



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES**

Centro de Ciencias Sociales y Humanidades.

Doctorado en Estudios Socioculturales.

Tesis

**“Los autobuses comercio.
Estrategias comerciales informales para el suministro de
mercancías”.**

Que presenta:

Armida Concepción García

Para optar por el grado de Doctora en Estudios Socioculturales.

Tutor

Dr. Octavio M. Maza Díaz Cortés

Co – Tutor

Dr. Roberto Véras de Oliveira

Comité tutóral:

Dra. María Eugenia Martínez de Ita

Dra. María del Rosario Cota Yáñez

Dr. Alejandro García Macías

Aguascalientes, Ags. Noviembre 2016



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Asunto: Voto Aprobatorio.

DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
P R E S E N T E

Estimado Señor Decano:

Hacemos de su conocimiento que la estudiante **ARMIDA CONCEPCIÓN GARCÍA** con ID **173192** del Doctorado en Estudios Socioculturales, realizó la tesis titulada: **"Autobuses comercio. Estrategias informales para el suministro de mercancías"** y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, nos permitimos emitir el **VOTO APROBATORIO**. La tesis incorpora los elementos teóricos y metodológicos que le permiten ser defendida en el examen de grado reglamentario, por ello se solicita que se proceda a los trámites correspondientes para la presentación de dicho examen.


Ponemos lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, nos permitimos enviarle un cordial saludo.


ATENTAMENTE

"SE LUMEN PROFERRE"

Aguascalientes, Ags., 28 de Octubre de 2016.

Por el Comité Tutorial


Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortés


Dr. Roberto Vêras de Oliveira


Dra. María Eugenia Martínez de Ita


Dra. María del Rosario Cota Yáñez

**ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE TESIS
DEC. CCS y H./Posgrados OF. N° 2868**

**MTRA. ARMIDA CONCEPCIÓN GARCÍA,
ALUMNA DEL DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES,
P R E S E N T E.**

Con base en lo que establece el Reglamento de Docencia en el artículo 173, le informo que se autoriza el Tema de Tesis: **"AUTOBUSES COMERCIO. ESTRATEGIAS INFORMALES PARA EL SUMINISTRO DE MERCANCIAS"**. Así mismo se le designa como asesor al doctor **OCTAVIO MARTÍN MAZA DÍAZ CORTÉS**. A fin de asignarle fecha para la verificación del Examen de Grado para la obtención del título de Doctor en Estudios Socioculturales, deberá cumplir con lo establecido en los artículos 161, 162, 174 y 175.

Con el objeto de dar cumplimiento a este reglamento el paso siguiente será autorizar la impresión de su tesis, toda vez que presente la carta de liberación y/o acuerdo señalado en la Fracc. II del artículo 175.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
Aguascalientes, Ags., 9 de Noviembre de 2016
"SE LUMEN PROFERRE"



**DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO**

c.c.p.- DR. GENARO ZALPA RAMÍREZ.- Secretario Técnico del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades - Presente
c.c.p.- DR. LUCIANO RAMÍREZ HURTADO.- Secretaria de Investigación y Posgrado del CCSyH. - Presente
c.c.p.- Archivo.

ggf



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES

ASUNTO: CONCLUSIÓN DE TESIS
DEC. CCS y H. OF. N° 2869/2016

**DRA. GUADALUPE RUIZ CUELLAR,
DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADOS,
P R E S E N T E**

Por medio del presente me permito comunicarle a usted que el documento final de la tesis titulado "**AUTOBUSES COMERCIO. ESTRATEGIAS INFORMALES PARA EL SUMINISTRO DE MERCANCÍAS**" de la **C. ARMIDA CONCEPCIÓN GARCÍA** egresada del **DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES**, respeta las normas y lineamientos establecidos institucionalmente para su elaboración y su autor cuenta con el voto aprobatorio de su tutor y comité tutorial.

Sin más por el momento aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo..

ATENTAMENTE
Aguascalientes, Ags., 9 de Noviembre de 2016
"SE LUMEN PROFERRE"

DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

c.c.p.- DR. LUCIANO RAMÍREZ HURTADO.- Secretario de Investigación y Posgrado del CCSyH.- Atte.
c.c.p.- DR. GENARO ZALPA RAMÍREZ.- Secretario Técnico del Doctorado.- Atte.
c.c.p.- C. ARMIDA CONCEPCIÓN GARCÍA.- Egresada del Doctorado en Estudios Socioculturales.- Atte.
c.c.p.- Archivo Decanato

ggf ↗




DICTAMEN DE REVISIÓN DE LA TESIS / TRABAJO PRÁCTICO

DATOS DEL ESTUDIANTE	
NOMBRE: Armida Concepción García	ID (No. de Registro): 173192
PROGRAMA: Doctorado en Estudios Socioculturales	ÁREA: Procesos Socioculturales
TUTOR: Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortés Co-tutor Dr. Roberto Véras de Oliveira Comité Tutorial: Dra. María Eugenia Martínez de Ita Dra. María del Rosario Cota Yáñez	
TESIS (X)	TRABAJO PRÁCTICO ()
OBJETIVO: Analizar sociológicamente los procesos sociales que contribuyen en la construcción y desarrollo de las redes comerciales informales en el centro –occidente de México.	
DICTAMEN	
CUMPLE CON CRÉDITOS ACADÉMICOS:	(X)
CONGRUENCIAS CON LAS LGAC DEL PROGRAMA:	(X)
CONGRUENCIA CON LOS CUERPOS ACADÉMICOS:	(X)
CUMPLE CON LAS NORMAS OPERATIVAS:	(X)
COINCIDENCIA DEL OBJETIVO CON EL REGISTRO:	(X)

Aguascalientes, Ags. a 08 de noviembre de 2016

FIRMAS


 Dr. Genaro Zalpa Ramirez
 CONSEJERO ACADÉMICO DEL ÁREA


 Dr. Genaro Zalpa Ramirez
 SECRETARIO TÉCNICO DEL POSGRADO


 Dr. Luciano Ramirez Hurtado
 SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN
 Y POSGRADO

Código: FO-040200-23
 Revisión: 00
 Emisión: 21/02/11

Dedicatoria:

“Cada libro, cada volumen que ves aquí tiene un alma. El alma de la persona que lo escribió y de aquellos que lo leyeron, vivieron y soñaron con él. Cada vez que un libro cambia de manos, cada vez que alguien baja sus ojos a las páginas, su espíritu crece y se fortalece”

Carlos Ruíz Zafón, Barcelona

Para mi madre, Aydemir y Karla, mi razón de ser y existir.

Agradecimientos:

Este trabajo de investigación fue posible gracias al apoyo de grandes seres humanos para los cuales va mi eterno agradecimiento:

- * A mis tutores y cotutores: Octavio Maza Díaz Córtes, Roberto Verás de Oliveira, María Eugenia Martínez de Ita, María del Rosario Cota Yáñez y Alejandro García Macías, cuya visión y aportes dieron luz a este trabajo.
- * A los profesores y académicos del Doctorado en Estudios Socioculturales de la UAA, por sus aportes, enseñanzas y apoyo.
- * Al grupo de estudiantes, expertos y profesores que conforman la Red Pobreza, por sus valiosas contribuciones.
- * A mis hermanos: Coque, Laura, Yolanda, Martha y Marco, por el apoyo y comprensión para seguir mi camino de vida.
- * A la familia Luévano Medina: Noé, Pati y sus hermosas hijas (y mis sobrinas) Zaret, Carmen y Paty, por haberme dado cobijo y cariño.
- * Al colectivo de estudiantes y profesores de la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), Universidad Federal de Campina Grande (UFCG), el cuerpo de investigación: Trabajo, desarrollo y Políticas Públicas (TDEPP) y el Laboratório de Estudos e Pesquisas em Políticas Públicas e Trabalho (LAEPT), por el tiempo y apoyo invertido en este proyecto de investigación.
- * A Sandra Roberta, Mariana Zannata, Bruno Mota y María do Carmo Moura, amigos y compañeros brasileños por sus valiosos aportes, apoyo y cariño incondicional.
- * A mis compañeros: Ana María Navarro y Sergio Arturo Vargas, por ser mi apoyo moral y emocional en este proceso.
- * A la Lic. Lorena Rodríguez Martínez, asesor administrativo del Doctorado en Estudios Socioculturales por su valioso apoyo y asesoría administrativa.
- * A todos los comerciantes “viajeros”, quienes con su experiencia, anécdotas y acompañamiento dieron vida a este proyecto de investigación.
- * Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por su apoyo y financiamiento para poder realizar los estudios de posgrado y estancias de investigación.

