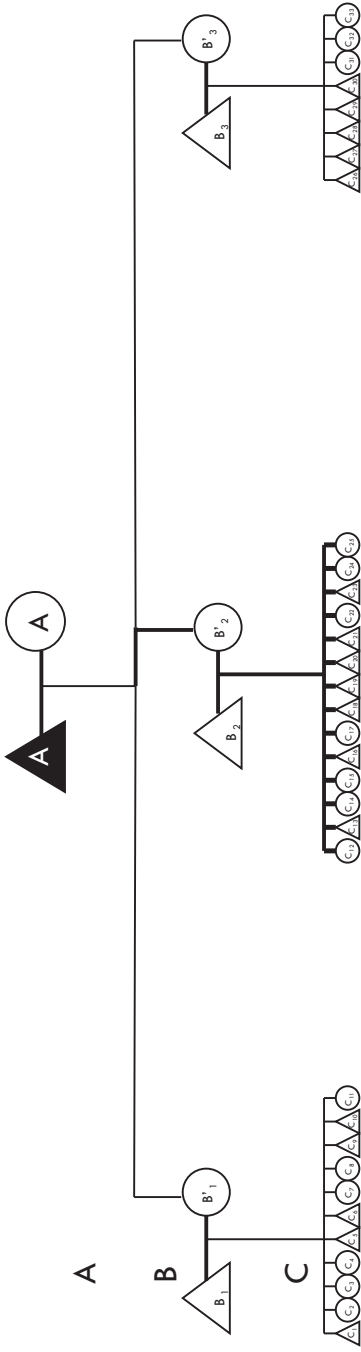
Por la línea materna el origen de esta familia está fincado al igual que la anterior en la ganadería. Sus edades fluctúan entre los 3 y 79 años. El matrimonio formado por los abuelos data desde 1944. Los miembros de la primera y segunda generación nacieron en localidades asentadas en Los Altos de Jalisco como San Julián y San Diego de Alejandría; los miembros de la tercera generación nacieron en San Julián y Guadalajara.

En la genealogía existe más o menos una equidad de género, 51% (genealogía 5.2) corresponde a hombres y el resto a mujeres. Sus edades fluctúan entre menos de un año y 70 años. La primera generación únicamente se dedicaba a la ganadería y al hogar. En la segunda generación se observa el inicio de la actividad manufacturera. Los miembros del sexo masculino se desempeñaban a actividades relacionadas con la manufactura (fabricación y comercio de ropa, y ganadería). Por su parte las mujeres se enfocaron hacia labores del hogar y apoyar en la fabricación de ropa.

La generación de los hijos solteros estaba conformada por 33 miembros cuyas ocupaciones eran: estudiantes (10), hogar (9), ganaderos (5), fabricantes de ropa (3), maquilador de ropa (1), agentes de ventas (1), empleado de autolavados (1), contadora (1), educadora (1) y médico (1).

La segunda generación se integra por tres familias que se caracterizan por el desarrollo de dos actividades: la primera es eminentemente ganadera, la segunda manufactura ropa, y la tercera se enfoca hacia el comercio de prendas de vestir que adquieren en San Miguel el Alto y Moroleón para después venderlas en San Julián, Jalisco, su lugar de residencia. Éstos cuentan con 14 años en el negocio.

Genealogía 5.2  
 Caso AA. Socorro Orozco



$\triangle \circ$  = Hijos/hijas  
 $\blacktriangle \bullet$  = Fallecido/fallecida  
 $\text{---}$  = Relación del EGO  
 A B C = Generaciones

## Redes sociales

### Red de confianza

Socorro ha establecido el vínculo más fuerte de confianza con su esposo; ella intercambia información todos los días desde hace 25 años. Por otro lado, a pesar de ser una familia amplia (14 hijos), solamente a uno de ellos lo hace partícipe directamente en las decisiones de la fábrica desde hace tres años (cuadro 5.2), los demás miembros apoyan en las labores del negocio familiar, pero no intervienen en las decisiones de la fábrica.

Cuadro 5.2  
Comparte información o documentos para hacer el trabajo

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposo	25	Diario	Muy intensa
Hijo	3	Semanal	Intensa

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### Red funcional

El grupo de personas que toman las decisiones es muy reducido. Las decisiones más importantes para el funcionamiento de la fábrica se toman dentro del núcleo familiar, porque nuevamente, el esposo y el hijo aparecen (cuadro 5.3).

Cuadro 5.3  
Discute ideas de innovación, financieros, productos y servicios

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposo	25	Diario	Muy intensa
Hijo	3	Semanal	Intensa

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### Red de comercialización

En esta red solamente participan sus conocidos. Lo interesante a resaltar es que no existe una relación directa entre el tiempo de llevar la relación y la intensidad de la misma. Se podría pensar que mientras tenga más tiempo de conocer a la persona pudiera fincar una relación más intensa. La persona que tiene más tiempo de participar en ese intercambio (17 años) y la de menos tiempo (1 mes), se les permite participar sólo semestral y mensualmente. Los que tienen en promedio de 1 a 3 años de llevar ese intercambio se les permite participar más seguido (semanal y quincenalmente) (cuadro 5.4).

**Cuadro 5.4**  
Discute ideas sobre los clientes

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Conocido	17	Semestral	No intensa
Conocido	1	Quincenal	Poco intensa
Conocido	3	Semestral	No intensa
Conocido	3	Semanal	Intensa
Conocido	3	Semanal	Intensa
Conocido	1 (mes)	Mensual	Poco intensa

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Red de producción*

Considera solamente a los conocidos, pero da más importancia a los que tienen más años de llevar el intercambio (18 años), con una frecuencia mensual, y otro que tiene cuatro años de participar; en cambio los que tienen una relación no intensa son los que presentan entre 7, 10 y 15 años (cuadro 5.5).

**Cuadro 5.5**  
Discute ideas sobre los proveedores

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Conocido	10	Semestral	No intensa
Conocido	18	Mensual	Poco intensa
Conocido	2	Semestral	No intensa
Conocido	7	Semestral	No intensa
Conocido	15	Semestral	No intensa
Conocido	5	Semanal	Intensa
Conocido	6	Semanal	Intensa
Conocido	4	Mensual	Poco intensa

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Estudio de caso 2*

La empresa Norlizet nació en el año de 1982 en la localidad de Zapotlanejo; en un principio ostentaba otro nombre. La idea de formar la empresa surgió del señor Ricardo, un mecánico industrial en el taller de Salvador Álvarez. Comenta que veía mucha demanda de ropa en la localidad en ese tiempo. Principalmente de ropa de dama y además,

conocía el medio de fabricación de ropa por el desarrollo de su profesión. En los primeros años el señor Ricardo empezó a maquilar y fabricar pantaleta, fondos y medios fondos para dama, debido a ello, compraron una “collareta”, máquina especial para la fabricación de ropa interior, además de las llamadas “rectas” y “over”. Un amigo de la familia fue quien se las proporcionó, dándoles facilidades de pago.

Los principales problemas que tuvo la empresa en sus inicios fue que la mano de obra no estaba especializada y no sabían utilizar la maquinaria nueva y sus familiares casi no lo apoyaron, la asesoría la recibió de un amigo.

La comercialización de pantaletas y medios fondos era vía terrestre por medio de camionetas hacia la ruta del Pacífico (Nayarit, Sonora y Sinaloa principalmente). Decidió tomar esa zona, por comentarios de otros fabricantes, que decían que era un buen mercado. La forma de comercializarlos era de puerta en puerta y raras veces tenía clientes que vendían en tianguis. Entre los pocos clientes que le compraban en Zapotlanejo estaba su hermano Rosario, que también viajaba por la misma ruta.

En 1985 cambia de nombre al que actualmente tiene y deciden incursionar dentro de la fabricación de ropa para niña y camisa para caballero de la marca Louis Blues (conjuntos, falda-blusa, pantalón-blusa). Las materias primas la compraban en Guadalajara La Surtidora y la maquinaria Brother y Singer, la adquirieron en la tienda Phaf, ubicada en la calle Niños Héroes de la misma ciudad.

En 1989 deciden enviar a maquilar a la ciudad de Guadalajara a un taller que se localiza en Belisario Domínguez, cerca del Centro Médico, debido a que en todo Zapotlanejo no se contaba con la maquinaria adecuada para el pantalón; se necesitaba una máquina conocida como “codo” que sirviera para cerrar el pantalón, hacer dos costuras, además otra máquina que hiciera los remaches.

Esta empresa ha sufrido varias transformaciones, pero ha salido adelante de todas las crisis que se le han presentado. Su estrategia para sobrevivir ha sido mediante la incursión de nuevos productos (cuadro 5.6). Empezó fabricando ropa interior, para posteriormente dedicarse a la confección de camisas de mezclilla, conjuntos de niña, nue-

**Cuadro 5.6**  
Etapas de desarrollo productivo de la fábrica

Etapas	Número de empleados	Producto fabricado
Inicio (1982)	3	Ropa interior
Despegue (1985)	30	1985 fabrican camisa mezclilla 1989 Conjunto niña 1991 Camisas
Crisis (1992-1994)	4	
Recuperación (2000)	2	Ropa para niña

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

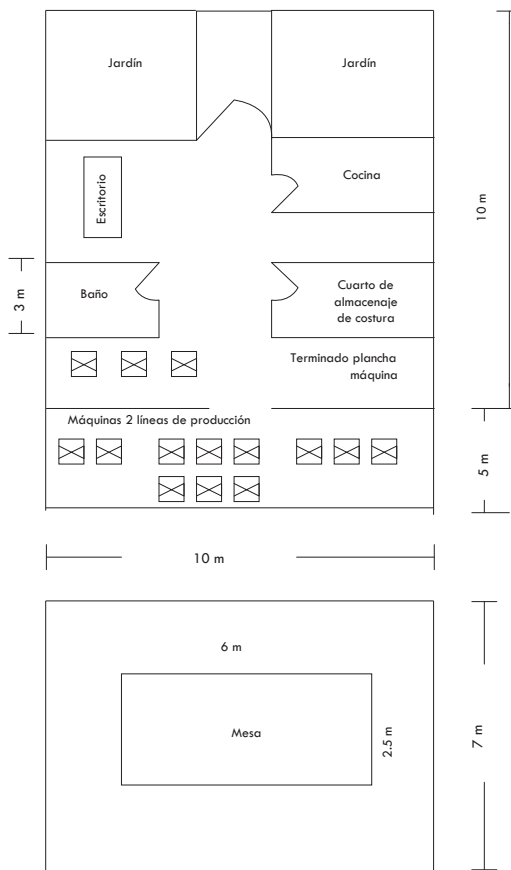
vamente camisas y finalmente fabricar ropa para niña, esto demuestra la versatilidad y sentido de sobrevivencia que presentan las pequeñas empresas de la confección en Zapotlanejo. Así como este caso, existen varios.

### Dimensiones de la fábrica

Esta fábrica además cumple la función de hogar. Presenta una dimensión de 220 m<sup>2</sup> (esquema 5.2). En la parte trasera se encuentra un cuarto utilizado como taller que es rentado a un familiar (tío) que también se dedica a la fabricación de ropa.

En la fábrica se elabora parte de la producción, el resto se envía a los talleres maquileros ubicados en Zapotlanejo y sus alrededores.

Esquema 5.2

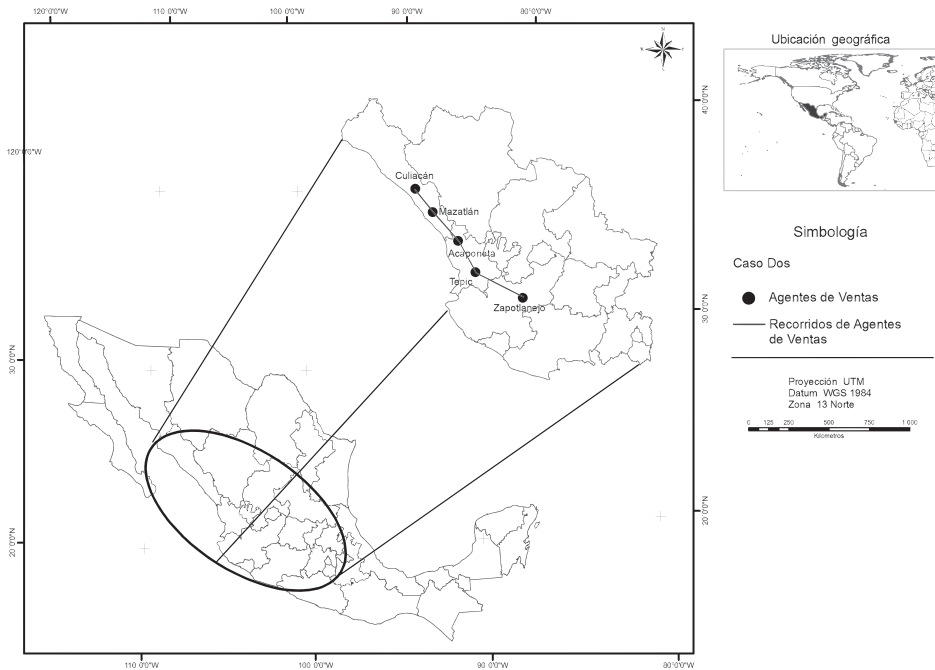


Fuente: Elaboración propia con base en los entrevistados.

### *Agentes de viajes*

Desde hace 22 años trabaja como agente viajero. Empezó comercializando la producción de su fábrica (ropa interior) hacia las principales ciudades de la zona Pacífico norte (mapa 5.2), hasta llegar a Culiacán, Sinaloa, ciudad donde se encuentra el mayor número de clientes (siete). Todos los clientes que visita son mayoristas y acude directamente con ellos, no se desvía en las rancherías aledañas. El recorrido es de aproximadamente seis días y la frecuencia es dependiendo de las necesidades de sus clientes.

Mapa 5.2  
Recorridos de agentes de ventas. Caso 2



Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Genealogías*

El origen de esta familia está fincado dentro de la agricultura. Los miembros de la primera y segunda generación nacieron en Zapotlanejo y San José de las Flores. Los integrantes de la tercera generación también son originarios de Zapotlanejo y localidades de los Estados Unidos.

Tomando como base tres generaciones. La genealogía por la línea paterna se compone de 54 miembros. Predomina el sexo femenino (56%) (genealogía 5.3).



Familia típica de Zapotlanejo

La primera generación se dedicaba únicamente a la agricultura y al hogar. En la segunda generación se observa el inicio de la actividad manufacturera. En una sola familia (el ego). Los miembros del sexo masculino se dedicaban a actividades relacionadas con la manufactura (fabricación de ropa y tortillerías) el comercio (abarrotes) y los servicios (mecánico, albañil). Por su parte las mujeres se enfocaron hacia actividades como el hogar y la manufactura de ropa.

La generación de los hijos solteros se compone de 39 miembros cuyas ocupaciones son: empleado de talleres de maquila de ropa (9), estudiantes (6), hogar (4), dueños de taller de maquila de ropa (3), mecánicos (2), fabricantes de ropa (2), estilistas en EUA (1), ingeniero automotriz en EUA (1), maestra en EUA (1), empleada gobierno en EUA (1), psicólogo en EUA (1), ganadero (1), médico (1), empleado tortillería (1), comercializador de ropa (1).

En la tercera generación se observa una preeminencia hacia la actividad industrial, ejemplo palpable en el caso de cuatro familias. La mayoría de sus miembros, por no decir todos, tienen una relación directa dentro de la industria de la ropa.

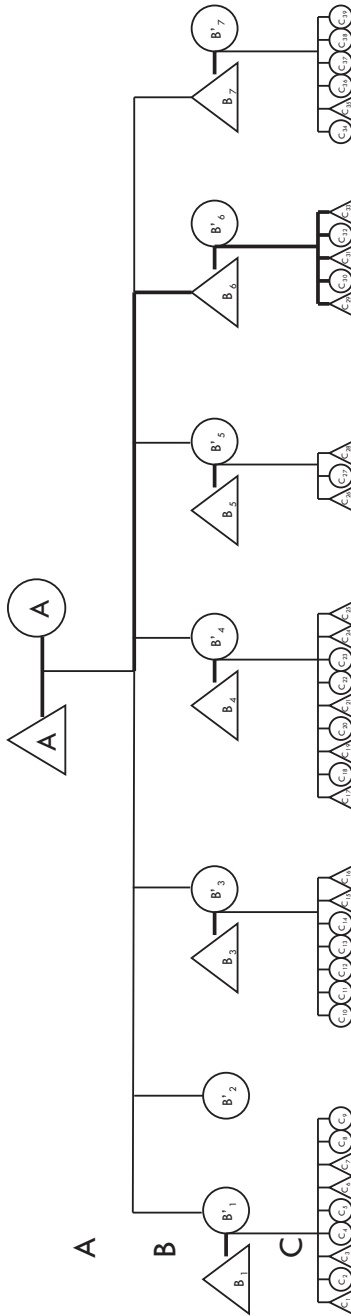
Dentro de la genealogía los vínculos familiares de carácter económico se presentan en cuatro familias.

a)  $C_{10}$  es dueña de una taller de maquila; cuatro de sus hermanos le trabajan.  $C_{14}$  es dueño de un taller de maquila y  $C_{16}$  es fabricante de conjuntos para dama.

b) Arcelia  $C_{20}$  es dueña de un taller de maquila de ropa y le trabajan su hermano  $C_{25}$  y un primo  $C_{26}$ .

Antes de 1990, Alfonso  $C_{24}$  comercializaba ropa en la ruta del Pacífico; dejó de hacerlo debido a problemas financieros. Él compraba ropa al Ego. Actualmente se dedica al negocio de tortillería. Antonio  $C_{21}$ , está asociado con su hermana Angélica  $C_{22}$  en un

Genealogía 5.3  
 Caso B. Rodríguez López



△○ = Hijos/hijas      — = Relación del EGO  
 ▲● = Fallecido/fallecida      A B C = Generaciones

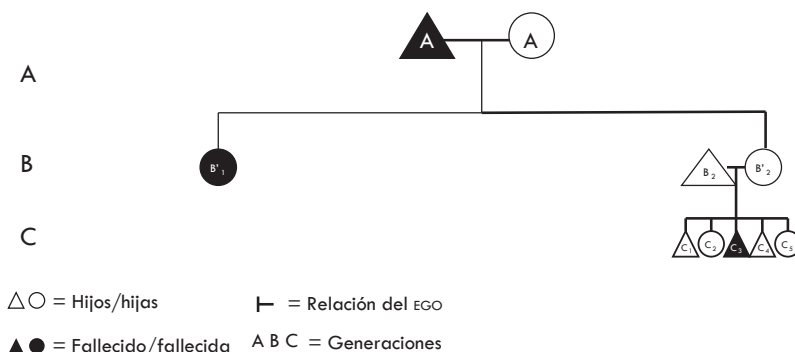
taller de maquila, hoy en día solamente le trabajan a un cliente. En sus inicios el Ego le prestó las máquinas de coser.

c) Lourdes C<sub>27</sub> es empleada de un taller de maquila fuera de la familia.

d) Raúl C<sub>35</sub> le compra ropa al Ego, que posteriormente vende en Culiacán, Sinaloa.

Por la línea materna el origen de esta familia está fincado dentro de la industria de la ropa y la fabricación de dulces de leche.<sup>3</sup> Los miembros de la primera, segunda y tercera generación nacieron en la localidad de Zapotlanejo. La genealogía está compuesta por siete miembros vivos y tres fallecidos, es decir, la integran tres mujeres y cuatro hombres (genealogía 5.4).

Genealogía 5.4  
Caso BB. López Aceves



La primera generación se dedicaba al transporte y al bordado de blusas (aplicaciones a máquina), sin descuidar las labores del hogar, para el caso de las mujeres. En la segunda generación se fortalece la actividad manufacturera. La única hija de esta generación se enfrentó con la necesidad de abandonar sus estudios a nivel primaria como consecuencia de la muerte de su padre. Se dedicó a ayudar a su madre en las labores de bordado. Conocimiento que fue acumulando hasta formar con ayuda de su esposo su propia fábrica. La segunda generación está conformada por una familia dedicada a la fabricación de ropa.

La generación de los hijos solteros la integran cuatro miembros: dos alternan sus actividades como estudiantes y la fábrica, los otros ejercen sus profesiones en el ámbito de la medicina y la administración de empresas.

<sup>3</sup> La madre provenía de una familia muy extensa, compuesta por 17 hermanos, dedicados al igual que sus padres a la fabricación de dulces de leche en Zapotlanejo.

## Redes sociales

### Red de confianza

Solamente en un núcleo muy cerrado comparte la información. Su esposo e hija participan diariamente dentro de las decisiones (cuadro 5.7).

### Red funcional

Discute ideas con amigos y conocidos, quizá por que están más actualizados y ellos pueden ver los defectos que puede tener su empresa. El intercambio que lleva con sus conocidos es mensualmente desde hace 18 años.

Le da mayor importancia a los amigos, ya que con ellos discute sus ideas semanal y quincenalmente (cuadro 5.8).

### Red de comercialización

En cuanto a los clientes hace partícipes a sus más allegados; intercambia ideas diariamente con su esposo e hija desde hace 23 años y con dos amigos de forma más espaciada ya sea cada quincena o mes (cuadro 5.9).

Cuadro 5.7  
Comparte información o documentos para hacer el trabajo

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposo	23	Diario	Muy intensiva
Hija	23	Diario	Muy intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Cuadro 5.8  
Discute ideas de innovación, financieros, productos y servicios

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Amigo	4	Quincenal	Poco intensiva
Amigo	10	Semanal	Intensiva
Conocido	15	Mensual	Poco intensiva
Conocido	15	Mensual	Poco intensiva
Conocido	2	Mensual	Poco intensiva
Conocido	15	Mensual	Poco intensiva
Conocido	10	Mensual	Poco intensiva
Conocido	18	Mensual	Poco intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

**Cuadro 5.9**  
Discute ideas sobre los clientes

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposo	23	Diario	Muy intensiva
Hija	23	Diario	Muy intensiva
Amigo	4	Quincenal	Poco intensiva
Amigo	10	Mensual	Poco intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Red de producción*

Inmiscuye a su esposo diariamente y a sus amigos, específicamente al amigo con el que intercambia ideas desde hace cuatro años, continúa involucrándolo quincenalmente. Con los conocidos lo hace mensualmente, son proveedores pertenecientes a empresas que desde mucho tiempo atrás le surten (cuadro 5.10).

**Cuadro 5.10**  
Discute ideas sobre los proveedores

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
esposo	23	Diario	Muy intensiva
Amigo	4	Quincenal	Poco intensiva
Amigo	10	Mensual	Poco intensiva
Conocido	10	Mensual	Poco intensiva
Conocido	18	Mensual	Poco intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

No existe gran diferencia en cuanto a las relaciones en el trabajo en las diferentes temporadas, la única diferencia radica en el volumen de producción.

### *Estudio de caso 3*

Su papá inició el negocio en 1980 con la fabricación de camisas y chamarras charras para caballero. Pero en 1992, cerró por falta de “entusiasmo”<sup>4</sup> de sus papás, porque

<sup>4</sup> El hecho de que no continuara con la fabricación de camisa charra se debió a que bajó su demanda en el mercado. a consecuencia de los cambios en las formas y modos de vestir de la población.

veían que en la tienda (comercialización) les iba mejor económicamente y no tenían que preocuparse, a parte ya no había mucha demanda en este tipo de chamarra.

Siete años después, en 1999 Carlos (Ego) de 26 años, junto con su hermano Leonardo de 24 años, reabrieron el taller, en el mismo lugar que lo tenía su papá. Se enfocaron a la producción de playeras. Ellos solamente cortaban la prenda y todo el proceso siguiente lo mandaban maquilar a talleres y casas particulares (dos talleres y tres casas ubicadas en La Laja, y dos casas en Zapotlanejo).

Carlos, antes de trabajar en la industria del vestido, estudiaba la licenciatura de administración de empresas (primer semestre), en una universidad privada de Guadalajara (UNIVER). Leonardo por su parte, estudiaba el segundo semestre de la licenciatura en sistemas computacionales. Ninguno terminó sus estudios, prefirieron dedicarse al negocio de la confección de ropa. Ambos se iniciaron en el negocio por gusto y aparte porque es lo que sabían hacer.

El apoyo que recibieron para iniciar el negocio fue por parte de su papá, les regaló la cortadora y las materias primas. Al principio, fueron lotes pequeños los que fabricaron y no tuvieron problemas para su comercialización; la mayoría de sus hermanos y familiares tienen tiendas de venta de ropa. Nunca han tenido problemas con la comercialización, al principio tenían un solo cliente, un tío político. Le compraba 100% de la producción, actualmente, sólo 70%. Posteriormente en 1999 se une otro cliente, una cuñada de su tío político, a quien le venden 20% de la producción total. Tanto el tío como la cuñada del tío venden en Zapotlanejo en sus tiendas, solamente 10% es comercializado por el fabricante en su tienda y en los viajes de recorrido. La periodicidad de los cortes se da en promedio de 10 a 15 días.

Cuando han tenido problemas con el negocio, sus padres les dan consejos y apoyo económico necesario, pues cuentan con una posición económica estable. La mamá en ocasiones utiliza la marca y los modelos de Carlos y manda maquilar algún lote de telas.

La empresa en estos momentos (2003) va a sufrir transformaciones, ya que han decidido los hermanos Carlos y Leonardo separar la sociedad. Leonardo se va a especializar en la producción de playera para niño, junto con su esposa en blusa para niña y Carlos emprende el nuevo negocio. Piensa utilizar una nueva marca. Ellos están en la búsqueda de nuevos modelos, acuden a plazas y centros comerciales de Guadalajara, además utilizan el internet para sacar diseños y en un futuro piensan comprar un programa para diseñar.

La separación del negocio se da con el fin de que cada quien tenga sus propias ganancias. Un caso peculiar de esta empresa es que cualquier miembro de la familia (hermano/a y padres) puede mandar a maquilar utilizando la marca y el personal de la empresa.

Las telas e insumos se los compran a agentes de México, que van a ofrecer el producto por medio de catálogos. En promedio han tenido de ocho a nueve proveedores, mismos que se han cambiado cuando otros le ofrecen mejor calidad y precio.

El desarrollo de esta empresa no presenta grandes variaciones a lo largo de los últimos diez años (cuadro 5.11). A logrado consolidar el negocio y ampliarlo por medio de

la diversificación del producto y la separación de las alianzas entre los hermanos que iniciaron la fabricación.

**Cuadro 5.11**  
Etapas del desarrollo productivo de la fábrica

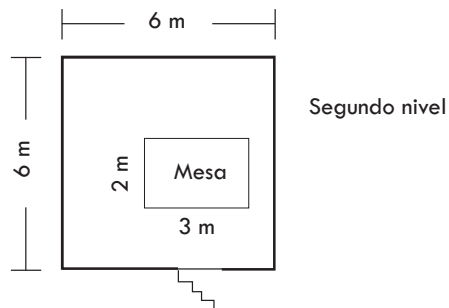
Etapas	Número de empleados	Producto fabricado
Inicio (1980)	2	Camisa Charra
Despegue (1999)	8	Camisetas
Consolidación (2001)	4	Camisetas y ropa para niños

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Dimensiones de la fábrica*

Esta fábrica es la que presenta las dimensiones más pequeñas de las tres, tan sólo 36 m<sup>2</sup> (esquema 5.3). Se compone solamente de una mesa para cortar las prendas. Toda la producción es enviada a los talleres de maquila. La mercancía regresa lista para enviarse a los diversos puntos de venta.

Esquema 5.3



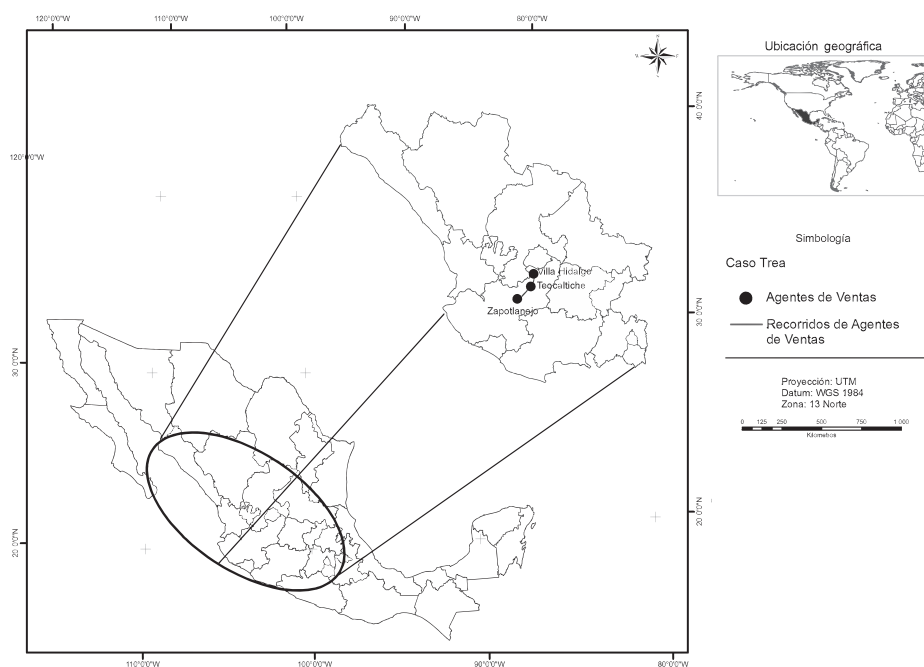
Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Agentes de viajes*

Desde hace dos años comercializa la producción de su negocio (camisetas y ropa de niña). El mercado que abastece se concentra principalmente en dos localidades de Los Altos de Jalisco (mapa 5.3): en Teocaltiche tiene solamente un cliente, quien además tiene tiendas en Villa Hidalgo; en esta última localidad provee de mercancías de forma directa a nueve clientes.