Gracias totales

ÍNDICE

Índice de fotografías.....	3
Índice de tablas y mapas.....	4
Resumen.....	5
Abstract.....	6
Resumo.....	7
Introducción.....	8
Objetivos de investigación e hipótesis.....	11
Capítulo 1. Las redes de suministro de mercancías: Dinámicas y composiciones.....	16
1.1. Introducción.....	16
1.2. Los “autobuses comercio”.....	17
1.3. Los centros de comercio en México: Lugares y objetos de consumo.....	22
1.4. Las mercancías se movilizan.....	29
1.5. Usuarios y redes.....	34
1.6. Simulación fiscal.....	39
1.7. Comentarios al capítulo.....	44
Capítulo 2. Localidades textiles y centros de comercio en México.....	46
2.1. Introducción.....	46
2.2. La industria textil en México: cambios históricos.....	47
2.4. Las rutas de la moda: la distribución informal de mercancías.....	55
2.4.1. Morolón e Uriangato: municipios de tradición.....	64
2.4.2. Chiconcuac: Entre la tradición y la renovación.....	70
2.4.3. La Ciudad de México: El mercado más grande de América.....	74

2.5.	Comentarios al capítulo	78
Capítulo 3. La dinámica comercial formal – Informal: tensiones.....		80
3.1.	Introducción	80
3.2.	El Comercio Globalizado	85
3.3.	El Sujeto Social Comercial	91
3.4.	La movilización- suministro informal de mercancías.....	98
3.5.	Comentarios al capítulo	105
Capítulo 4. Hacia la reconstrucción de la realidad.....		107
4.1.	Introducción.....	107
4.2.	La metodología marxista	108
4.3.	La descripción articulada	111
4.5.	La herramienta: la Etnografía multisituada	119
4.6.	Comentarios al capítulo	123
Capítulo 5. El capitalismo y sus tendencias		124
5.1.	Introducción.....	124
5.2.	El capitalismo hegemónico	125
5.3.	De la producción en masa a la flexibilidad productiva	129
5.4.	El camino de la “nueva informalidad”.....	133
5.5.	La sociología económica frente al racionalismo económico	138
5.6.	Comentarios al capítulo	140
Reflexiones finales.....		143
Referencias Bibliográficas		152
ANEXO A.....		167
ANEXO B.....		168

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Autobuses comerciales de pasajeros en el “Moda Center Santa Cruz”, ubicado en la municipalidad de Santa Cruz de Capibaribe, Pernambuco, Brasil.....	18
Fotografía 2. Mercancías listas para su traslado en el autobús de pasajeros.Trabajo de campo (inédito).....	20
Fotografía 3. Anuncios de viajes turísticos y de compras. Trabajo de campo (inédito) ...	21
Imagen 1 y 2. Anuncios clasificados de viajes de compras.	21
Fotografía 4. Autobuses estacionados en día de tianguis en el Centro Comercial de Texticuitzeo. Trabajo de campo (inédito)	24
Fotografía 5: Negocios de boneterías y mercerías en las calles de Correo Mayor, en el Centro de la Ciudad de México.....	26
Fotografía 6. La movilización de mercancías hacia los autobuses estacionados en las calles aledañas al centro de la Ciudad de México. Trabajo de campo (inédito).....	27
Fotografía 7: Mercancías asiáticas y mercancías de maquila mexicana, ambas a la venta en el tianguis sábatino del municipio de Chiconcuac de Juárez, Estado de México. Trabajo de campo (inédito).	32

ÍNDICE DE TABLAS Y MAPAS

Mapa 1. Mapa de rutas comerciales (Zacatecas – Centros de comercio) 56

Mapa 2. Municipios de Moroleón e Uriangato. Distribución territorial..... 67

Tabla 1. Unidades Económicas y Personal Ocupado en sectores y ramas seleccionados de los municipios de Uriangato y Moroleón..... 68

Mapa 3. Concentración espacial de unidades económicas dedicadas al comercio y unidades dedicadas a la fabricación. Municipios de Moroleón e Uriangato..... 69

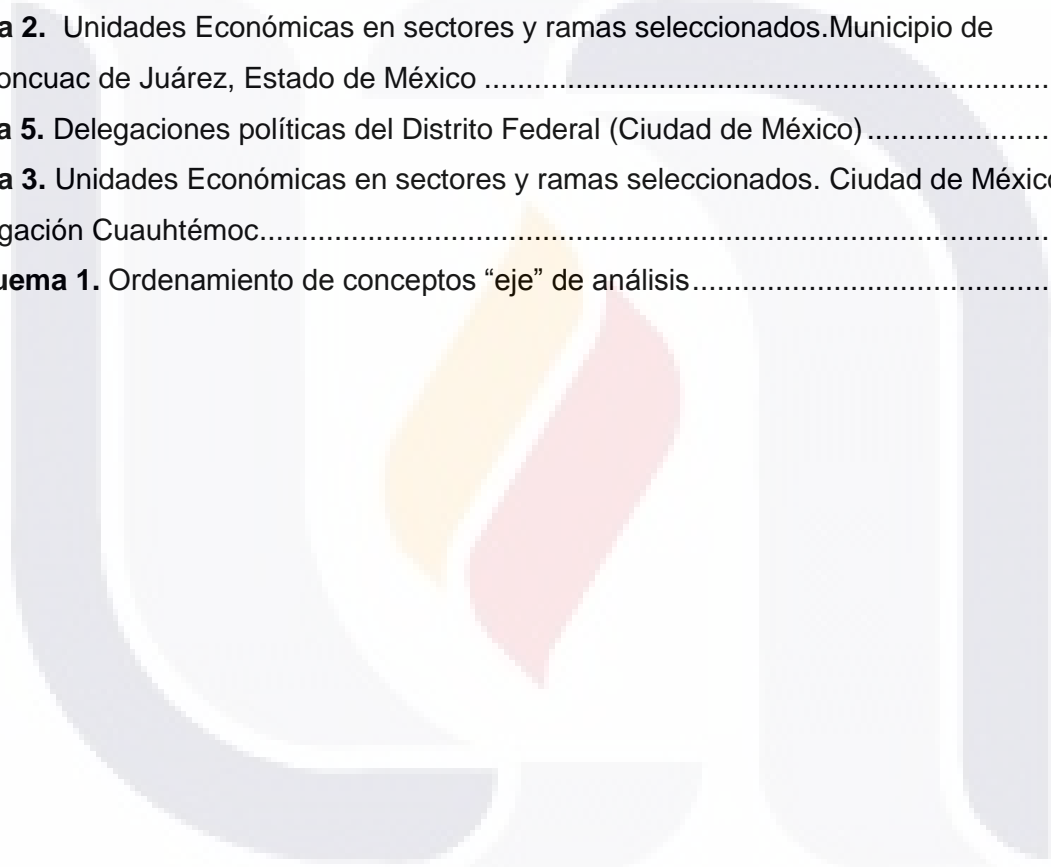
Mapa 4. Ubicación Geográfica del municipio de Chiconcuac de Juárez, Edo. de México.72

Tabla 2. Unidades Económicas en sectores y ramas seleccionados.Municipio de Chiconcuac de Juárez, Estado de México **73**

Mapa 5. Delegaciones políticas del Distrito Federal (Ciudad de México) 75

Tabla 3. Unidades Económicas en sectores y ramas seleccionados. Ciudad de México. Delegación Cuauhtémoc..... 76

Esquema 1. Ordenamiento de conceptos “eje” de análisis..... 113



Resumen:

El objetivo primordial de este trabajo de investigación es entender las formas en que los sujetos sociales establecen esquemas socioeconómicos a través del desarrollo de habilidades emprendedoras y de la creación de modos económicos particulares para la subsistencia. Muestra de ello es el transporte, en específico los conocidos “autobuses comercio” o “autobuses comerciales”, empleados por los sujetos sociales para movilizar toneladas de mercancías por las carreteras del centro-occidente de México, no sólo en una dinámica económica, sino en un fenómeno que comprende una combinación de redes, sujetos sociales, circuitos y tradiciones comerciales, prácticas de división regional y generacional del trabajo. Dichas formas de movilización constituyen una importante fuente de información sobre los efectos de los cambios económico, social y cultural experimentados en la asociación de emprendimientos formales y procesos informales, así como en las prácticas legales e ilegales. Con la finalidad de comprender la estructura de una actividad comercial delimitada que hace factible ahondar en los nuevos tipos en los que ha mutado la informalidad, la investigación recurrió a la etnografía multisituada como herramienta metodológica. Así, la experiencia del viaje se convirtió en un elemento observable y pertinente para examinar las infraestructuras sociales y físicas que permiten la movilización de enormes flujos de mercancías y sujetos. Al entender su desarrollo fue posible configurar una parte de la dinámica socioeconómica del comercio en México.

Palabras claves: formalidad-informalidad, redes, circuitos comerciales, etnografía multisituada

Abstract:

The key objective of this research effort is the understanding of the ways in which social actors establish socio-economic patterns through the development of entrepreneurial capabilities and through the creation of specific economic subsistence modes. An example of this is transportation, specifically "commercial buses", used by social actors to move tons of merchandise across the central-western highways of Mexico, not only within an economic dynamic, but also in a phenomenon which entails a combination of networks, social actors, commercial and traditional routes, policies of regional and generational division of labour. These forms of mobilization constitute an important source of information on the effects of economic, social and cultural change that exist within the association of formal and informal business processes, as well as legal and illegal activities. With the goal of understanding the structure of a specific commercial activity which facilitates a deeper look at the new ways in which informality has been transformed, the research makes use of multi-sited ethnography as its methodological tool. As such, the experience of travel becomes an observable and relevant element with which to examine the social and physical infrastructures that allow for the mass movement of merchandise and persons. Through reaching an understanding of its development it was possible to identify the form of one part of the socio-economic dynamic of this business sector in Mexico.

Key words: formality-Informality, networks, commercial circuits, multi-sited ethnography

Resumo:

Este trabalho de pesquisa teve como objetivo essencial entender as formas sob as quais os sujeitos sociais têm buscado estabelecer particulares esquemas socioeconômicos, através do desenvolvimento de habilidades empreendedoras e da criação de modelos econômicos para a subsistência. Exemplo disso são os popularmente conhecidos como “ônibus de comércio”, sob os quais as pessoas têm alcançado mobilizar toneladas de mercadorias em condições particulares pelas estradas do centro-ocidente do México, em uma dinâmica não só econômica, mas também de redes, sujeitos sociais, circuitos comerciais, tradições comerciais, práticas de divisão regional e geração do trabalho, em apenas um fenômeno comercial. Com o propósito de entender o processo de construção de uma atividade comercial delimitada que nos permitiu aprofundar nas novas maneiras que levaram a transformação dessa informalidade, este trabalho de pesquisa se apoiou na etnografia multissituada como ferramenta metodológica, a mesma que permitiu fazer da experiência de viagem um momento a ser observado e um modo com o qual conhecer as infraestruturas sociais e físicas que permitem a mobilização dos enormes fluxos de mercadorias e pessoas. Estas formas de mobilização são importantes fontes de informação sobre os efeitos da mudança econômica, social e cultural, combinados com empreendimentos formais e processos informais, e a combinação de práticas legais e ilegais. Ao compreender o seu desenvolvimento foi possível configurar uma parte da dinâmica socioeconômica do comércio no México.

Palavras-chave: formalidade-informalidade, redes, circuitos comerciais, etnografia multissituada

Introducción

Es de madrugada cuando el movimiento de personas, gritos, chiflidos y música, invade el ambiente de energía. En un suelo sin pavimentación y lleno de lodo, colocados en taburetes precarios de madera, con lonas de plástico y con mallas metálicas, se puede encontrar en exhibición para su venta todo tipo de prendas de vestir para niños, mujeres y hombres. En medio del barullo de decenas de compradores, cargadores de mercancías y vendedores, una persona de edad camina entre la multitud. Su nombre: María, una mujer de 73 años que por más de 44, ha sido comerciante de prendas de vestir para caballero, dama, niño y niña en un negocio comercial de la Ciudad de Zacatecas. Desde hace aproximadamente 19 años para obtener las mercancías que ofrece en su negocio realiza por lo menos tres viajes a la quincena a diferentes lugares: en Morolón, municipio del estado de Guanajuato, consigue ropa de dama y tejidos; del tianguis del municipio de Cuitzeo, Michoacán consigue camisas y pantalón (jeans) de mezclilla, mientras que del mercado semanal del municipio de Chinconcuac, en el Estado de México adquiere ropa para niñas, así como otros artículos, que adquiere en el Distrito Federal, la principal ciudad de México. Los viajes hacia estos tianguis y centros comerciales, los realiza junto a otros comerciantes en autobuses de pasajeros especiales, los cuales sirven como medio para trasladar grandes cantidades de mercancías. Por viaje, solamente la señora María adquiere los suficientes productos para proveer tres pequeños negocios que administra y con ello “establecer un margen de venta y ganancia aceptable”¹. Todas las mercancías que adquiere las transporta en el autobús junto con las mercancías que decenas de compradores con los que viaja, adquieren en los mismos centros comerciales.

En México, durante la década de los 80's predominó la idea de la facilidad de los emprendimientos informales, como una salida a las recurrentes crisis económicas. Por un lado, este fenómeno se encuentra vinculado con el supuesto de que la actividad económica denominada formal, no alcanza a emplear toda la fuerza de trabajo, por lo cual los desempleados y lo subempleados desarrollan

¹ Palabras expresadas por la informante.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

actividades económicas no organizadas o informales, realizadas en pequeñas unidades de producción o empresas familiares, no organizadas en el sentido moderno de la palabra (Pérez Lizaur, 2010). En las transformaciones que tienen lugar en la relación entre los individuos y la sociedad cuando se modifican las estrategias económicas y los vínculos laborales en tiempos de crisis, y para no ser excluidas de las formas de mercado presentes, las actividades comerciales consideradas no formales o informales, buscan establecer sus propios esquemas socioeconómicos de subsistencia, distribución, atención y relaciones de trabajo. A través de la creación de diversas estrategias socioeconómicas, los sujetos sociales desarrollan habilidades emprendedoras y de sobrevivencia para subsistir y reproducirse económicamente, creando organizaciones y mercados particulares.

Estas líneas de investigación han destacado el papel de los “empresarios populares”, quienes buscan organizar su actividad económica, orientarla por la búsqueda de la ganancia, crear riqueza y ser productivos tal como los grandes empresarios capitalistas, pero cuya diferencia radica en sus relaciones de solidaridad y entorno social que contribuyen a la formación de un tipo de sujeto social popular (Cortés, 2001; Sáinz, 1995). En este sentido, cabría cuestionarse como los integrantes o responsables de los negocios fuera de la formalidad, construyen sus estrategias económicas dentro de la informalidad para obtener seguridad e ingresos. Pueden encontrarse en la literatura casos en los que los emprendimientos informales logran un desarrollo tal que permite ganancias notables con tintes de actividad empresarial (Cota, 2012). Podemos entonces hablar de sujetos que son capaces de construir alternativas de desarrollo en condiciones de adversidad, donde habría que preguntarse cuáles serían las razones de su éxito. En palabras de Octavio Maza: “...cada actividad, por precaria o informal que parezca, permite construir estrategias que facilitan que los sujetos experimenten sensaciones de certidumbre; y como trabajo pendiente toca descubrir cómo es que esto se construye” (2011: 338). Este tipo de “informal estabilizado”, es capaz de mantenerse, reproducirse y expandirse para satisfacer la demanda de los diferentes segmentos y cuyo papel está lejos de ser

despreciable en el contexto de la alta concentración del ingreso y riqueza (Barbosa, 2011).