El tiempo que tiene de realizar esta ruta es relativamente corto: empezó a visitar Teocaltiche desde hace cuatro meses. Anteriormente se enfocaba solamente al abastecimiento del mercado de Villa Hidalgo.

Mapa 5.3  
Recorridos de agentes de ventas. Caso 3



Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Genealogías*

La genealogía por la línea paterna se compone de 32 miembros. Presentan una equidad de género (16 hombres e igual número de mujeres) (genealogía 5.5). Las edades van de 4 a 83 años.

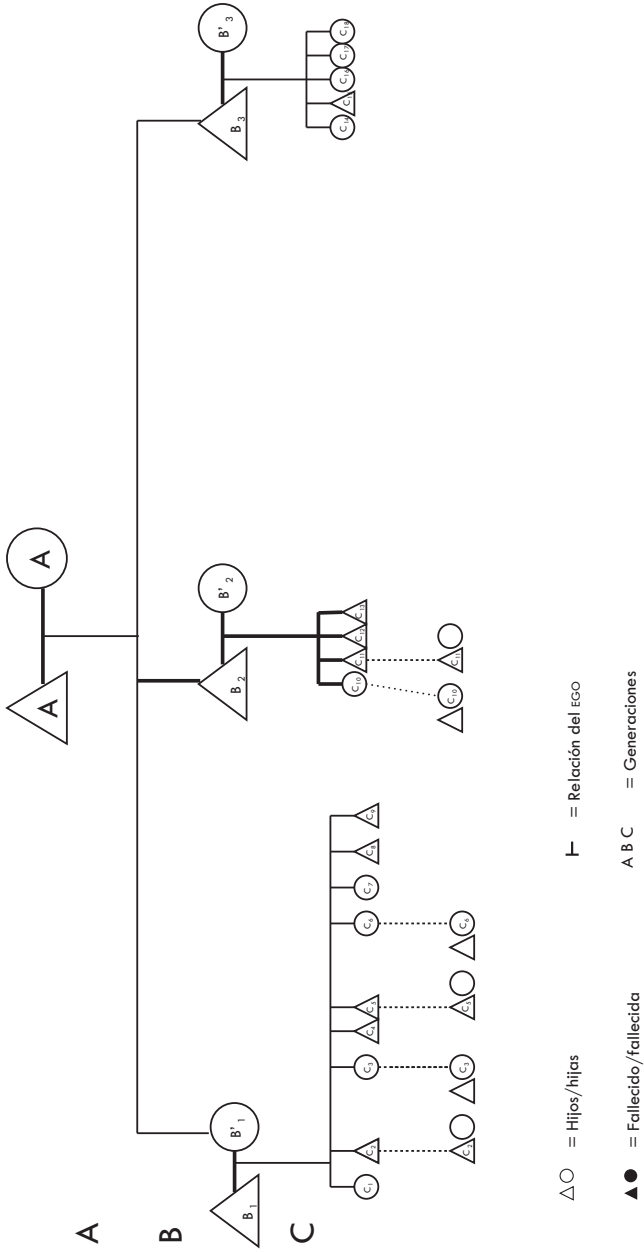
La primera generación se dedicaba a la agricultura y al hogar. A partir de la segunda generación se observa el inicio en la actividad manufacturera relacionada con la ropa. Combinan las actividades de ganadería, fabricación y comercialización de ropa.

Todos los miembros de la segunda generación están vinculados con el negocio de la ropa ( $B_1$  es ganadero y fabricante de ropa;  $B_2$  fabricante de ropa y  $B_3$  comerciante de ropa).

La generación de los hijos solteros y algunos casados estaba conformada por 18 miembros cuyas ocupaciones son: fabricantes de ropa (8), estudiantes (6), maquileros (2), hogar (1), monja (1).

De los seis hijos casados, el 83 por ciento se dedican (junto con su pareja) a la fabricación de ropa y se apoyan entre sí en las labores de maquila. Los miembros de esta generación que tienen relación directa con la industria del vestido son:

Genealogía 5.5  
 Caso C. Carlos Hermosillo



Salvador (C<sub>2</sub>), Guillermo (C<sub>4</sub>) fabrican y comercializan ropa; Susana (C<sub>3</sub>), José (C<sub>5</sub>) y Lucía (C<sub>6</sub>) son fabricantes, no comercializan; Denhy (C<sub>7</sub>) y Vicente (C<sub>8</sub>) apoyan en las labores de maquila a sus hermanos.

Los padres del Ego son relativamente jóvenes (51 y 54 años). Los hijos varones de este matrimonio, cuyas edades van de 24 a 28 años, se dedican a la fabricación y comercialización de ropa. Todos los miembros de esta genealogía son nacidos y criados en Zapotlanejo; por la línea materna la genealogía se compone por 97 miembros. El 54 por ciento corresponde a hombres y el resto a mujeres (genealogía 5.6). Las edades fluctúan entre 2 y 78 años.

La primera generación se dedicaba al comercio de abarrotes, combinado con un taller de sastrería y el hogar; en la segunda generación compuesta por quince parejas todos están relacionados con el negocio de ropa, ya sea mediante la producción o la comercialización de prendas de vestir.

Las parejas de matrimonios que se vinculan directamente con la industria del vestido son las siguientes:

Jesús y Juanita (B<sub>1</sub>) fabrican y comercializan ropa. Sus hijos siguen desarrollando la actividad, por ejemplo: Claudia (C<sub>1</sub>) fabrica ropa; Juan (C<sub>2</sub>) confecciona y comercializa ropa; Karina (C<sub>3</sub>) se dedica a la comercialización de ropa importada; y Álvaro (C<sub>4</sub>) apoya a Karina en la comercialización de prendas de vestir.

Francisco y Rosa (B<sub>2</sub>) son fabricantes de ropa. Su hija Marisol (C<sub>7</sub>) junto con su esposo se dedican a la comercialización de ropa.

Rosario e Ignacio son fabricantes y comerciantes de ropa. Sus hijos Adán (C<sub>12</sub>), Joaquín (C<sub>13</sub>) e Ignacio (C<sub>14</sub>) desarrollan la misma actividad.

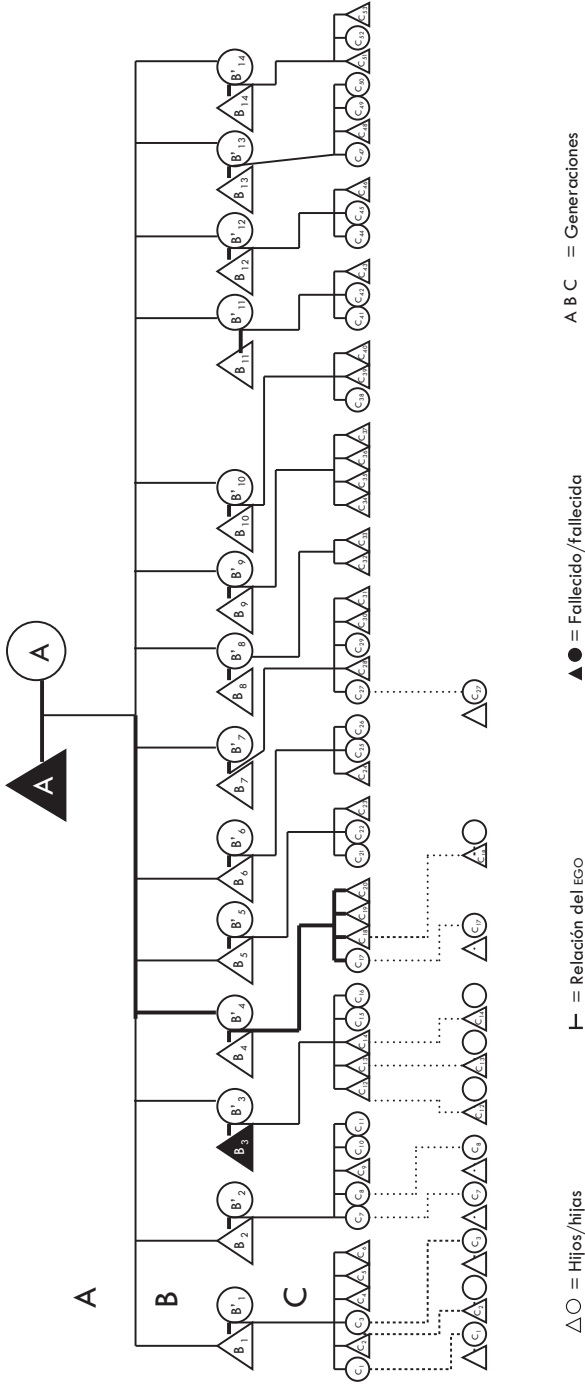
Guadalupe y Carlos (B<sub>4</sub>) es la familia nuclear del Ego.

Salvador y Yolanda (B<sub>5</sub>) combinan la actividad ganadera y la comercialización de ropa.

Dentro de la industria del vestido en Zapotlanejo, el conocimiento es transmitido de padres a hijos



Genealogía 5.6  
 Caso CC. López Aceves



Miguel y Susana (B<sub>6</sub>) son comerciantes de ropa.  
 Trinidad y Raúl (B<sub>7</sub>) optaron por la fabricación de ropa.  
 Lourdes e Ignacio (B<sub>8</sub>) comercializan ropa, al igual que su hijo Ignacio (C<sub>32</sub>).  
 Silvino e Irma (B<sub>9</sub>) son comerciantes de ropa.  
 Martha y Martín (B<sub>10</sub>) fabrican y comercializan ropa.  
 Carmela y Alberto (B<sub>11</sub>) se dedican a la fabricación de ropa.  
 Alicia y Martín (B<sub>12</sub>) fabrican y comercializan ropa.  
 Ana y Héctor (B<sub>13</sub>) son comerciantes de ropa.  
 Lucía y Jesús (B<sub>14</sub>) comercializan ropa.

La tercera generación de los hijos solteros y algunos casados está conformada por 53 miembros cuyas ocupaciones eran: estudiantes (34), fabricantes y comerciantes de ropa (11), maquileros (2) únicamente comerciantes de ropa (3), animador de fiesta (1) y nutriólogos (2). La mayoría de hijos casados están relacionados con el negocio de ropa.

### *Redes sociales*

#### *Red de confianza*

El intercambio de información se da de forma muy intensa con la esposa y este tipo de intercambio es el que presenta más tiempo, quizá porque la esposa es su brazo derecho, situación que no se presenta con la mamá, tal vez porque no está muy al pendiente del negocio, ya que inclusive sus conocidos tienen un intercambio muy intensivo y tienen menos tiempo de participar en el intercambio (cuadro 5.12).

**Cuadro 5.12**  
**Comparte información o documentos para hacer el trabajo**

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposa	9	Diario	Muy intensiva
Mamá	4	Quincenal	Poco intensiva
Conocido	1	Mensual	Poco intensiva
Conocido	6	Semanal	Intensiva
Conocido	3	Diario	Muy intensiva
Conocido	3	Diario	Muy intensiva
Conocido	2	Diario	Muy intensiva
Conocido	1	Diario	Muy intensiva
Conocido	1	Diario	Muy intensiva
Conocido	2	Diario	Muy intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### Red funcional

En cuanto a este punto, decide hacer partícipes sólo a los miembros de su familia: su esposa en primer lugar, su hermano y su mamá (cuadro 5.13).

Cuadro 5.13

Discute nuevas ideas de innovación, financieros, de productos y servicios

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposa	9	Diario	Muy intensiva
Hermano	4	Mensual	Poco intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.



Generación de fabricantes de ropa, 1960

### Red de comercialización

Como se observa la esposa está inmiscuida en todas las decisiones importantes ya que el tipo de intercambio es muy intensivo; al hermano se le toma más en cuenta intercambiando con él ideas cada semana, y en estas ideas ahora se invita a un conocido, pero no se le brinda la misma confianza, ya que su intercambio es semestral (cuadro 5.14).

**Cuadro 5.14**  
Discute ideas sobre los clientes

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposa	9	Diario	Muy intensiva
Hermano	4	Semanal	Intensiva
Conocido	4	Semestral	No intensiva

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

### *Red de producción*

La red de producción es igual que la de comercialización, lo único que cambia es la frecuencia de los intercambios de información, tal vez porque el producto que elaboran no cambia constantemente con la moda (camisetas), (cuadro 5.15).

**Cuadro 5.15**  
Discute ideas sobre los proveedores

Parentesco	Tiempo de llevar ese tipo de intercambio (años)	Frecuencia	Tipo de relación
Esposa	9	Semanal	Intensiva
Hermano	4	Mensual	Poco Intensiva
Conocido	4	Semestral	No intensiva

Fuente: elaboración propia Elaboración propia con base en las entrevistas.

## CONCLUSIONES

En el presente trabajo que ahora concluyo, se intentó reconstruir y analizar las consecuencias que presenta el desarrollo de una actividad productiva dentro del crecimiento económico local: este es el caso de la producción de ropa en Zapotlanejo.

El objetivo de esta investigación era relacionar en diversos niveles la reestructuración y las relaciones sociales de producción, como dos ejes que pueden proporcionarnos información sobre los procesos económicos de una región.

Desde esta doble perspectiva se trató de explicar el proceso de construcción de la localidad de Zapotlanejo y entender cómo la fabricación de ropa se convirtió en el elemento articulador de toda la dinámica social, económica y cultural, no sólo de la localidad, sino de una vasta región que se ha ido configurando y reconfigurando dependiendo del momento histórico en el que se estudie.

Esta misma lógica se encuentra en las modificaciones que se presentan en el trabajo, adaptación de los inmuebles con nuevos usos, reconfiguración de nuevos mercados laborales, de insumos y de ventas. En Zapotlanejo existe un espacio organizado por la confección que supone la integración de redes de insumos, comercialización, fabricación. Se empiezan a construir y fortalecer las redes locales y extralocales.

La hipótesis que sustenta la investigación planteó que el funcionamiento de las empresas dedicadas a la fabricación del vestido en Zapotlanejo está basado mediante la construcción de sus propias redes tanto empresariales como sociales. Las redes son construidas de forma individual y responden a la estrategia de los actores.

Su comprobación se fundamenta en el uso de diversas herramientas de análisis cualitativo y cuantitativo que nos permitieron comprobar la construcción de las estrategias de acción.

*El desarrollo socioeconómico impulsado  
a partir de la industria del vestido*

En un momento histórico determinado una región por iniciativa propia puede emprender nuevos proyectos que le permitan, ya sea iniciar o continuar su crecimiento

económico y posteriormente transformarse en un desarrollo económico una vez que los habitantes han visto incrementar su bienestar. Para llegar a ello se necesita que el sistema sea capaz de generar economías de escala mediante la utilización de recursos disponibles y la utilización de las innovaciones que en un principio se adquieren por medio de la imitación de productos y procesos de otras zonas, para posteriormente adaptarse a su propio entorno.

Entendiéndose por desarrollo económico local el concepto acuñado por Vázquez en 1988 (y citado posteriormente en 2000: 5) que lo define como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural la forma de desarrollo puede denominarse desarrollo local endógeno.

En este concepto se hace referencia a una serie de procesos: de acumulación del capital en ciertas zonas concretas; la disponibilidad de una oferta de mano de obra, suficientemente calificada para las tareas específicas que realiza, y poco conflictiva unido a la capacidad empresarial y organizativa, fuertemente articulada a la tradición productiva local y a una cultura atenta a las innovaciones y al cambio verá favorecido la acumulación de capital. Los procesos se caracterizan por la organización de las unidades de producción, que beneficiarán la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales.

Los procesos de desarrollo endógeno se producen debido a la utilización eficiente del potencial económico local. Las formas de organización productiva, las estructuras familiares y tradicionales locales, la estructura social y cultural, y los códigos de conducta de la población condicionan los procesos de desarrollo local, ya sea que favorecen o limitan las dinámicas económicas y determinan la ruta de desarrollo de la región.

El desarrollo local endógeno es analizado por Vázquez (2000: 6) mediante una visión territorial, contrariamente a como se estudiaba anteriormente de forma funcional en los procesos de crecimiento y cambio estructural. Argumenta que el territorio no es sólo el soporte físico de los objetos, actividades y procesos económicos, sino que es visto como un agente de transformación social. De tal forma que la economía regional se vincula al sistema de relaciones económicas del país en función de su especificidad territorial, y de su identidad económica, política, social y cultural.

Resalta la importancia del rol que juegan las empresas, las organizaciones, las instituciones locales y principalmente la sociedad civil, en los procesos de crecimiento y cambio estructural (Stohr, 1981 y 1985, citado por Vázquez, 2000: 7). Los actores locales, llámese públicos y privados, son los responsables de las acciones de inversión y control de los procesos. La movilidad laboral viene siendo uno de los

procesos que genera el desarrollo económico local. Emanado por la sobreoferta de puestos de trabajos. Para el caso de la confección no se requiere mayor especialización en la fuerza laboral.

Zapotlanejo es un claro ejemplo de desarrollo económico endógeno. Su desarrollo está fundamentado a partir de iniciativas locales que se han ido fortaleciendo mediante la conformación de redes sociales (familiares y de amistad). La política gubernamental, poco o casi nada, ha influido para el desarrollo de la región. En tan sólo cincuenta años Zapotlanejo ha visto transformar su base económica: pasó del sector primario al sector manufacturero.

Cada vez más Zapotlanejo trata de insertarse al nuevo modelo de desarrollo sustentado en la flexibilización de la mano de obra y la descentralización productiva, la integración de la mujer en las actividades económicas productivas y la utilización de maquinaria especializada. A pesar del gran dinamismo en el sector industrial, no está planteando un proyecto de largo plazo para el desarrollo industrial. Se observó que los excedentes se están invirtiendo hacia el comercio y los servicios.

El dinamismo generado a raíz de la fabricación de ropa ha generado un fenómeno importante impulsado por los incrementos de la demanda de mano de obra. Zapotlanejo actualmente se consolida no solamente como un centro productor de ropa sino que también se identifica como un centro comercializador, no sólo de los productos que se fabrican hacia el interior, sino que se están localizando comercios complementarios como tiendas que venden bolsas, cintos, gorras, cosméticos y lencería lo que provoca una concentración de la fuerza de trabajo en torno a una actividad.

El acelerado desarrollo económico ha traído consigo transformaciones en la estructura urbana. Al interior de la ciudad existe un núcleo duro, donde se ubican todos los negocios relacionados con la fabricación y comercialización de ropa. Esta configuración del espacio le permite aprovechar las economías de aglomeración. La actividad comercial se concentra en alrededor de 33 manzanas y gracias a esto se propició la expansión de calles especializadas en la venta de ropa, lo que trajo consigo la revalorización de las casas convertidas en locales comerciales.

Las economías de aglomeración presentes en los centros especializados traen beneficios, en un primer momento, posteriormente, tal aglomeración genera conflictos en la lucha por el espacio, de los cuales se están empezando a ver algunos: altos costos en las rentas, falta de empleados, robos, saturación de las calles, falta de estacionamientos y reducción del tamaño de las tiendas,<sup>1</sup> entre otros.

---

<sup>1</sup> Se observan locales comerciales con dimensiones no convencionales, donde la gente con bolsas no puede ni siquiera entrar: 90 centímetros de frente por 8 metros de largo, debido al surgimiento y desarrollo tan vertiginoso de la industria de la ropa,

Las relaciones comerciales no sólo se circunscriben hacia la venta de ropa, sino también intervienen en la compra de maquinaria especializada, telas, insumos, asistencia técnica. La tendencia actual de los proveedores es ubicarse en la localidad debido a que existe una férrea competencia y la contigüidad les permite responder a las necesidades inmediatas de sus clientes en tiempo y forma.

### *Nuevas formas de organización empresarial de los fabricantes de ropa de Zapotlanejo*

El proceso productivo para la fabricación de ropa se desarrolla en cuatro etapas: diseño, producción, terminado y comercialización. Al interior del proceso productivo se forman redes sociales de amigos, parientes y conocidos que son subcontratados para realizar el trabajo.

Se encontraron cinco modelos de organización productiva:

*Clásico.* Se caracteriza por la descentralización, la fábrica compra la tela, hace el corte y lo envía a casas particulares y talleres para el terminado de la prenda.

*Complementario.* Por un lado desarrolla el modelo clásico y al mismo tiempo comercializa productos importados poniéndoles su etiqueta como si fueran de elaboración propia.

*La empresa red.* El dueño adquiere maquinaria especializada y a la vez subcontrata el servicio a otros fabricantes.

*Subcontratación doble.* Sucede como en el modelo clásico, pero con la variante de que la maquila domiciliar, subcontrata a otros maquileros.

*Emergente.* Las otras fábricas se convierten en comercializadoras de ropa. Su función consiste en comprarles la producción a los maquileros y éstas se dedican solamente a comprar y vender, dejando de lado la fabricación.

De los modelos mencionados consideramos que dos son los más novedosos: el modelo complementario y el modelo emergente. Aún no se ha encontrado evidencia que fueran señalados por otros autores especialistas en el tema como Arias y Wilson (1997) y Alonso (1991).

---

como elemento dinamizador de la economía local; las casas fueron acondicionadas para funcionar como tiendas y fábricas. Actualmente, ya se están haciendo edificaciones específicas para cada fin. Se observa un despliegamiento de nuevas áreas, rumbo a la carretera libre a Guadalajara, evidenciado mediante la inauguración de tres plazas comerciales en noviembre de 2001.

La industria del vestido en Zapotlanejo se caracteriza por el uso de trabajo subcontratado a través de la maquila. Se pudieron identificar dos tipos de talleres: los unipersonales y los multipersonales. Esta forma de fabricación de ropa permite la descentralización del proceso productivo dando a las mujeres la facilidad de trabajar sin descuidar a su familia. La maquila domiciliar presenta un acelerado dinamismo que rebasa los límites administrativos locales y está empezando a adquirir dimensiones regionales que trascienden los límites municipales y estatales.

La producción de ropa se comercializa principalmente hacia un mercado masivo popular distribuyéndose preferentemente hacia el mercado regional. Los fabricantes producen la mercancía bajo dos modalidades, ya sea bajo pedido o de acuerdo con los volúmenes de prendas que consideren vender; debido a que la ventaja competitiva que maneja Zapotlanejo es la producción de ropa de moda y ésta cambia en cada temporada, por lo tanto se manejan inventarios cero. La tendencia que se observa actualmente es el incremento de negocios de ropa importada principalmente de Estados Unidos y Brasil.

Existe una multiplicidad de canales de comercialización debido a la fuerte demanda de las mercancías, a través de tiendas de fábrica, creación de modernas y funcionales plazas comerciales, tianguis, comercios independientes, ventas por internet, ventas por teléfono, ferias y exposiciones organizadas por los mismos empresarios. También manejan ventas directamente en la fábrica, donde el cliente es el primero en acceder a los modelos, antes que salgan a exhibición. Se manejan ventas al mayoreo (tres prendas o más del mismo modelo y color con un descuento de 10% aproximadamente) y menudeo.

La producción y comercialización han creado una red de relaciones práctica y eficiente entre las diversas localidades, especializadas en la fabricación de ropa. Para el caso de la producción el ámbito de influencia se encuentra circunscrito principalmente hacia el interior del estado. Zapotlanejo es uno de los principales abastecedores de ropa de Villa Hidalgo y Moroleón, localidades que tradicionalmente se han caracterizado por la manufactura de prendas de vestir. No así, para la comercialización, que rebasa los límites estatales y hasta nacionales.

Las relaciones productivas se encuentran fincadas mediante acuerdos de tipo informal, sustentados en sus propios usos y costumbres. Intervienen las relaciones de amistad y familiares. Los nuevos esquemas asociativos y la consolidación de sistemas eficientes de relaciones productivas constituyen una relación indispensable para establecer un sistema de información que ayude a la formación de redes empresariales en los momentos de mayores carga de trabajo, mediante la subcontratación de otros productores, pero la cultura individualista prevaleciente en la zona limita su crecimiento.

Las estrategias de cooperación adoptadas por los empresarios de Zapotlanejo se basan en las relaciones formadas hacia el interior de la localidad. Los prestamistas y

los proveedores de insumos asumen roles que deberían tener las instituciones públicas y privadas para la dotación de préstamos. No funciona el sistema bancario en la asignación de créditos a los pequeños negocios dedicados a la fabricación de ropa.

Zapotlanejo ha hecho frente a los problemas económicos ocasionados por las situaciones externas, mediante la creación de micro y pequeñas empresas que presentan mayor flexibilidad a los vaivenes económicos. Con la facilidad que se crean también desaparecen, situación que hace difícil su cuantificación.

Los cambios observados en el desarrollo de las empresas se han dado principalmente en tres líneas: a) fragmentación del proceso productivo; b) división de trabajo; c) incorporación de la mano de obra masculina a las labores de la confección de ropa, específicamente en el detallado (pegado de botón, ojal y bastilla). Estos procesos se desarrollan y se encuentran dispersos en el espacio.

### *La familia, estructura y base fundamental para el desarrollo de la industria de la confección en Zapotlanejo*

Generalmente el origen de los negocios de ropa en Zapotlanejo es a partir de grupos familiares, dado que por su convivencia y objetivos similares en el beneficio común se conjuntan para lograrlo. En este tipo de negocios por lo regular los administradores son los mismos familiares y las decisiones las toman los más allegados a ellos según el grado de confianza o intercambio de información.

El elemento fundamental del desarrollo de la industria del vestido en Zapotlanejo se encuentra en el fortalecimiento de redes familiares, de amigos, y por intereses comunes.

Las redes sociales y empresariales en Zapotlanejo se integran local, regional e internacionalmente y, son construidas por los individuos a partir de intereses comunes. Las instituciones gubernamentales, no participan dentro del proceso.

La formación y ampliación de las redes, se encuentran asociados a acuerdos informales, donde la cooperación y la solidaridad del círculo de amigos y familiares están presentes, como cuando existe gran cantidad de trabajo y se apoyan unos a otros.

Las relaciones sociales se ven fortalecidas cuando interactúan en un espacio geográfico en común (Bott, 1990: 140). Se crean códigos de conducta claramente diferenciados de los externos. Aunque son más importantes las relaciones reales más que el entorno geográfico, la interacción mediante las relaciones y la contigüidad geográfica.

La permanencia en la red depende de la estabilidad y de que sigan continuándose dándose las relaciones. Las diferencias en tamaño de las redes pueden ser explicadas en parte por el hecho de que el ego tiene más tiempo en el negocio, tiene más edad, juega más roles ocupacionales, presenta una tendencia a personalizar

sus relaciones a mayor escala o simplemente la diferencia puede estar dada en función de la memoria entre cada uno (Boissevain y Mitchell, 1973: 141). No podemos estar del todo seguros que las relaciones que mencionó el Ego sean las que realmente tiene, puede ser que hayan quedado muchas fuera.

La red social enfocada a las relaciones productivas no es estática se crea y se transforma en el tiempo. El hallazgo que se pudo encontrar en los tres casos de estudio es que entre las dos temporadas de producción se mantiene a los mismos miembros que conforman la red. Lo único que cambia es la frecuencia en las relaciones y por lo tanto la intensidad. En la temporada alta se incrementa el volumen de producción y por ende se requiere mayores insumos de producción. Por lo tanto las redes sociales de producción son dinámicas y son creadas y mantenidas a partir del Ego.

Las fábricas en los tres casos de estudio presentan una reestructuración en tres aspectos: en el proceso (cambio de productos), las relaciones laborales (el personal que maquila las prendas es considerada autónomo), y territorial (existe una descentralización productiva de la fábrica hacia los talleres de maquila).