El surgimiento de un sujeto de tipo empresario popular, que se mueve en una relación entre formalidad e informalidad, legalidad e ilegalidad, es parte de un amplio fenómeno económico y social. Este tipo de sujeto económico crece a la sombra de sus propias “estrategias productivas de inserción” (Cacciamali, 2000), que se manifiestan en el desarrollo de redes de distribución comercial que se denominan coloquialmente como “autobuses comercio” y que evidencia una compleja red de suministro, que no solo es económica, sino que tiene además implicaciones sociales y culturales, que se contraponen a los procesos “logísticos” señalados en las teorías administrativas sobre canales de suministro (Young y Esqueda, 2009).

No obstante que conceptos como “desigualdad social” e “informalidad”, sociológicamente han caminado juntos durante los últimos 30 años tratando de entender las transformaciones socioeconómicas, la realidad económica regional y global es más compleja, ya que la formalidad y la informalidad están interrelacionadas en un indeterminado número de maneras (Carneiro-Araujo y Véras de Oliveira, 2011), no solamente a través de sus características y formas, sino también de los actores y escenarios que se encuentran inmersos en fenómenos sociales y económicos más complejos, ligados a una economía capitalista (Alarcón, 2008). De esta manera, las categorías antiguas que tratan de colocar a los fenómenos que surgen dentro del mercado económico, se muestran insuficientes al construir identidades sociales colectivas, proyectos o “sujetos sociales” en condiciones más amplias, y no permiten clarificar el fenómeno empresarial atípico e informal en México, que no trabaja dentro de la relación dualista y típica entre el capital y el trabajo, y que es invisible, porque para los que subsisten dentro de él conviene que sea de esta manera.

Las formas de intercambio productivo y abastecimiento de productos entre los centros de comercio y quienes acuden a ellos, son una muestra de cómo estos sectores buscan generar las condiciones necesarias de subsistencia y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

mantenimiento con estrategias que combinan emprendimientos formales con procesos informales. Los retos se encuentran así, dirigidos hacia la construcción de nuevos conceptos que permitan entender las relaciones entre las actividades comerciales y la informalidad, y estos a su vez con el sistema de mercado y los sujetos sociales que lo componen, su cultura y actuar social, ante la ausencia de términos que puedan describir las relaciones económicas y sociales que prevalecen.

El estudio de las formas de organización productiva, comercial y económicas emergentes en el capitalismo actual, demandan entonces transitar hacia el análisis de las relaciones sociales y a la (re)conceptualización del “sujeto social” económico que se encuentra inmerso en estas y en las cuales la reestructuración económica, la formalidad, informalidad y el surgimiento de diversas estrategias comerciales han generado cambios importantes (como el autoempleo, la generación de empresas de sobrevivencia y el surgimiento de nuevos modelos productivos). Ante la aparición de nuevos paradigmas, responder de forma más amplia los cuestionamientos y entender las dimensiones que surgen con el uso de este tipo de estrategias es imprescindible. Siendo así, los objetivos de investigación, se encuentran encaminados al análisis las infraestructuras sociales, físicas e institucionales que movilizan y permiten movilizar estas redes. Su estructura, marco de acción, dinámicas de funcionamiento y sus procesos de integración social y comercial, además de la caracterización de las condiciones sociales y económicas que influyen para que puedan surgir, permanecer y moverse.

Objetivos de investigación e hipótesis

El análisis de las formas de organización productiva y redes comerciales de estas formas de comercio, es una fuente de información valiosa sobre los efectos del cambio económico, social y cultural experimentados en la combinación de una estrategia económica desarrollada por los sujetos, que da lugar a una particular dinámica de cooperación y organización. Como sistema y forma a través de las cuales muchas personas apartadas por un sistema económico generan redes y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

estrategias para satisfacer sus necesidades, paralelas a las dinámicas impuestas por el mercado (Platas y Santamaría, 2012). En su interior, se articulan nuevos modelos productivos, se gesta una nueva forma de entender la informalidad, se crean grupos sociales que se caracterizan por establecer reglas y procedimientos a través de relaciones de estrecha identificación y confianza, además de redes y actores sociales particulares, con una persistente ausencia de conceptos que permita abarcar y captar la magnitud de este fenómeno.

En la urgencia de entender estos procesos, el objetivo principal de este trabajo de investigación fue el de comprender y analizar sociológicamente los procesos sociales que contribuyen en la constitución y desarrollo de las redes comerciales informales en el centro-occidente de México. De tal forma, se plantearon los siguientes objetivos particulares:

- a) Analizar las infraestructuras sociales, físicas e institucionales que movilizan las redes informales de suministro.
- b) Analizar la estructura que soporta su marco de acción, dinámica de funcionamiento y sus procesos de integración social. Además del análisis de las formas de relación, cooperación y acción social que sostienen estas actividades.
- c) Caracterizar teórica y empíricamente los tipos de sujetos sociales que se movilizan y permiten la movilización de estas redes comerciales. La posibilidad de (re)conceptualizar al actor social/empresario/comercial que actúa en estas formas comerciales y conocer otros actores relevantes.
- d) Identificar las condiciones sociales y económicas que influyen para que puedan surgir, permanecer y moverse este tipo de redes comerciales.

La hipótesis planteada, da cuenta de las interrogantes bajo las cuales se pensó este trabajo de investigación, y la cual se manifiesta en el siguiente párrafo: “La emergencia y desarrollo de redes comerciales informales en el centro-occidente de México, resultan de una combinación diversa y contradictoria de

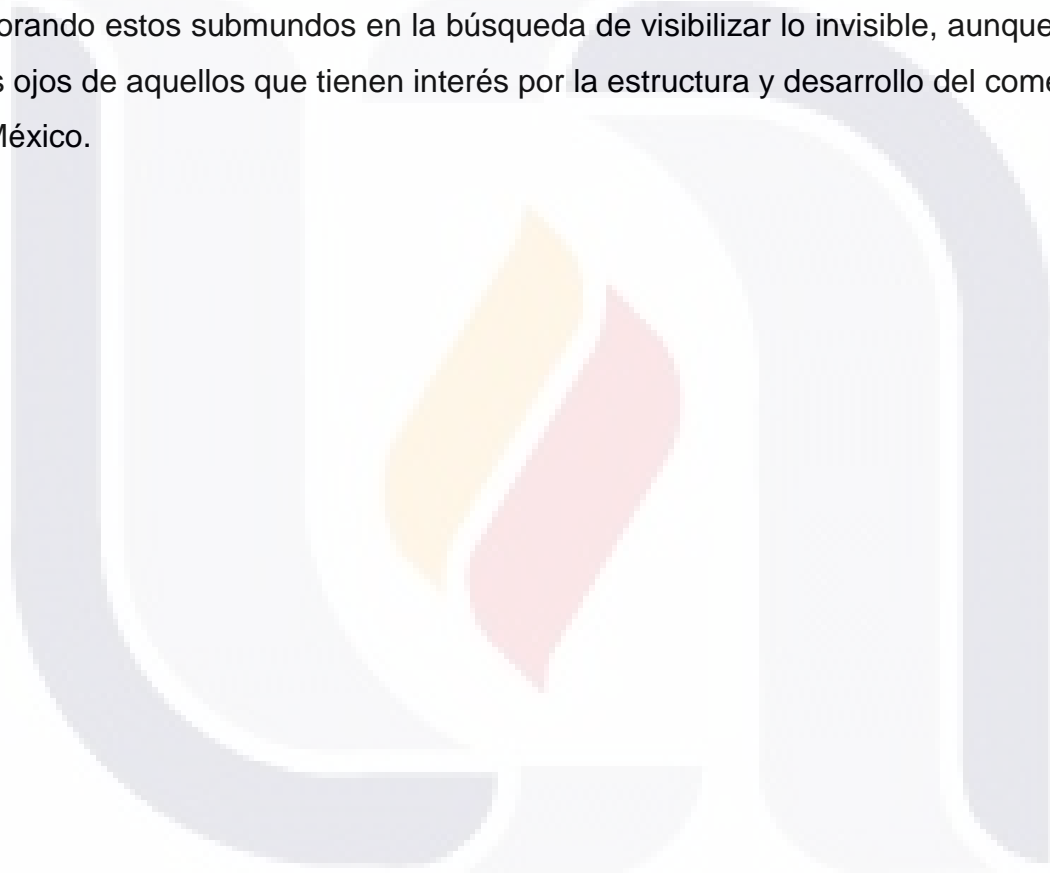
TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

dinámicas socioeconómicas, tipos de sujetos sociales y estrategias de actuación por parte de los mismos, que tienen en la informalidad una condición de posibilidad central. Los procesos sociales que se encuentran en la base de su constitución, se sustentan en la reproducción y constante actualización de su carácter informal. Sobre estas condiciones, la informalidad tiene a reproducirse, persistir y a evolucionar”.