Como parte de las estrategias de sobrevivencia los fabricantes incursionan en nuevos productos, situación que implica dos cosas: enseñar a la fuerza de trabajo y en la adquisición de maquinaria especializada. Los proveedores adquieren una doble función a parte de convertirse en las fuentes de financiamiento industrial, también participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el uso de maquinaria especializada.

Se observa la existencia de una geografía diferencial. Las industrias de forma individual crean su propia región en este caso determinada por la dimensión del mercado. Es decir, la interrelación viene expresada por las relaciones de producción y comercialización. Las fábricas en lo particular han construido su red comercial a la par del desarrollo de su negocio y fortalecen sus rutas ya establecidas desde muchos años atrás.

El tamaño de la red comercial en los tres casos tiene que ver con el tiempo establecido de la empresa en el mercado. La red comercial del caso 1, presenta una mayor cobertura. Se enfoca principalmente hacia las ciudades más importantes del centro del país. La red comercial del caso 3 se enfoca hacia pequeñas localidades del estado de Jalisco. Podemos afirmar que es una red muy local.

Las relaciones encuentran su expresión en el espacio que puede darse en presencia o en ausencia. Este último adquiere mayor impulso actualmente por el uso intensivo de formas de comunicación como son: el uso de internet, mediante la presencia de páginas electrónicas, mensajeros al instante (messenger); fax y teléfono. La presencia se lleva a cabo mediante la relación cara-cara: cuando los clientes acuden a la localidad a comprar mercancía o cuando los dueños de las fábricas asumen la función de agentes de ventas.

En los tres casos estudiados no encontramos un tamaño estándar de fábrica. Las dimensiones del espacio van desde los 306 m<sup>2</sup>, 220 m<sup>2</sup>, hasta los 36 m<sup>2</sup> (esquemas 1, 2 y 3). Las dimensiones están relacionadas con el hecho que si llevan o no parte del proceso productivo dentro de la nave. De acuerdo con su proceso productivo se encuentran dos tipos de fábricas.

- 1) Fábrica semiflexibilizada: realiza el corte y el terminado final de la prenda.
- 2) Fábrica flexibilizada: solamente realiza el corte de la prenda.

Se observa que por su función podemos encontrar dos tipos:

- 1) Fábrica-casa.
- 2) Únicamente fábrica.

En la fábrica-casa se desarrollan las labores industriales a la par de las propias del hogar. La red social no se puede estudiar en su conjunto. Las relaciones hoy en día son cada vez más complejas. Las redes sociales representan un sinnúmero de procesos que coadyuvan al desarrollo del fenómeno como parte de la estrategia.

Se observa además una socialización de los espacios destinados al corte las prendas, pueden ser utilizados no solamente por los propietarios sino también todos los miembros de la familia que lo deseen en algunos casos, previo un pago y en otros solamente como préstamo.

La especialización flexible supone: a) la existencia de una gran cantidad de empresas de corte familiar; b) operación de las mismas a partir de relaciones basadas en la confianza recíproca entre los empresarios, que se sostienen a través del tiempo y que teóricamente posibilitan la dualidad cooperación-competencia; c) la existencia de una densa red de transmisión de conocimientos sobre la actividad económica; y d) la cohesión social de los empresarios en el plano de lo informal, desde el momento que participan en actividades conjuntas da lugar a nuevas relaciones sociales entre ellos.

Podría deducirse que las redes de relaciones sociales de los empresarios, son condicionantes para la posible existencia de redes de empresas, características del distrito industrial. En ese sentido, surge la preocupación y la necesidad de explicar, ¿por qué algunas regiones especializadas tienen éxito desde el punto de vista económico, al evolucionar de un cluster a la categoría de un distrito industrial? y ¿por qué otras se quedan solamente en la aglomeración de empresas?

La respuesta está en las relaciones que logren conformar mediante las redes sociales y las redes empresariales. Para el caso mexicano, aunque existen relaciones de mucha confianza y parentesco, las redes de empresas no se materializan, tal vez porque se tenga una noción diferente del concepto de confianza. Habrá que indagar.

Otro de los hallazgos es que en Zapotlanejo se observa una transición de clase social. La utilización del instrumento de las genealogías permitió observar esa transición de las actividades agropecuarias hacia las actividades de los servicios. La fabricación de ropa tuvo la capacidad y energía de generar los recursos profesionales en las generaciones actuales.

Zapotlanejo es testigo de la transición social y laboral que ostentan sus pobladores en la actualidad. Pocos lugares en el mundo han tenido la suerte y la capacidad de observar cambios sociales tan profundos e importantes en un periodo de tiempo relativamente corto. Podemos decir, que Zapotlanejo sin pensarlo se está convirtiendo en un laboratorio social, que brinda elementos para los estudiosos de las ciencias sociales.

Por último basta decir que la presente investigación, no termina aquí, sino aquí es donde empieza. El trabajo más que respondernos preguntas, permitió plantearnos nuevas preguntas, que en un futuro no muy lejano tal vez, se desarrollaran.



## ANEXO 1

Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido  
Doctorado en Ciencias Sociales  
Universidad de Guadalajara

Responsable: Rosario Cota Yáñez  
Asesor: Patricia Arias

Objetivo. Se pretende identificar la conformación de redes en la industria de la confección en Zapotlanejo. Esta investigación es de tipo institucional y corresponde a la tesis doctoral en Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara.

Confiabilidad. Se garantiza que la información obtenida por medio de este cuestionario no será publicada a nivel individual de las empresas y su uso será con fines académicos.

	a.1 No. cuestionario_____
a.2	Fecha de la entrevista _____
a.3	Nombre de la empresa _____
a.4	Ubicación _____
a.5	Teléfono _____ fax _____ e-mail _____
a.6	Puesto del entrevistado _____)
a.7	Escolaridad _____
a.8	Obreros de esta planta _____ empleados _____
a.9	Otros empleados y obreros de otros talleres _____
a.10	Edad _____

### I. Información general

I.1 ¿En qué año se fundó la planta? \_\_\_\_\_

I.2 El origen del capital en términos porcentuales es.

01 individual \_\_\_\_\_ 02 familiar \_\_\_\_\_ 03 Pertenece a una firma estado-  
unidense \_\_\_\_\_ 03 otros \_\_\_\_\_

I.3 ¿Esta planta es única o pertenece a una matriz? \_\_\_\_\_

I.4 Cuál es el nombre y ubicación de la casa matriz (en caso de tenerla)

\_\_\_\_\_

I.5 Número de plantas de esta compañía en México \_\_\_\_\_

I.6 Volumen de ventas anuales de esta planta (en millones de pesos)

2000	Tendencia 90-94 (+,=,-)	Tendencia 95-00 (+,=,-)

I.6 ¿Qué porcentaje de las ventas totales representa esta planta? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

I.7 Volumen de exportaciones anuales de esta planta (en millones de pesos)

	1994	2000
¿Cuál fue el valor total de las exportaciones?		
¿Qué porcentaje del total de la producción se exportó?		

I.8 Destino de las exportaciones

Estados Unidos	1994	2000
Canadá		
Otros (índice cuál)		

## II. Producción

II.1 Indique los tres productos que más se venden y qué fabrica la planta por orden de importancia

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

II.2 ¿Cuál fue el volumen de producción en unidades de los anteriores productos?

Productos	1994	2000
Primero		
Segundo		
Tercero		

II.3 ¿Cuál es la posición que juega esta planta en el contexto de la estrategia de su compañía?

01	Manufactura de productos para el mercado interno	( )
02	Manufactura de productos para el mercado externo	( )
03	Provee insumos sólo a la casa matriz	( )
04	Provee insumos a quien lo solicite	( )
05	Manda fabricar sus productos a otros talleres	( )
06	Otros (indique)	

### III. Estrategias competitivas

III.1 ¿Dónde se localizan sus competidores?

En el municipio ( )      Resto del país ( )      Extranjero ( )  
Específicamente:

\_\_\_\_\_

III.2 ¿Cuál es el tamaño de sus competidores?

Grandes empresas ( )      Medianas ( )      Pequeñas ( )  
(más de 250      Más de 100 trabajadores      De 16 a 99 trabajadores  
trabajadores)

III.3 Mencione el nombre de tres competidores

A \_\_\_\_\_

B \_\_\_\_\_

C \_\_\_\_\_

III.4 Mencione por orden de importancia sus factores de competitividad (del 1 más importante al 5 menos importante)

Precio \_\_\_\_\_  
Calidad de los insumos \_\_\_\_\_  
Diseño \_\_\_\_\_  
Servicio post-venta \_\_\_\_\_  
Variedad de los productos \_\_\_\_\_  
Tiempo de entrega \_\_\_\_\_

Tecnología \_\_\_\_\_  
 Publicidad \_\_\_\_\_  
 Nombre de la marca \_\_\_\_\_  
 Red de ventas \_\_\_\_\_  
 Otros (especifique) \_\_\_\_\_

III.5 ¿Cuáles han sido los tres problemas más comunes de esta planta?  
 (Del 1 más importante al 5 menos importante)

- |                              |       |                                |     |
|------------------------------|-------|--------------------------------|-----|
| a.1 Falta de insumos         | ( )   | a.2 Falta de clientes          | ( ) |
| a.3 Falta de créditos        | ( )   | a.4 Bajas ganancias            | ( ) |
| a.5 Trámites aduanales       | ( )   | a.6 Férrea competencia         | ( ) |
| a.7 con empleados            | ( )   | a.8 Clientes no pagan a tiempo | ( ) |
| a.9 Calidad de los productos | ( )   | a.10 Calidad en los insumos    | ( ) |
| a.11 Otros (especifique)     | _____ |                                |     |

III.6 ¿Tienen proyectos a mediano plazo?                      sí ( )    no ( )

En caso de ser afirmativa pase a la siguiente

- |  |       |
|--|-------|
| a.1 Ampliar la capacidad instalada           | ( )   |
| a.2 Incremento de exportaciones              | ( )   |
| a.3 Introducción de nuevos productos         | ( )   |
| a.4 Cerrar total o parcialmente              | ( )   |
| a.5 Aliarse con otros productores nacionales | ( )   |
| a.6 Aliarse con productores extranjeros      | ( )   |
| a.7 Otros (especifique)                      | _____ |

III.7 ¿Quién toma las decisiones en esta planta?

De acuerdo con los siguientes *items*

*Gerente (01), propietario (02), encargado (03), casa matriz o contratante (04)  
 Otro, especificar (05)*

- |   |     |       |
|---|-----|-------|
| a.1. Selección de tecnología                      | ( ) | _____ |
| a.2 Compra de bienes de capital                   | ( ) | _____ |
| a.3 Determinación de los volúmenes de exportación | ( ) | _____ |
| a.4 Proveedores internacionales                   | ( ) | _____ |
| a.5 Proveedores nacionales                        | ( ) | _____ |
| a.6 Compra de insumos                             | ( ) | _____ |
| a.7 Comercialización del producto                 | ( ) | _____ |

#### IV. Acciones empresariales

A proveedores

IV.1 ¿Dónde se localizan sus proveedores? (indique en porcentajes)

	En el municipio	Resto del país (especificar)	Extranjero (especificar)
Materias primas			
Maquinaria			
Componentes			
Otros (especifique)			

IV.2 ¿Cuáles son los asuntos más recurrentes en relación con sus proveedores?

	Disponibilidad	Precio	Calidad
Materias primas			
Maquinaria			
Componentes			
Otros (especifique)			

IV.3 ¿Dónde se localizan sus proveedores de servicios? (indique en porcentajes los tres primeros)

	En el municipio (especificar)	Resto del país (especificar)	Extranjero (especificar)
Asistencia tecnológica			
Diseño de productos			
Contabilidad			
Estrategia de mercado			
Software			
Asesoría para exportar			
Publicidad			
Otros (especifique)			

IV.4 ¿Cuáles son los obstáculos que se le han presentado para aumentar el uso de proveedores nacionales? Primero ( ) Segundo ( ) Tercero ( )

a.1 Falta de competitividad en los precios

a.2 Deficiente control de calidad

a.3 Falta de tecnología adecuada para los insumos tiempos de entrega

a.4 Incumplimiento en los

a.5 Falta de proveedores locales

a.6 Otros (especifique) \_\_\_\_\_

IV.5 ¿Esta planta tiene alguna alianza con sus proveedores?

Sí 01 ( ) No 02 ( )

En caso de ser afirmativa, pase a la siguiente

IV.6 ¿En que términos está fincada dicha relación y cuál es el objetivo?

---

---

IV.7 ¿Dicha relación se encuentra formalizada por medio de un contrato?

Sí 01 ( ) No 02 ( )

IV.8 ¿Cuál es la duración promedio de sus contratos?

Menos de 1 año \_\_\_\_\_

1 a 2 años \_\_\_\_\_

3 a 5 años \_\_\_\_\_

IV.9 ¿Se ha presentado algún cambio en los mecanismos seguidos por sus proveedores en los últimos cinco años? Sí 01 ( ) No 02 ( )

Si es afirmativa pasar a la siguiente

IV.9.1 ¿Cuáles han sido? \_\_\_\_\_

IV.10 ¿En cuáles de los siguientes aspectos comparte información con sus proveedores?

	Sí 01	No 02	Observaciones
Control de calidad			
Normas ISO 9000			
Acceso a nuevos mercados			
Capacitación			

IV.11 ¿Cómo escoge a sus proveedores?

---

---

## A clientes

IV.12 Actualmente, a cuánto asciende el número de clientes de esta empresa

- a.1 De 1 a 15 ( )                      a.3 De 101 a 250 ( )  
a.2 De 16 a 100 ( )                      a.4 Más de 250 ( )

IV.13 ¿Con relación a sus principales clientes podría decirme lo siguiente?

Cientes	Nombre	Localización	Porcentaje de ventas totales
Primero			
Segundo			
Tercero			

IV.14 ¿Ha tenido algún cambio en la relación con sus clientes que hayan afectado el funcionamiento de su planta últimamente?

Sí 01 ( )      No 02 ( )

IV.14.1. En caso afirmativo, ¿cuáles? \_\_\_\_\_

IV.15 ¿Cuál es la relación que tiene esta empresa con el cliente más importante en volumen de compras?

- a.1 Pertenece a la empresa                      a.2 Es una empresa independiente  
a.3 Es subcontratista                      a.4 Es la casa matriz  
Otros (especifique) \_\_\_\_\_

## V. Relaciones empresariales

V.1 ¿En los últimos dos años ha establecido relaciones comerciales o de producción con otras empresas para mejorar el funcionamiento de su planta?

Sí 01 ( )      No 02 ( )

V.1.1 En caso afirmativa, ¿de qué tipo?

- a.1 Subcontratación con otros productores ( )  
a.2 Asociación de producción ( )  
a.3 Asociación para compras y ventas en conjunto ( )

- a.4 Compras directas a nuevos productores ( )
- a.5 Ventas directas a nuevos clientes ( )
- a.6 Compras a través de intermediarios ( )
- a.7 Ventas a través de distribuidores ( )
- a.8 Otros (especifique) \_\_\_\_\_ ( )

### V.2 tipos de acuerdos pactados

	Tiene acuerdos por escrito	¿Cuál es la duración promedio del contrato actual?	¿En qué año inició?	¿Los contratos le han permitido mejorar el funcionamiento de su empresa?	
	Sí 01, No 02			Sí 01	No 02
Proveedores					
Empresas de servicios					
Clientes					
Otros					

### V.3 ¿Qué ventajas obtuvieron con los acuerdos realizados?

- a.1 Suministro de partes, herramientas y maquinaria ( )
- a.2 Financiamiento ( )
- a.3 Asistencia técnica ( )
- a.4 Capacitación ( )
- a.5 Asesoría financiera o administrativa ( )
- a.6 Otros (especifique) \_\_\_\_\_ ( )

### V.4 ¿De quién surgió la iniciativa para establecer los acuerdos de colaboración?

- a.1 Del empresario (dueño de la planta) ( )
- 9a.2 De los clientes de esta empresa ( )
- a.3 De la matriz ( )
- a.4 De los proveedores de componentes y maquinaria ( )
- a.5 De la colaboración que ha tenido con otras empresas ( )
- a.6 De asociaciones industriales ( )
- a.7 De ferias y exposiciones ( )
- a.8 De organismos públicos y financieros ( )
- a.9 Otros (especifique) \_\_\_\_\_ ( )

V.5 Los acuerdos pactados le han permitido

- a.1 Aumentar la clientela ( )
- a.2 Mantener ( )
- a.3 Disminuir ( )

V.6 ¿Ha mejorado su posición en el mercado debido a los acuerdos pactados?

Sí 01 ( ) No 02 ( )

V.7 ¿Ha realizado algún tipo de adaptación o cambio a consecuencia de los acuerdos establecidos con otras empresas?

Sí 01 ( ) No 02 ( )

V.7.1 ¿En caso afirmativo, ¿de qué tipo? \_\_\_\_\_

V.8 ¿Cuál es el destino principal de la producción?

- a.1 En las grandes cadenas de México ( )
- a.2 Grandes cadenas de EUA ( )
- a.3 En cadenas minoristas ( )
- a.4 Directamente al público mediante tienda de fábrica ( )
- a.5 A minoristas que venden por su cuenta ( )
- a.6 Otros (especifique) ( )

#### VI. Apoyos institucionales

VI.1 ¿Ha recibido alguna clase de ayuda por parte del gobierno?

Sí 01 ( ) No 02 ( )

VI.1.1 En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

	Local	Estatad	Federal
Incentivos financieros			
Innovación del proceso productivo			
Innovación del producto			
Formación de recursos humanos			
Exportación			

Comercialización			
Administración empresarial			
Otros (especifique)			

VI.2 ¿Cómo considera que hayan sido los apoyos y qué efecto han tenido en su empresa?

- a.1 Muy bueno ( )
- a.2 Regular ( )
- a.3 Ninguno ( )

VI.3 ¿Se ha enfrentado con importantes obstáculos por parte de las instituciones gubernamentales?

Sí 01 ( )      No 02 ( )

VI.3.1 En caso afirmativo, explique de qué tipo han sido\_\_\_\_\_

---

VI.4 ¿Algún comentario que desee agregar? \_\_\_\_\_

---

Gracias por su atención.

## ANEXO 2

### Ferias y exposiciones de la ropa a nivel mundial, 2003

Lugar, Sede	Evento	Fecha
<b>Europa</b>		
Valencia, España	50ª. Feria Internacional de la Moda Infantil y Juvenil	25-28/01
París, Francia	PRET A PORTER París Expo	25-28/01
Colonia Alemania	INTERJEANS HERREN MODE WOCHÉ	01-03/02 y 02-04/08
Colonia Alemania	KIND+JUGEND (verano) Feria Internacional Niños y Jóvenes	01-03/02
Dusseldorf, Ale.	CPD/IGEDO BODY&BEACH	03-05/02
Madrid, España	INTERmoda Salón Internacional de la Moda Pronta	03-05/02
Copenhague, Din.	CIFF Feria Internacional de la Moda de Copenhague	07-10/02
Leipzig, Alemania	MODE MESSE Leipzig	09-11/02
Madrid, España	INmoda-ANIModa.Parque Ferial Juan Carlos I	09-12/02
Madrid, España	IMAGENmoda Salón Internacional de Moda Fem.	09-12/02
París, Francia	PREMIERE VISION París-Nord Villepinte	20-23/ 02
Milán, Italia	Moda INTessuto & accessort	30-01/02
Poznan, Polonia	PFW POZNAN FASHION WEEK	07-09/03
Oporto, Portugal	MOD´TISSIMO Portugal	08-09/03
Moscú, Rusia	Moda MOSCOW-GLOBAL FASHION	13-16/03
Florenia, Italia	PITTI IMMAGINE, Moda by pelle	27-28/03 y 09
Munich, Alemania	Moda MADE IN ITALY	05-07/04
Bruselas, Bélgica	WORLD APPAREL MARKET	09-11/04
Florenia, Italia	PITTI IMMAGINE, U OMO	20-23/06

Lugar, Sede	Evento	Fecha
Florenca, Italia	PITTI IMAGINE, BIMBO	28-30/06
Florenca, Italia	PITTI IMAGINE, FILATI	03-05/08
Dusseldorf, Alem	CPD DÜSELDORF	04-06/08
Madrid, España	INModa-ANIModa Asociación de Distribuidores d Moda	30/08-2/09
Madrid, España	IMAGENModa Salón Internacional de Moda Mujer	30/08-2/09
Madrid, España	INTERModa Salón Internacional de la Moda Pronta	30/08-2/09
Madrid, España	Intima-Moda-BAÑO Salón de Baño, Lenciería, Corsetería	30/08-2/09
Madrid, España	CIEEN X 100 Salón de Jeans, Streetwear, sportwear	30/08-2/09
París, Francia	PRET A PORTER París	06/09
<b>Asia</b>		
Hong Kong	Hong Kong FASHION WEEK	15-18/01
Tokio, Japón	INTERNATIONAL FASHION FAIR Tokio	16-18/01
Bangkok, Tailan.	Bangkok INT. FASHION FAIR	21-25/01
Hong Kong, China	APLF Hong Kong	08-10/04 y
Osaka	JAPAN INTERNATIONAL APPAREL MACHINERY	04-06/09
Shangai	TRADE	15-18/05
	FASHION CHINA International trade fair for casual and career	10-12/09
<b>América Latina</b>		
Sao Paulo, Brasil	FENIT (FERIA INTERNACIONAL DEL Textil y de la Moda)	29/01; 01/02; 02/05
<b>América del Norte</b>		
N.Y., EUA	STYLE INDUSTRIE Jacob Javits Convention Center	5-07/01
N.Y., EUA	International Fashion Boutique Show Jacob J.	5-06/01
Dallas, EUA	Dallas Men's & Boys' Apparel Market. Dallas Market Center	14-10/01
Guadalajara, Jal.	Intermoda Centro de Exposiciones Expo-Guadalajara	15-18/ 01 y 16-19/07
Dallas, EUA	Dallas Women's & Children's Apparel & Accessories Market Dallas Market Center	17-21/ 01

Lugar, Sede	Evento	Fecha
Guadalajara, Jal	EXPO TU BODA	15-19/08 24-28/10; 26-27/01; 25-26/05 y 28-29/09
Las Vegas, EUA	PACIFIC HOME FASHION FAIR	29-30/01
Dallas, EUA	The Men's Show in Dallas Market Cent.	09-12/02
México, D.F.	EXPO NOVIAS México (EXHIBIMEX)	16-17/02
México, D.F.	EXPO TU BODA WTC	16-17/02; 01/03 y 23-25/11
Las Vegas, EUA	MAGIC SHOW Las Vegas Convention Center & Sands Expo	19-22/02 y 26-29/08
Las Vegas, EUA	THE EDGE Las Vegas Convention Center & Sands Expo	19-22/02
Las Vegas, EUA	WWDMAGIC Sands Expo Convention Center	19-22/02
Las Vegas, EUA	MAGIC kids Las Vegas Hilton Hotel	19-22/02
NY, EUA	International Kids Fashion Show Jacob Javits Contention	04-06/03
Dallas, EUA	Dallas SWIMWEAR MARKET	15-17/08
Monterrey, NL	EXPO TU BODA CINTERMEX	03-04/04

Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, 2003.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aglieta, Michel (1991). *Regulación y crisis del capitalismo*. México: Siglo XXI Editores.
- Aguilar Fuentes, Luis (1991). La eficiencia en la industria de hilados y tejidos de algodón en México. *Problemas del Desarrollo*, vol. XXII, núm. 85, pp. 153-176.
- Alba Vega, Carlos y Dirk Kruijt (1988). *Los empresarios y la industria de Guadalajara*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco.
- Aldana Rendón, Mario A. (1979). *Desarrollo económico de Jalisco, 1821-1940*. México: Universidad de Guadalajara.
- Alegría, Tito (1992). *Metodología para el proyecto ciudades*. Ponencia presentada en El Colegio de la Frontera Norte 2. Tijuana, del 22 al 24 de octubre.
- Alonso Herrero, José Antonio (1991). *Mujeres maquiladoras y microindustria doméstica*. México: Ed. Fontamara.
- Amin, A. (1994). *Post-fordism. A reader*. Blackwell: Oxford.
- Arias, Patricia (1983). *Fuentes para el estudio de la industrialización en Jalisco. Siglo XX*. México: Cuadernos de la Casa Chata.
- (1985). *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña industria*. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- (1990). Nueva industrialización, otros trabajadores. *Revista Ciudades*. Puebla: Red de Investigación Urbana, núm. 7, pp. 19-25.
- (1992). *Nueva rusticidad mexicana*. 1a. ed. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- (1993). El proceso de industrialización en Guadalajara, Jalisco, Siglo XX. *Relaciones*, núm. 2.
- (1997). Crisis metropolitana, especialización económica y nuevas relaciones espaciales en México. *Espiral*, vol. IV, septiembre-diciembre. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1998). Migración internacional y trabajo femenino en el campo. Los motivos de una persistencia. *Revista Notas*, núm. 5. Aguascalientes: INEGI, pp. 29-39.
- (2000). De villa alfarera a ciudad dividida. *Tonalá: una aproximación a su estudio*. Beatriz Núñez Miranda, coord. Zapopan: El Colegio de Jalisco, pp. 13-42.

- (2004). Linaje y vicisitudes de la cultura empresarial en Jalisco. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, vol. 10, núm. 30, mayo-agosto, pp. 85-108.
- y Fiona Wilson (1997). *La aguja y el surco. Cambio regional, consumo y relaciones de género en la industria de la ropa en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Center For Development Research Jalisco.
- Arvanitis, Rigas (1996). Redes de investigación e innovación: un breve recorrido conceptual. *Estudios del Trabajo*, núm. 3. México: FLACSO.
- Avilés Gómez, Gloria (1996). Industria manufacturera. Situación actual y desarrollo bajo un modelo alternativo. *Micro, pequeña y medianas empresas en México: desempeño y problemática*. José Luis Calva, Allevato Capdevielle y Cuauhtémoc Pérez Llamas, coords. México: UAM-Xochimilco, pp. 449-466.
- Azais, Christian (1998). Dinámica territorial, localización y sistemas productivos locales: algunas indicaciones teóricas. Carlos Alba, Ilan Bizberg y Hélène Riviere, comp. *Las regiones ante la globalización*. México: CEMCA/ORSTOM/ COLMEX, pp. 561-590.
- Banco de México (2001-2002). *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio*. México: Banxico.
- (2003). *Indicadores económicos*. México: Banxico.
- Barajas Escamilla, Rocío (2000). *Patterns of social productive global networks in the electronics industry of Tijuana-San Diego region*. Paper presented at the XXII International Congress of Latin American Studies Association. Miami, Florida, march, pp. 16-18.
- Barajas Manzano, Javier (1959). *Aspectos de la industria textil de algodón en México*. México: Instituto Mexicano de Investigaciones Económicas.
- Bárcena, Mariano (1954). *Descripción de Guadalajara en 1880*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Barnes, J. A. (1969). Networks and political process. *Social networks in situations analyses of personal relationships in Central African town*. Gran Bretaña: Clyde Mitchell, editor.
- (1978). *Genealogies. The craft of social anthropology*. India: A. L. Epstein/Hindustan Publishing Corp.
- Barrón, Antonieta y Manuel Hernández (1996). Desempeño reciente y alternativas de desarrollo de la industria de la confección. *Comercio Exterior*. México, vol. 46, núm. 11, enero.
- Bazán, Lucía (1999). *Cuando una puerta se cierra cientos se abren. Casa y familia: los recursos de los desempleados de la refinería 18 de Marzo*. México: CIESAS-Antropología.
- Becattini, Giacomo (1989). *Los distritos industriales y el creciente desarrollo italiano*. *Revista Sociología del Trabajo*. España: Siglo XXI, núm. 5, pp. 3-18.