Encaminado a entender estas combinaciones que parecieran inconciliables, el proceso de investigación utilizó como herramienta de análisis la etnografía multisituada, con la pretensión de encontrar y entender de forma más profunda las conexiones que se dan bajo estas dinámicas. Se hizo del viaje, un elemento a ser observado como experiencia del trabajo aquellos que movilizan flujos de mercancías y sujetos. Seleccionamos así, el espacio que recorren comerciantes de los Estados de Zacatecas hacia los centros de comercio ubicados en la zona centro-occidente del país. De esta forma, tratando de abordar el problema de investigación desde una perspectiva holística el primer capítulo es una evidencia de lo que se encontró durante el viaje, utilizando este concepto no como mera metáfora, sino como un conjunto de experiencias bajo las cuales encontramos un submundo de composiciones y tensiones. A través de su descripción, pudimos confrontar la idea de que no podemos hablar de opuestos metodológicos: malo-bueno, legal-ilegal, sino que estamos ante un fenómeno complejo que se reinventa a través de la acción de sus integrantes. El acercamiento y encuentro con las situaciones que viven los comerciantes que deciden moverse, nos permitió experimentar y sorprendernos con lo que entienden como rutinario y cotidiano. Para estos sujetos sociales, hacer del viaje una forma de vida es un modelo que ofrece empleo y sustento creando una alternativa diferente de la que ofrece el capitalismo dominante de los grandes consorcios. Estos personajes, han sabido desarrollar redes sociales bajo las cuales se amparan todo tipo de actividades informales invisibilizadas a los ojos del Estado, pero visibles y útiles a lo que se denomina como capitalismo desde abajo.

El capítulo segundo, es un análisis de la industria del vestir en México, con un breve esbozo histórico sobre la misma así como una breve descripción del proceso informal que se sigue en la distribución informal de mercancías. Se complementó además con una semblanza sobre los lugares más representativos hacia los cuales se movilizan los comerciantes: los municipios de Moroleón-Uriangato en el estado de Guanajuato; el municipio de Chiconcuac en el Estado de México y la Ciudad de México como centro de comercio, lugares seleccionados para la realización de este trabajo de investigación. Continuando en este bosquejo, en el tercer capítulo buscamos situar en la discusión, la dinámica comercial formal e informal con sus cambios y paradojas, el comercio globalizado y la concepción de un sujeto social comercial, para después centrar el análisis en los componentes de la movilización –suministro informal de las mercancías y hacia donde se dirigen los discursos presentes sobre la empresarialidad en México. En el cuarto capítulo se revisa la estrategia metodológica utilizada. La pertinencia en la revisión de una metodología marxista que busca llegar a una reconstrucción de la realidad a través de una metodología de la reconstrucción. Como herramienta, la etnografía multisituada nos permitió un fidedigno acercamiento con las redes de distribución. Para efectos de obtención de la información, recurrimos primordialmente a la técnica de conversación con los sujetos de estudio durante el viaje; en estas recorridos los sujetos nos narraron parte de sus vivencias personales, las historias de cómo fue que comenzaron a realizar estos recorridos para adquirir mercancías y las causas por las cuales recurren a esta alternativa económica como forma de vida. Bajo las mismas condiciones, nos trasladamos con ellos en autobuses de pasajeros, en viajes efectuados desde el mes de junio del 2014 al mes de noviembre del 2015. Esos traslados fueron realizados a los tianguis de ropa que instalados los fines de semana en el municipio de Chiconcuac de Juárez, en el Estado de México, a los tianguis y zonas comerciales del Distrito Federal ahora Ciudad de México, al tianguis de ropa conocido como “Tezticuitzeo” en el municipio de Cuitzeo, en el Estado de Michoacán y a los municipios textiles de Moroleón e Uriangato, pertenecientes al Estado de Guanajuato.

El capítulo quinto pretende establecer un diálogo con el capitalismo y su desarrollo. Hacia donde se dirigen las discusiones y caminos de la que se conoce como “nueva informalidad”, además de una reflexión sobre la sociología económica contras las versiones puramente economicistas para entender el objeto de estudio de este trabajo. Mientras que el capítulo sexto es una serie de reflexiones finales obtenidas a partir de los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo. Este trabajo de investigación no pretende más que ser la antesala a futuras investigaciones sobre el tema. La posibilidad de seguir viajando y de seguir explorando estos submundos en la búsqueda de visibilizar lo invisible, aunque sea a los ojos de aquellos que tienen interés por la estructura y desarrollo del comercio en México.



Capítulo 1.

Las redes de suministro de mercancías: Dinámicas y composiciones

1.1. Introducción

“Un día cualquiera se inicia el viaje. Después de horas eternas de transitar en la oscuridad por las carreteras de México, por fin llegamos al destino final de la primera jornada. Es de noche, pero la locura del movimiento de personas, animales, ruidos, olores, y sabores, nos hace pensar que aquí realmente “la gente nunca duerme”. El tianguis es un lugar lleno de vida, famoso para el viajero frecuente y un lugar temible para quien se aventura por primera vez. “¡Me gusta venir!, dice una compradora”. “¡Odio venir! Siempre está sucio y es muy cansado”, dice otro. Pero empieza la jornada y parece que se olvida el agotamiento del viaje. “¡Vamos a comprar antes de que nos ganen lo bueno!” Vamos pues -dice alguien más- que el tiempo apremia”.

Raúl (32 años), Ana (38 años), comerciantes².

En los párrafos siguientes presentaremos un bosquejo de los procesos, actividades y sujetos sociales que movilizan cientos de mercancías en la zona centro-occidente de México, con el propósito de entender el proceso de constitución de una actividad comercial delimitada que nos permite ahondar en nuevas formas de entender la informalidad. Analizar estos procesos nos exigió buscar una aproximación diferente, misma que encontramos en la “etnografía multisituada”³ como herramienta de observación y análisis. Hacer del viaje y la experiencia del mismo, un medio que nos abriera las puertas de un mundo invisibilizado para el Estado, pero visible y real para sus integrantes, y conocer las dinámicas que dan forma y vida a las redes de comercio existentes, los sujetos

² Los nombres de los informantes de este trabajo de investigación han sido cambiados.

³ Marcus (2001) propone como estrategia metodológica, seguir (en un sentido literal), a un sujeto u objeto de estudio moviéndose entre múltiples sitios para describir cómo los espacios sociales de los sujetos de estudios se constituyen de las conexiones entre varios sitios (Hirai, 2009). Las explicaciones sobre el uso de esta metodología serán ampliadas en capítulos posteriores.

que la conforman y las infraestructuras⁴ sociales, físicas e institucionales necesarias para su movilización y desarrollo. Con tal fin en mente, realizamos viajes en autobuses de pasajeros especiales, cuyo trabajo principal es “mover” por los mercados y centros de comercio del país a cientos de comerciantes. En el caso particular de esta investigación, el objetivo principal de estas unidades es la movilización de sujetos sociales que cuentan con un negocio comercial (informal y/o formal) en el Estado de Zacatecas y Aguascalientes, por la región centro occidente del país.