- (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. F. Pyke, G. Becattini y W. Sengerberger, eds. *Industrial districts and inter-firm cooperation in Italy*. Geneva: International Studies for labour Studies.
- (1994). El distrito marshalliano: una noción socioeconómica. George Benko y Alain Lipietz, eds. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, España: Alfons el Magnanim, pp. 39-58.
- Bellandi, Marco (1986). El distrito industrial en Alfred Marshall. *Revista Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*. España, núm. 20, pp. 31-44.
- Benko, George y Alain Lipietz, eds. (1994). De las redes de distritos a los distritos de redes. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, España: Alfons el Magnanim, pp. 365-374.
- Bericat, Eduardo (1991). Distritos y nebulosas industriales. *Revista Sociología del Trabajo*. España, núm. 11, pp. 49-66.
- Biggiero, Lucio (1998). *Italian industrial districts: an evolutionary and institutionalist view*. Ponencia presentada en la conferencia The future location of research in a triple helix of university-industry-government relations. Nueva York, enero 7-10. Consultado el 10 de abril de 2002 en: [platon.ee.duth.gr/~soeist7t/papers/biggiro2.html](http://platon.ee.duth.gr/~soeist7t/papers/biggiro2.html)
- Boggarti, Steve (1998). *Data collection for complete networks*, SNA estructural web site. Disponible en: [www.analityctech.com/networks/data.htm](http://www.analityctech.com/networks/data.htm).
- Boisier, Sergio (1994). La articulación Estado-región: clave del desarrollo regional. H. Ávila, comp. *Lecturas de análisis regional en México y América Latina*. México: Universidad Autónoma de Chapingo, pp. 309-335.
- (1995). En busca del esquivo desarrollo regional: entre la caja negra y el proyecto político. *Documento del ILPES/ONU*. 95/30. Santiago de Chile. Serie de ensayos.
- (1996). *Modernidad y Territorio*. Cuadernos de ILPES, núm. 42. México: CEPAL.
- Boissevain, J. y J. Mitchell (1973). *Network analysis*. The Hague: Mouton.
- Bolaños Téllez, Martha (1999). Cadena deshilvanada. *Manufactura*, año 6, núm. 53, noviembre, pp. 114-119.
- Bott, Elizabeth (1990). *Familia y red social, roles, normas y relaciones externas en las familias urbanas corrientes*. Versión castellana de Rafael Gobernado, Félix Requena, José Luis Gómez-Urda y Juan Andrés Villena. España: Taurus, Humanidades.
- Boyer, R. (1986). *La flexibilidad del trabajo en Europa*. Madrid: Ministerio del Trabajo y Seguridad Social, capítulos 1 y 10.
- (1989). *La teoría de la regulación: un análisis crítico*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- Bravo P., Jorge (1997). *Redes inter-organizacionales y redes de políticas: una revisión inicial*, núm. 53. México: Documento de Trabajo del CIDE.
- Burt, Ronald (1992). The social structure of competition. *Networks and organizations, structure, form, and action*. Editado por Nitin Nohria y Robert G. Eccles. Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Bussines. Consultado el 12 de junio de 2002 en: [Guadalajara.gob.mx/oferta/ofvestie.html](http://Guadalajara.gob.mx/oferta/ofvestie.html).
- Canaive Cámara Nacional de la Industria del Vestido (2000-2001). *Empresas*. México.
- (2002-2003). *Directorio de empresas*. Delegación Jalisco.
- Camp, Roderic (1990). *Los empresarios y la política en México: una visión contemporánea*. México: FCE, Sección Obras de Política y Derecho.
- Canullo, Giuseppe (1998). *Los distritos industriales de las marcas Italia: evolución y perspectivas*. Carlos Alba, Ilan Bizberg y Hélène Riviere, comp. *Las regiones ante la globalización*. México: CEMCA/ORSTOM/COLMEX, pp. 591-618.
- Caravaca Inmaculada (1991). Crisis, industria y territorio. *Eria*. Oviedo, España, núm. 19, pp. 9-21
- (1991b). Descentralización productiva y nuevos modelos de articulación territorial y urbana. *Sociedad y Territorio. XII Congreso Nacional de Geografía*. Valencia: Asociación de Geógrafos Españoles-Universidad de Valencia, pp. 425-430.
- (1998). Los nuevos espacios ganadores y emergentes. *Revista Eure*, vol. 24, núm. 073, diciembre. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Carrillo, Jorge (1994). La producción flexible. *Tecnoindustria*, núm. 18. México: CONACYT.
- y Jorge Santibáñez (1993). *Calidad en el empleo*. Condiciones de empleo y capacitación en las maquiladoras de exportación en México. México: COLEF-Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
- y Yolanda Montiel (1998). Ford's Hermosillo plant: the trajectory of development of a hybrid model. Robert Boyer, Elsie Charron, Ulrich Jürgens and Steven Tolliday, eds. *Between imitation and innovation. The transfer and hybridization of productive models in the international automobile industry*. Oxford: Oxford University Press, pp. 295-318.
- Alfredo Hualde, Araceli Almarás y Julio Morales (1999). Cadenas de producción y organización industrial: industria del vestido en Monterrey. *Reestructuración económica y empleo en México*. México: Universidad Autónoma de Coahuila.
- Carpi, Tomás, Juan Bono Gallego y Josep Campos Picher (1999). Cambio tecnológico y transformación de sistemas industriales localizados: la industria cerámica española. *Revista La Agenda 2000*. España: Ministerio de Economía y Hacienda, núm. 781, octubre, pp. 47-67.
- Casalet Ravenna, Mónica (1997). La cooperación interempresarial: una opción para la política industrial. *Comercio Exterior*. México, vol. 47, núm. 1, enero.
- (1998). Red de apoyos para la innovación. *Tecnología, conceptos, problemas y perspectivas*. México: UNAM/Siglo XXI.
- (1999). Descentralización y desarrollo económico local en México. *Comercio Exterior*. México, vol. 49, núm. 12, diciembre.

- (2000). Redes empresariales y la construcción del entorno: nuevas instituciones e identidades. Enrique de la Garza Toledo, coord. *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México: FCE/UAM/COLMEX/FLACSO, pp. 312-339.
- Castell, Manuel (1998). *La era de la información*. Tomo I. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castillo, Juan José, ed. (1990). *Las nuevas formas de organización del trabajo*. 2a ed. Madrid: Ministerio del Trabajo, pp. 21-35.
- Cetré, Moisés (1995). La industria textil y del vestido en perspectiva: análisis preliminar de las causas de su estancamiento. *Investigación Económica*. México: UNAM, núm. 50, pp. 101-141.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (2000). México: Editorial Porrúa.
- Contreras Delgado, Camilo (2001). Geografía del mercado de trabajo en la cuenca carbonífera de Coahuila. *Frontera Norte*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte, vol. 13, número especial 2, pp. 87-118.
- Corragio, J. L. (1996). *Desarrollo local, democracia y ciudadanía*. Ponencia presentada del 3 al 6 de julio de 1996. Montevideo, Uruguay: Centro de Participación Popular (CCP).
- Costa Campi, Maria Teresa (1988). Descentramiento productivo y difusión industrial: el modelo de especialización flexible. *Revista Papeles de Economía Española*. España, núm. 35, pp. 251-276.
- Cota Yáñez, Rosario (1992). *Cambio locacional intraurbano de las actividades económicas en la ciudad de La Paz, BCS, 1980-1988*. Tesis de maestría. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- y Juan Jorge Rodríguez (1995). Las políticas de desconcentración y las ciudades medias estratégicas del occidente de México. *Regiones en transición*. Ensayos sobre integración regional en Alemania del este y el occidente de México. Jesús Arroyo Alejandro, comp. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 223-240.
- Courlet, Claudio y Bernard Pecqueur (1994). Sistemas industriales locales en Francia: un nuevo modelo de desarrollo. George Benko y Alain Lipietz, eds. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, España: Alfons el Magnanim, pp. 81-102.
- Crewe, Louis (1996). Material culture: embedded firms, organizational networks and the local economic development of a fashion quarter. *Regional Studies*, vol. 30, núm. 3.
- Cuervo G., Luis M. y M. Josefina González (1997). *Industria y ciudades en la era de la mundialización. Un enfoque socioespacial*. Bogotá, Colombia: Editores Tercer Mundo.
- De la Torre, Federico (2003). “La Prosperidad Jalisciense” o “La Fábrica de Atemajac”, un proyecto industrial decimonónico que se resiste a desaparecer. Versión electrónica.

- Dei Ottati, Gabi (1998). La notable elasticidad de los distritos industriales de La Toscana. Carlos Alba, Ilan Bizberg y Hélene Riviere, comp. *Las regiones ante la globalización*. México: CEMCA/ORSTOM/COLMEX, pp. 151-188.
- De la Garza Toledo, Carlos (1993). *Reestructuración productiva y respuesta sindical en México*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas.
- De la Garza Toledo Toledo, Enrique (1996). Presentación. *Estudios del Trabajo*, núm. 3. México: FLACSO.
- (1998). Zonas industriales y articulaciones productivas. *Modelos de industrialización en México*. México: UAM-Iztapalapa/Sans Serif Editores.
- (2000). *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Delgado, Javier (1993). *El desarrollo regional en México ante los nuevos bloques económicos*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas.
- De Rearte, Ana G. (1991). Los distritos industriales como modelo de organización industrial: el caso Mar Platense. Documento de Trabajo, núm. 25. Buenos Aires: CEPAL.
- Diario Oficial de la Federación*, 30 de marzo de 1990.
- Dini, Marco (1996). Políticas públicas para el desarrollo de redes de empresas. La experiencia chilena. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, núm. 3. México: FLACSO.
- Dunford, Mick (1994). Trayectorias industriales y relaciones sociales en las regiones de nuevo crecimiento económico. George Benko y Alain Lipietz, eds. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, España: Alfons el Magnanim, pp. 221-254.
- Durand, Jorge (1986). *Los obreros de Río Grande*. México: El Colegio de Michoacán.
- (1992). La vida económica tapatía durante el siglo XIX. *Capítulos de historia de la ciudad de Guadalajara*. Tomo II. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara.
- Directorio Ruhland (1903). *Directorio General de los Estados de la República Mexicana*. Tomo II. Editores: Ruhland & Ahlschier. Ciudad de México.
- Dussel Peters, Enrique (1997). La evolución de las exportaciones de confección mexicana a los Estados Unidos (1990-1995). *Pensar globalmente y actuar regionalmente, hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI*. México: UNAM/Fundación Friedrich Ebert/Editorial Jus, pp. 79-154.
- (1999). Reflexiones sobre conceptos y experiencias internacionales de industrialización regional. Clemente Ruiz Durán, coord. *Dinámica regional y competitividad industrial*. México: UNAM/Fundación Friedrich Ebert/Editorial Jus, pp. 57-78.
- Piore Michael y Clemente Ruiz Durán (1997). El proceso de ajuste y el potencial de autoaprendizaje en la industria de la confección mexicana. *Pensar globalmente y actuar regionalmente, hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI*. México: UNAM/Fundación Friedrich Ebert/Editorial Jus, pp. 27-78.

- El Debate*. Periódico. Mazatlán, Sinaloa, enero-diciembre de 2001.
- Empresas de Jalisco* (1998). Suplemento del periódico *El Informador*. Guadalajara, julio.
- (2000). Suplemento del periódico *El Informador*. Guadalajara, miércoles 12 de julio.
- Encuesta Reestructuración productiva y redes en la industria del vestido, Zapotlanejo, 2001-2002*.
- Epstein, T. S. (1978). The data of economics in anthropological analysis. *The craft of social anthropology*. India: A. L. Epstein/Hindustan Publishing Corp.
- Fernández, Víctor Ramiro y Martha Villalva (2004). Especialización flexible en América Latina en el marco del Consenso de Washington. *Comercio Exterior*. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, vol. 54, núm. 3, marzo, pp. 184-195.
- Gabayet Ortega, Luisa (1988). Antes éramos mayoría... Las mujeres en la industria textil de Guadalajara. Luisa Gabayet, Patricia García, Mercedes González de la Rocha, Silvia Lailson y Agustín Escobar, comps. *Mujeres y sociedad. Salario, hogar y acción social en el occidente de México*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco/CIESAS de Occidente.
- García Macías, Alejandro (2002). Redes sociales y clusters empresariales. *Revista Redes*. España, vol. 1, núm. 6, enero.
- Garza Malo, Mónica de la (1994). El problema de la integración y eslabonamientos de la industria mexicana. *La competitividad de la industria mexicana frente a la concurrencia internacional*. México: Nacional financiera/Fondo de Cultura Económica.
- Garza, Gustavo (1985). Nivel de concentración en la industria textil (1843-1845). *El proceso de la industrialización en la ciudad de México (1821-1970)*. 1a. ed. México: El Colegio de México, pp. 84-91.
- Gatto, Francisco (1989). Cambio tecnológico neofordista y reorganización productiva. Primeras reflexiones sobre sus implicaciones territoriales. *Revista Eure*, 16 (47): 7-34. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Gereffi, Gary y Miguel Korzeniewics (1994). *Commodity chains and global capitalism*. Westport, Connecticut, Londres: Praeger Publisher.
- y Blair Jennifer (1998). En búsqueda del desarrollo integrado en México: del ensamble al “paquete completo”, en la industria exportadora de la confección. *Revista del Trabajo*, año I, núm. 2, diciembre, pp. 155-168.
- Granovetter, Mark (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91 (3): 481-493.
- Guerrieri, Paolo y Carlo Pietrobelli (2003). *Industrial districts' evolution and technological regimes: Italy and Taiwan*. Italia: Technovation, forthcoming.
- Hanneman, Robert. *A introduction to social network methods*. Disponible en: [wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/text/c1data.html](http://wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/text/c1data.html)

- Harrison, Bennet (1997). *La empresa que viene. La evolución del poder empresarial en la era de la flexibilización*. Barcelona España: Paidós.
- Helmsing, A. H. J. (1999). Teorías de desarrollo industrial, regional y políticas de segunda y tercera generación. *Revista Eure*, xxv (75): 5-39. Santiago de Chile.
- Hiernaux, Daniel (1991). En busca de un nuevo paradigma regional. B. Ramírez, coord. *Nuevas tendencias en el análisis regional*. México: UNAM-Xochimilco.
- (1997). Espacio-temporalidad y las regiones. *Ciudades*, núm. 34, abril-junio. Puebla, México: RNIU. Consultado el 21 de febrero de 2002.
- IMSS Instituto Mexicano del Seguro Social (varios años). *Banco de información sectorial, establecimientos y empleo. Asegurados permanentes*.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1930). *Censo agrícola, ganadero y ejidal*. Aguascalientes, México: INEGI.
- (1990). *Cartografía del Censo económico, municipio de Zapotlanejo*. Aguascalientes, México: INEGI.
- (1998). *Encuesta nacional de micronegocios*. Aguascalientes, México: INEGI.
- (1999). *Núcleos agrarios. Tabulados básicos por municipio*. México: PROCEDE, 1992-1999.
- (2000). *Encuesta industrial mensual*. Aguascalientes, México: INEGI.
- *Estadística de la industria maquiladora de exportación*. Varios años. Aguascalientes, México: INEGI.
- *Censos económicos 1994, 1998, 1999*. Aguascalientes, México: INEGI.
- *Censos generales de población y vivienda, 1970, 1980, 1990 y 2000*. Aguascalientes, México: INEGI.
- (1995). *Conteo de población y vivienda. Tabulados básicos*. Aguascalientes, México.
- *Conteo de población y vivienda. Resultados oportunos, 1995*. México.
- *Sistemas de cuentas nacionales*. Varios Años. Aguascalientes, México: INEGI.
- I a XI Censos de población y vivienda*. México: Secretaría de Industria y Comercio/INEGI.
- Jarillo, José Carlos (1993). *Estrategia internacional*. México: McGraw-Hill.
- Jiménez Torres, Miguel (1995). Reestructuración productiva, ¿necesidad empresarial o falacia gubernamental? *Perspectivas de la empresa y la economía mexicana*. México: UAM-Azcapotzalco, pp. 271-310.
- Keating, M. (1998). *The new regionalism in Western Europe: territorial restructuring and political change*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Lailson, Silvia (1980). Expansión limitada y proliferación horizontal de la industria de la ropa y el tejido de punto. *Relaciones*, vol. 3, pp. 48-102.
- Leborgne, D. y A. Lipietz (1988). New technologies, new modes of regulation: some spatial implications. *Environment and planning society and space*, núm. 6, pp. 189-280.
- (1993). El postfordismo y su espacio. *Investigación económica*. México: UNAM, núm. 205, pp. 173-204.
- Levanti, Carole (1997). Políticas empresariales y apertura económica en México. *Comercio Exterior*, vol. 47, núm. 9, septiembre. México.