Es importante destacar no obstante, que no solo hablamos de viajes y traslados, sino que dialogamos con un fenómeno mayor. Estamos frente a una composición de dinámicas que son resultado y consecuencia de los encuentros, desencuentros, composiciones y tensiones entre las (nuevas) estrategias capitalistas y aquellas que los sujetos socioeconómicos (con un perfil no propiamente capitalista), crean para emprender y subsistir. Una dinámica que no solo es económica, sino una combinación de redes, actores y/o sujetos sociales, circuitos comerciales, tradiciones comerciales, prácticas de división regional y generacional del trabajo, en un solo fenómeno. Hablamos de contextos históricos, historias de vida y configuraciones que se enlazan, que existen y se movilizan dentro de mundos que no son fácilmente visibles y cuyos procesos que les dan existencia no son solo resultado de tendencias economicistas. La informalidad entendida a partir de la influencia de lo social como articulación.

1.2. Los “autobuses comercio”

Los viajes realizados en autobuses de pasajeros para la compra de mercancías diversas, son denominados por sus integrantes como “autobuses comercio”⁵. Su giro principal es el traslado de comerciantes hacia distintos puntos geográficos

⁴ Entendiendo como “infraestructura” el medio o dispositivo para la movilidad de personas y la circulación de objetos y mensajes (Sandoval, 2012: 34). Por medio de las infraestructuras se vinculan lugares, instituciones y personas en un mismo espacio social, y son creadas, organizadas y reproducidas por la interacción de actores e instituciones.

⁵ Esta denominación fue compartida para definir esta actividad por la mayoría de las personas con las cuales se establecieron conversaciones para este estudio.

comerciales para la compra de todo tipo de mercancías para su reventa en locales y mercados comerciales, tianguis o bajo el esquema de abonos⁶. Estos viajes pueden ser organizados bajo dos esquemas fundamentales: a) organizados de forma independiente por grupos de comerciantes interesados en visitar los centros de comercio, para lo cual alquilan un autobús o b) empresas privadas de Turismo comercial, que se dedican a organizar de forma independiente este tipo de viajes.



Fotografía 1. Autobuses comerciales de pasajeros en el “Moda Center Santa Cruz”. Recuperada de <http://modacenterscc.blogspot.mx>

En cuanto al tipo de viajes de turismo comercial, son empresas privadas registradas bajo la categoría de empresas turísticas, que se dedican al traslado de pasajeros a través de autobuses hacia distintos puntos de la República Mexicana. La mayoría de estas compañías cuentan con un registro formal ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como el registro ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para la explotación y operación de los servicios de autotransporte federal. Al estar registradas como “empresas turísticas” (aunque trasladan toneladas de mercancías dentro de sus unidades de transporte), cuentan con los permisos federales para movilizarse en las carreteras

⁶ Bajo esta forma, sujetos trasladan mercancías para revenderlas. Los “comerciantes” bajo esta modalidad, no cuentan con un local o espacio para su venta por lo que ofertan las mercancías entre vecinos, conocidos y/o familiares, por las cuales se realizará un pago semanal, quincenal o mensual.

del país pero no tienen que cumplir con las exigencias a las que tienen que someterse los que cuentan con el registro de autobuses para pasajeros⁷. Existen dentro de este rubro, empresas “piratas” o ilegales, que operan dentro de la informalidad y cuentan con registros apócrifos, o en ciertos casos, bajo ningún registro.

Con claros vacíos en materia de legislación y regulación, este tipo de unidades no necesariamente trasgreden o violentan ninguna ley o reglamento, lo que dificulta entender y normalizar su actividad. De esta forma, aunque se cumple con la legislación al contar con los permisos reglamentarios necesarios, al mismo tiempo crean *normas particulares de funcionamiento* al establecer sus propias reglas y controles; como por ejemplo, determinar el número de personas que viajan y la cantidad y/o peso de las mercancías con las que puede viajar cada pasajero. Aunque estas empresas manifestaron contar con seguros para los viajeros esta información es desconocida por los pasajeros ya que al hacer uso de estos servicios, no se hace entrega de algún boleto o comprobante fiscal individual del viaje ni se informa de algún tipo de seguro u obligación. Bajo este esquema, los reglamentos existentes no especifican ninguna indicación de un límite en la cantidad de bultos y/o mercancías a movilizar, ni exige infraestructura especializada para hacerlo, ya que todo lo que se compra se transporta *dentro* de la unidad automotriz. El sistema de disposición bajo el cual se realiza el acomodo de mercancías y pasajeros en los autobuses, aunque desorganizado, demuestra ser eficiente en tiempo⁸ pero incómodo para los pasajeros durante el traslado. Esto debido principalmente a la cantidad de mercancías que se trasladan, las cuales rebasan los límites de espacio para este tipo de unidades. Si bien se movilizan a través del país unidades de transporte con 15 años o más de antigüedad, una gran mayoría son de reciente modelo, tipo volvo, limpios y en

⁷ Estos últimos tienen que cumplir con controles adicionales: revisiones preventivas cada tres meses a las unidades y revisiones generales al menos cada nueve meses (Cámara de Diputados, 1993).

⁸ La eficiencia se debe principalmente a los tiempos de llegada y salida de los centros de comercio. Al no cubrir las rutas que usualmente utilizan los transportes de autobuses de línea y tomar atajos o carreteras libres (sin pago de cuotas), se disminuye el tiempo de recorrido.

buenas condiciones, aunque un gran número de ellas no cuentan con sanitarios. Estos han sido “removidos” para guardar en su lugar una mayor cantidad de pasajeros y mercancías. En el mismo orden, la asignación de asientos y lugares se realiza en base a la relación que exista entre la empresa y el pasajero, con muestras claras de preferencia por aquellos que viajan de manera frecuente o tienen alguna relación de parentesco con los organizadores.



Fotografía 2. Mercancías listas para su traslado en el autobús de pasajeros.
Fuente: García, 2015.

Por empresa, es común que transiten dos o tres autobuses por viaje, siguiendo diferentes rutas. Esta rotación se decide principalmente por la cantidad de personas que solicitan un lugar para viajar y la temporada de ventas. Se programan rutas y precios diferenciados por el tipo de viaje a realizar. En ocasiones, especialmente en temporadas de altas ventas⁹, la cantidad de mercancías a movilizar rebasa por mucho el espacio del autobús y es difícil transportarla. En ocasiones, se adquieren tantos productos que se contratan camiones exclusivos de carga pesada (tipo tortón) para llevar todo lo comprado a su destino. Las empresas cuentan con enlaces y compañías que ofrecen este servicio, algunas de las cuales cabe destacar, son informales. En múltiples ocasiones es difícil establecer un acuerdo en cuanto al pago monetario de este

⁹ Las temporadas de altas ventas en México se encuentran en los meses de abril y mayo, y la segunda comienza a partir de finales del mes de septiembre y finaliza en diciembre.

tipo de servicios. Es difícil contabilizar quien lleva más cantidad de mercancías y quien lleva menos productos. No obstante que se generan discusiones entre los usuarios del servicio al respecto, el pago es realizado por los comerciantes y no por la empresa de transporte turístico.

Es frecuente observar en la ciudad de México, entre las calles de Argentina, Bolivia y Brasil ubicadas en el primer cuadro de la capital, numerosas compañías que ofrecen este tipo de transporte a precios económicos. Algunas de estas entidades son simples taburetes de madera en los cuales se anuncian a gritos las partidas y rutas. En Aguascalientes y Zacatecas para darse a conocer se anuncian a través de volantes, lonas y anuncios que se cuelgan de postes eléctricos y bardas. No obstante, la forma más común de hacer contacto con los clientes potenciales es a través de recomendaciones que hacen los mismos pasajeros o por medio de publicidad de boca en boca.



VIAJE DE COMPRAS A GUADALAJARA

viajes Ofelia

Salidas: Jueves 16, Sabado 18, Martes 21, Jueves 23

Antigua terminal de Primera Plus

- Medrano • Macroplaza • Zapotlanejo
- Tonalá • Placita • San Juan de Dios

Reserva: 669-116-4152 / 669-165-4915

vámonos bustours MR

compras • turismo & aventura

¡VIAJES GRATIS! a clientes frecuentes

¡ VÁMONOS DE COMPRAS !

- San Martín Texmelucan - Todos los Lunes
- México Directo - Todos los martes p/amanecer miércoles, pasando por el Mercado de Sonora
- Chiconcuac y Centro de México - Todos los Lunes y Viernes
- Moroleón y León (ropa, bolsas y zapatos) Cada mes -
- Guadalajara, Zapotlanejo y Tonalá (ropa, blancos, oro y artesanías) Cada mes -
- Cuernavaca, Taxco e Iguala (cerámica, plata y oro) Cada mes -

Reservaciones e Informes
 922 68 98 • 921 92 07 • 922 92 83
 Cel. 2291 18 10 85 Nextel. 150 57 16 | D. 279805*2
 informes@vamonosbustours.com

Fotografía 3. Anuncios de viajes turísticos y de compras. Fuente: García, 2015.
Imagen 1 y 2. Anuncios clasificados de viajes de compras. Fuente: Doplim, 2016. Recuperado de <http://veracruz-capital.doplim.com.mx/>

En la actualidad esta actividad se ha diversificado ya que existen pequeñas agencias de viaje que promueven esta actividad. Estas últimas aprovechan los servicios de transporte de estas unidades para ofertar viajes económicos entre sus clientes. Es parte de una estrategia comercial para el ahorro de costos, por parte de las agencias especializadas en turismo con las cuales los dueños de los autobuses llegan a establecer acuerdos comerciales para el traslado de clientes captados por ellas. En México, la existencia de este tipo de entidades no es un fenómeno exclusivo. Similares formas de transporte de sujetos y mercancías pueden ser encontradas en otras ciudades y países (fotografía 1). La importancia que ha alcanzado la movilización de esos flujos, se puede observar en la creación, mantenimiento y desarrollo de cientos de centros comerciales y la proliferación de cientos de mercados populares para captarlos.

1.3. Los centros de comercio en México: Lugares y objetos de consumo

No existe claridad en qué momento surgieron los tipos de viajes y empresas que mencionamos que describimos en el párrafo anterior. En la ciudad de México, los viajes de tipo turístico tienen más de 25 años trabajando ininterrumpidamente. Lo que queda de manifiesto es el hecho de que de una forma u otra, los comerciantes o sujetos de otras regiones siempre han buscado vías para moverse y conseguir lo que necesitan para comercializar y subsistir. Este tipo de viajes, han creado nuevas condiciones de traslado, han desarrollado nuevos emprendimientos y permiten la exploración y proliferación de mercados comerciales.

Durante los 80's, en México los centros urbanos como el Distrito Federal y la zona metropolitana de Guadalajara eran los destinos por excelencia para adquirir productos y comercializarlos. Por muchos años, las personas se movilizaban hacia estos centros en autobuses de pasajeros de línea, tren de pasajeros o en automóvil particular. Sin embargo, la tensión entre pasajeros, autoridades y empresas, permitían el traslado de solo una parte mínima de las mercancías adquiridas. Por consiguiente, la gente comenzó a buscar otras alternativas para movilizar un mayor número de productos. Actualmente los comerciantes ubicados en la región centro-occidente del país, se movilizan

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

principalmente a la ciudad de Guadalajara, Jalisco; al municipio de Zapotlanejo (cerca de Guadalajara); a los tianguis de Moroleón e Uriangato en el Estado de Guanajuato; al municipio de Villa Hidalgo en los altos de Jalisco; al municipio de Chiconcuac de Juárez en el Estado de México, y a la Ciudad de México para conseguir sus productos. Viajan hacia dos o tres de estos centros de comercio en dos o más ocasiones por mes. Para estos sujetos, acceder a mercancías variadas es importante ya que en palabras de un comerciante: “el surtido de mercancías hace la venta”. Entre más productos se tengan para ofrecer, más oportunidad de contar con ingresos económicos aceptables.

Con un amplio reconocimiento, las zonas comerciales de estos municipios y espacios no son las únicas. México se caracteriza por contar con amplias zonas de comercio. Actualmente podemos encontrar cientos de tianguis, centros de comercio y empresas de viajes que cubren las necesidades comerciales y de viaje de miles de sujetos. Miles de opciones comerciales ubicadas estratégicamente por todo el país para ofrecer todo tipo de productos a precios económicos. Tan solo el corredor comercial ubicado entre el estado de Michoacán y los municipios de Moroleón e Uriangato, concentra siete tianguis diferentes antes de llegar a la zona comercial ubicada en las calles del centro histórico de estas ciudades.

El elemento histórico es importante para conocer el desarrollo de estos espacios comerciales. Estos se han transformado con el tiempo. Según Schivelbush (1986, citado en Urry, 2000), cuando una ruta, una carretera o una vía férrea es construida, la geografía la modifica en el sentido de que algunos lugares dejan de ser destinos para convertirse en paradas rumbo a algún lugar que se ha erigido como nuevo destino. Esta reflexión nos ayuda a entender lo que ha sucedido en el espacio de Moroleón e Uriangato, donde se ha presentado un cambio importante en su geografía comercial. La llegada en los últimos años de un gran proyecto comercial cercano a los ya mencionados denominado “Texticuitzeo”, ha venido a modificar el patrón comercial y de ventas de los comercios de los mercados y tianguis aledaños, debido a la preferencia que muestran hacia el mismo los compradores de otras regiones. La preferencia de

los usuarios por este centro de comercio, se debe¹⁰ a sus precios competitivos, la calidad de los productos que ofrece y en gran medida, a su organización y logística, misma que permite la llegada de cientos de autobuses de toda la República Mexicana. La mayoría de sus integrantes son fabricantes de otras regiones del país que desean formar parte del reconocido sector comercial de esta área. Con una capacidad de captación de clientes mayor que otros tianguis, los días de venta, cientos de unidades de transporte de los Estados de Veracruz, Ciudad de México, San Luis Potosí, Zacatecas, Michoacán, Guerrero, Coahuila y Monterrey (por mencionar algunos) arriban a este punto en particular¹¹. Su éxito es considerable, ya que se organizan viajes exclusivamente para conocer y comprar sus mercancías después de lo cual se retiran a sus lugares de origen. Sin embargo, los problemas entre locatarios de este centro y los fabricantes y comerciantes de la región, han creado fuertes tensiones entre las autoridades estatales y municipales, debido a que locatarios de tianguis cercanos han resentido económicamente sus ingresos ante su presencia.



Fotografía 4. Autobuses estacionados en día de tianguis en el Centro Comercial de Texticuitzeo.
Fuente: García, 2015.

¹⁰ Palabras emitidas por los comerciantes sujetos de este estudio.

¹¹ Los coordinadores de esta plaza comercial cuentan además con una organización que los distingue de otros espacios comerciales similares. Establecen lineamientos para el control y organización del estacionamiento, ordenamiento del lugar, cobro de plazas y (especialmente) del trabajo de los vendedores ambulantes de alimentos y cargadores, mismos que deben portar un distintivo de color fosforescente con un número de identificación particular.

La noción de competencia se encuentra fuertemente representada en esta área geográfica. Con amplia notoriedad y reconocimiento a nivel nacional e internacional, la zona de Moroleón-Uriangato-Yuriria y Cuitzeo, se encuentra en una especie de “disputa” por el espacio y las ventas. La llegada de Texticuitze se encuentra en medio de la polémica. Se acusa por parte de algunos sectores, que el control de este espacio se debe en gran parte a los grupos criminales de la región, mismos que ofrecen protección y prebendas a cambio de ocupar un espacio. Sin embargo, debido a lo delicado del tema, fue prácticamente imposible encontrar documentación al respecto. Aunque los fabricantes que forma parte de este centro accedieron a conversar para esta investigación, solo se hacen mención a las ventajas y beneficios de contar con espacio para la venta de productos en este lugar. El temor a hablar del tema de seguridad en otros términos, es evidente.