- Lomnitz, Larissa (1971). Reciprocity of favors among the urban middle class of Chile. *Studies in economic anthropology*. George Dalton, ed. Washington, DC: American Anthropological Studies, núm. 7, pp. 93-106.
- (1975). *Cómo sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI Editores.
  - (2001). El compadrazgo, reciprocidad de favores en la clase media urbana de Chile. *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*. México: FLACSO, pp. 19-46.
- López Cerdán, Carlos (1999). *Distritos industriales*. Disponible en: [lanic.utexas.edu/~sela/doccs/santacruz.htm](http://lanic.utexas.edu/~sela/doccs/santacruz.htm)
- Markusen, A. (1996). Sticky places in slippery: a typology of industrial districts. *Economic Geography*, pp. 293-313.
- Marshall, Alfred (1920). *Principles of economics* (first edition, published 1890). 8th edition. Mcmillan and Co. Ltd. The Library of Economics and Liberty.
- Martínez Aznar, César (1997). Cadena deshilvanada, industria textil de la confección. *Expansión*, núm. 713, abril.
- Martínez de Ita, María Eugenia (1996). Crisis y modernización de la industria textil en México. *Micro, pequeña y medianas empresas en México: desempeño y problemática*. José Luis Calva, Allevato Capdevielle, Cuauhtémoc Pérez Llamas, coords. México: UAM-Xochimilco, pp. 189-202.
- Méndez Gutiérrez del Valle, Ricardo (1994). Sistemas productivos locales y políticas de desarrollo rural. *Estudios Regionales*. España: Universidad Complutense, núm. 3, pp. 93-112.
- Méndez, Ricardo y I. Caravaca (1994). Reestructuración industrial en las grandes ciudades y nuevos desequilibrios territoriales. *Notas Censales*. Aguascalientes: INEGI, núm. 9.
- (1999). *Organización industrial y territorio*. España: Editorial Síntesis. Espacios y Sociedades.
- Meyer-Stamer, Jörg (2000). Estrategias de desarrollo local y regional: clusters, políticas de localización y competitividad sistémica. *El Mercado de Valores*, LX (9): 18-31. México: Nafinsa.
- Mitchell, Clyde (1969). Theoretical orientations in Africa urban studies. Michael Banton, ed. *The social anthropology of complex societies*. Londres: Tavistock (ASA Monographs, 4), pp. 37-68.
- (1978). On quantification in social anthropology. *The craft of social anthropology*. India: A. L. Epstein/Hindustan Publishing Corp.
- Montoya Castro, Jacobo (1981). *Huexotla, un pueblo en transición: estudio de la industria de la confección*. 1a. ed. México: Universidad Autónoma de Chapingo.
- Mungaray Lagarda, A. (1996). La industria maquiladora, situación y alternativas. Organización industrial a través de redes de subcontratación. Una alternativa

- a las actividades mexicanas. *Industria manufacturera. Situación actual y desarrollo bajo un modelo alternativo*. México: UAM.
- Navas Vega, Daniel (2003). *El rol de las asociaciones gremiales en el desarrollo empresarial de la micro, pequeña y mediana empresa*. Turín, Italia: Centro Internacional de Formación de la OIT.
- Olivera, Guillermo (1998). Encadenamientos productivos de la micro y pequeña industria en las ciudades de Aguascalientes y Mexicali. *Problemas del Desarrollo*. México, núm. 112, enero-marzo.
- Padrón de Permisos y Licencias del Ayuntamiento de Zapotlanejo (2001). Ayuntamiento Constitucional de Zapotlanejo, Jalisco.
- Palacios, Juan José (1982). El concepto de región. *Revista Interamericana de Planificación*, vol. XVIII, núm. 66, junio.
- Palomino, Héctor y Cecilia González Senen (1996). Senderos alternativos de construcción de redes regionales de pymes en Argentina. *Estudios del Trabajo*, núm. 3. México: FLACSO.
- Pietrobelli, Carlo (2003). *La articulación productiva en América Latina: tipologías y políticas de fomento*. Universidad de Roma. Ponencia presentada en el Seminario Iberoamericano Iberpyme. Guadalajara, Jalisco, del 13 al 15 de octubre.
- Piore, Michel y Charles Sabel (1984). *The second industrial divide*. Nueva York: Basic Books Inc Publishers, pp. 19-49, 194-220.
- Plan de Desarrollo Municipal* (2000). Ayuntamiento del municipio de Zapotlanejo.
- Plan de Desarrollo Urbano* (2000). Ayuntamiento del municipio de Zapotlanejo, Jalisco.
- Porter, Michael (1982). *Estrategia competitiva*. México: Ed. Continental.
- (1990). *The competitive advantage of nations*. Londres: Macmillan.
- (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Argentina: Ed. Javier Vergara.
- Portos, Irma (1996). La industria textil mexicana en los tiempos de la apertura. Diagnóstico para una posible alternativa. *Micro, pequeña y medianas empresas en México: desempeño y problemática*. José Luis Calva, Allevato Capdevielle, Cuauhtémoc Pérez Llamas, coords. México: UAM-Xochimilco, pp. 179-188.
- Pozos, Fernando (1997). Hacia una nueva generación de pequeñas industrias. El caso de Guadalajara. *Espiral*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, núm. 9, mayo-agosto.
- Quintar, Aída y Francisco Gatto (1992). Distritos industriales italianos: experiencias y aportes para el desarrollo de las políticas industriales locales. *Documento de trabajo PRIDRE*. Buenos Aires, Argentina: CEPAL, núm. 29, p. 76.
- Rabellotti, Roberta (1995). Is there an "Industrial District Model"? Footwear districts in Italy and Mexico compared. *World Development*. EUA: Pergamin, vol. 23, núm. 1, January, pp. 29-41.
- (1997). *External economies and cooperation in industrial districts: a comparison of Italy and Mexico*. Londres: Macmillan Press LTD.

- Reese, L. K. Kroesen y R. Gallimore (1998). Cualitativos y cuantitativos, no cualitativos vs. cuantitativos. R. Mejía Arauz y S. A. Sandoval, coords. *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Guadalajara: ITESO, pp. 39-75.
- RAE Real Academia Española (1998). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: RAE.
- Reynagas, Sonia (1998) Perspectivas cualitativas de investigación en el ámbito educativo. La etnografía y la historia de vida R. Mejía Arauz y S. A. Sandoval, coords. *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Guadalajara: ITESO, pp. 126-154.
- Rodríguez, Joseph (1995). Análisis estructura y de redes. *Cuadernos Metodológicos*, núm. 16. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Roetzel, Bernhard (1999). *El Caballero, manual de moda masculina clásica*. Edición española, impreso en Alemania.
- Ruiz Durán, Clemente (1995). *Economía de la pequeña empresa*. México: Ariel.
- Saba, Andrea (1998). *El modelo italiano: la especialización flexible y los distritos industriales*. Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social-ILPES, p. 137.
- Sabel, C. (1988). The resurgence of regional economics. P. Hirst and J. Zeitlin, eds. *Reversing Industrial Decline*. Oxford: Berg, pp. 17-20.
- Salvucci, Richard J. (1992). *Textiles y capitalismo en México. Una historia económica de los obrajes, 1539-1840*. México: Alianza Editorial.
- Saravi, Gonzalo (1998). Micro y pequeñas empresas en los distritos industriales de México: la necesidad de un nuevo contexto institucional. *Revista Sociológica*. México: UAM, año 13, núm. 17. mayo-agosto, pp. 250-265.
- Schmitz, Hubert (2000). ¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de clusters industriales en el sur de Asia y América Latina. *El Mercado de Valores*. México: Nafinsa, septiembre, pp. 4-17.
- Scott, Allen (1998). Fundamentos geográficos del comportamiento industrial. Carlos Alba et al. *Las regiones ante la globalización*. México: El Colegio de México/CEMCA/Orstom.
- Scott, John (1991). *Social network analysis*. California: SAGE Publication.
- SCT Secretaría de Comunicaciones y Transportes (1999). *Red de carreteras, Jalisco*. México.
- SECOFI Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (1998). *Plan estratégico y de acción para la promoción del agrupamiento industrial textil-confeción*. Estado de Jalisco.
- (2000). *Documento de exportaciones e importaciones de la industria textil y de la confeción*. México.
- SE Secretaría de Economía (2000). Consultas en la página electrónica: [economia.gob.mx](http://economia.gob.mx).

- Secretaría de Industria y Comercio. *Censos de población y vivienda*. Dirección General de Estadísticas, 1900-1960.
- SEIJAL Sistema Estatal de Información Jalisco y CANAIVE Cámara Nacional de la Industria del Vestido Jalisco (2003). *Encuesta de Coyuntura, 2003*. Guadalajara: SEIJAL/CANAIVE Jalisco.
- Sepúlveda Ramírez, Leandro (2001). *Construcción regional y desarrollo productivo en la economía de la globalidad*. Santiago de Chile: CEPAL/ECLAC.
- Stohr, W. B. (1981). Development from below: the bottom-up and periphery-inward development paradigm. W. B. Stohr y D. R. F. Taylor, eds. *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries*. Chichester: J. Wiley & Sons Ltd.
- (1985). *Selective selfreliance and endogenous regional development*. Ungleiche entwicklungund regionalpolitik in Südeuropa. Studienverlag Dr. N. Brockmeyer. Bochum: Ed. Nohlen & Schultze, pp. 229-249.
- Storper, M. (1997). *The regional world: territorial development in a global economy*. Nueva York: Guilford.
- Storper, M. y B. Harrison (1994). Flexibilidad, jerarquía y desarrollo regional: los cambios de estructura de los sistemas productivos industriales y sus nuevas formas de articulación del poder en los años noventa. George Benko y Alain Lipietz. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia: Alfons el Magnanim Ediciones.
- Stumpo, Giovanni (1997). Encadenamientos, articulaciones y proceso de desarrollo industrial. *El Mercado de Valores*. México: núm. 7, julio.
- Terán, José Eduardo (1996). Estrategia y calidad en la industria textil. *El Cotidiano*, núm. 80, noviembre-diciembre, pp. 60-62.
- Vangstrup, Ulrick (2002). *The socio-economic foundations of industrial clusters in webstern and central México*. Tesis doctoral (mimeo), capítulo V.
- Van Young, Eric, ed. (1992). Are regions good the think? *Mexico`s regiones. Comparative history and development*. San Diego: University of California-Center for U. S. Mexican Studies.
- Vázquez Barquero, Antonio (1990). Dinámica regional y reestructuración productiva. *Revista Sociología del Trabajo*. España, nueva época, núm. 10, pp. 41-68.
- (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual*. Proyecto CEPAL/GTZ "Desarrollo económico local y descentralización en América Latina/Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL, Deutsche Gesellschaft Fur Technishche Zusammenarbeis.
- Vázquez Barquero, Antonio y Antonia Cala Saez (1997). La transformación de los sistemas productivos locales y la globalización del entorno económico. La respuesta de los distritos valencianos del calzado a los desafíos de la competitivi-

- dad. *Revista Valenciana D'estudios Autonomics*. Valencia, España, núm. 19, mayo-agosto, pp. 37-58.
- Veltz, Pierre (1994). Jerarquías y redes en la organización de la producción y el territorio. George Benko y Alain Lipietz, eds. *Las regiones que ganan: distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, España: Alfons el Magnanim, pp. 281-300.
- Vera García, Jorge (1999). La industria de la confección en México. Auge y controversias. Hacia una agenda basada en el crecimiento a nivel regional. *Dinámica regional y competitividad industrial*. Clemente Ruiz Durán y Enrique Dussel, coords. México: Editorial Jus, pp. 133-164.
- Villavicencio, Daniel (1994). Las pequeñas y medianas empresas innovadoras. *Comercio Exterior*. México: Banco de México, septiembre, pp. 759-769.
- (1999). *La nueva sociología económica*. Ponencia presentada en el Seminario Internacional Los retos teóricos de los estudios del trabajo en el siglo 21. Buenos Aires: CLACSO/UAA.
- Wasserman, S. y K. Faust (1994). *Social network analysis. Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilson, Fiona (1990). *De la casa al taller*. Zamora, Michoacán: El Colegio de Michoacán.
- Wolf, R. Eric, Burton Benedict, J. Clyde Mitchell, Joe Loudon, Adrián C. Mayer y Ronald Frankenberg (1999). *Antropología social de las sociedades complejas*. Compilación de Michael Banton, versión de Joaquina Aguilar. España: Alianza Editorial.
- Yamasaky, A. (1997). Región: un concepto sin teoría. S. Rodríguez *et al.*, coords. *Desarrollo regional y urbano en México a finales del siglo XX*. México: Universidad Autónoma del Estado de México/UNAM/AMCDR.
- Yoguel, Gabriel (2000). Creación de competencias en ambientes locales y redes productivas. *Revista de la CEPAL*, núm. 71, agosto, pp. 105-119.

*Reestructuración productiva  
y las redes en la industria de la confección:  
el caso de Zapotlanejo, Jalisco*

Se terminó de imprimir en el mes de junio de 2012

en Epígrafe, diseño editorial

Verónica Segovia González

Marsella Sur 510, interior M, Colonia Americana

Guadalajara, Jalisco, México

La edición consta de 1 ejemplar

*Diseño*

Verónica Segovia González

*Corrección*

Amparo Ramírez Rivera