La existencia y organización de estos mercados se debe al trabajo de gestores y actores políticos que ven en la creación de estas plazas, una especie de válvula de escape para cientos de personas que sin empleo remunerado o fijo necesitan de una actividad económica para subsistir. Al mismo tiempo aprovechan el prestigio y reconocimiento de estos lugares para crear más espacios de venta, atraer más clientes, vender más mercancías y por lo tanto, atraer más “autobuses comercio”. En las plazas comerciales, los dueños de los grandes espacios foráneos ofrecen en rentan los sitios para la venta de productos y establecen cuotas (principalmente para la limpieza y seguridad del espacio), así como reglas de orden que se deben seguir los fabricantes que desean vender sus mercancías si quieren mantener su lugar. Otorgan además, beneficios, premios y descuentos a los operarios de los autobuses por llevar más clientes a sus espacios.

Otro reconocido espacio comercial se encuentra en el municipio de Chiconcuac de Juárez, en el Estado de México. Este lugar cuenta con un gran número de pequeñas fábricas de las cuales un número importante es de corte familiar. Aunque funciona como centro de comercio todos los días de la semana, sus ventas importantes son los días de tianguis: martes y sábado. Este tianguis

funciona durante la madrugada y continua actividades todo el día de venta. Casi 14 horas ininterrumpidas de compras. La pequeña ciudad se desvive en estos dos días para comercializar productos que en su mayoría son prendas de vestir. Sus calles y callejones se convierten en un gran y bullicioso mercado. Fabricantes de municipios aledaños y de los estados de Puebla, Tlaxcala e Hidalgo asisten para ofertar sus productos que en su mayoría, son prendas de tejido altamente reconocidas por sus diseños y calidad. Estos fabricantes pagan cuotas a los dueños de los estacionamientos o terrenos donde se instalan dos veces por semana. Los que se colocan en las calles, la mayoría cuenta con un local comercial. El comercio informal existe, pero es (semi)controlado por el municipio. Solo en ciertas calles y bajo ciertas condiciones de espacio se pueden instalar, precisamente los días en que viajan comerciantes foráneos de compras.



Fotografía 5: Negocios de boneterías y mercerías en las calles de Correo Mayor, en el Centro de la Ciudad de México. Fuente: Zamorano, 2016.

En el caso de la ciudad de México, el fenómeno de la informalidad tiene una fuerte presencia. Los comerciantes informales que se instalan en las calles, deben pagar una cuota diaria que va desde 30 y hasta 700 pesos. Dinero que llega principalmente a las manos de sus líderes y organizadores. De esta forma, el comercio informal se desborda por las calles del centro, sin que las autoridades puedan hacer valer algún reglamento o establecer orden. Los comerciantes

formales, se quejan por la obstrucción y suciedad de los espacios peatonales y congestionamientos viales. No obstante, muchos de sus clientes son precisamente los comerciantes ambulantes que ofrecen sus mercancías, lo que dificulta entender los diferentes caminos que siguen los productos para llegar a manos de los clientes finales. En cuanto a los esfuerzos por parte de las autoridades por abarcar y entender este fenómeno, parecieran ser más una simulación política que un proyecto público o social a largo plazo. Por mencionar un ejemplo, cuando las autoridades realizan revisiones y decomisos de mercancías a los ambulantes, en poco tiempo se organizan los grupos de venta, que vuelven a salir a las calles con productos al alcance de todo aquel que quiera adquirirlos.



Fotografía 6. La movilización de mercancías hacia los autobuses estacionados en las calles aledañas al centro de la Ciudad de México. Fuente: García, 2015.

En estas plazas y espacios comerciales se han creado redes que soportan su existencia y explican sus particularidades en función de aspectos más amplios. Su existencia se debe no solo a la contraparte formal y legal del comercio en México, sino además coincidiendo con Alarcón (2008), a toda una serie de adecuaciones contextuales en las que las tradiciones, las relaciones institucionales, el contexto político y los arreglos específicos con los actores involucrados juegan un papel crucial. A esto hay que agregarle los valores, normas y pautas de comportamiento, prácticas de corrupción así como las

relaciones personalizadas de confianza y reciprocidad que se establecen es estas dinámicas, que hacen posible el intercambio de información y productos. De esta forma se genera capital social, que se materializa en los recursos disponibles del entorno interpersonal de los sujetos, producto de una inversión intencional en relaciones con los demás y que utilizan para obtener beneficios instrumentales y expresivos (García-Macías, 2013). En esta relación, el autobús es el elemento articulador. Es un medio de intervencionalización de espacios, sujetos, tradiciones, productos y formas de organización.

Lo que encontramos en estos espacios comerciales pone en discusión lo establecido por Castells y Haller (2004), para quienes más que un sector informal es una *economía informal*, la cual “no es tanto una condición individual sino un proceso de generación de ingreso caracterizado por un rasgo central: no está regulada por las instituciones de la sociedad, en un entorno legal y social en el cual están reguladas las actividades similares”. En el caso mexicano, la informalidad es resultado de una combinación de estrategias legales y formales que juegan con su contraparte informal e ilegal. Sus actividades son reguladas, permitidas y solapadas por sus instituciones sociales y políticas ante la imposibilidad de estas de entenderlas completamente. Así, el engranaje que sustenta estas movilizaciones es posible gracias a la coordinación de múltiples personajes y sujetos claves. Este sistema existe debido al trabajo e influencia de grandes fabricantes, pequeños empresarios, dueños de pequeñas fábricas, comercializadores a gran escala de productos de origen extranjero, choferes de autobuses, cargadores de mercancías, coordinadores de plazas comerciales, cuerpos de seguridad, y en gran medida en el caso del centro de la ciudad de México, son permitidas debido al amparo de grupos criminales que “protegen” las compras y compradores: franeleros, carteristas, dueños de estacionamientos y propietarios de los espacios comerciales callejeros. Todo esto bajo el auspicio de un marco legal que no ha logrado absorber o resolver la problemática socioeconómica generada por esta masa de comercio informal, y qué a pesar de los múltiples esfuerzos por parte de las autoridades, continúa en crecimiento. El elemento articulador de estos lugares es la *informalidad*. Estos centros son un

punto de encuentro donde este fenómeno se ha logrado establecer y desarrollar. Existe un tipo de pacto tácito con el mismo por razones variadas. Las instituciones sociales la niegan y critican, más se tolera y se reproduce por ellos mismos. Las redes que se han formado en estos lugares, son un factor que permite que se reproduzca y persista.

1.4. Las mercancías se movilizan

Actualmente, un número importante de comerciantes de toda la república asisten a diferentes centros de comercio para buscar y completar sus mercancías. México cuenta con cientos de espacios y lugares donde se ejerce el comercio. Para llegar a estos sitios, se programan y realizan diariamente viajes hacia diferentes rutas y mercados. Si bien se pueden encontrar prácticamente los mismos productos, cada mercado y centro de comercio tiende a especializarse en ciertas mercancías. Por mencionar algunos ejemplos, en la ciudad de Guadalajara se adquieren productos de bisutería, juguetes, artesanías diversas y mercancía de origen oriental; De la ciudad de México, se transporta todo tipo de mercancías textiles, electrónica y productos también de origen oriental conocido como “fayuca”. En Morelón e Uriangato, predomina la fabricación y comercialización de prendas de vestir que los compradores denominan de “buena calidad”¹² para diferenciarla. Hablamos de tejidos y telas de algodón con modelos de “pronta moda”. Del municipio de Villa Hidalgo en Jalisco, se movilizan todo tipo de prendas de vestir así como del municipio de Zapotlanejo donde se comercializa ropa para toda la familia.

México cuenta con una gran calidad de manufactura textil y la tendencia de quienes viajan en autobuses de pasajeros se dirige a la comercialización de ropa para toda la familia: blusas, suéteres, chamarras, pantalones de tela, jeans de mezclilla, playeras y un sinnúmero de prendas, se movilizan además zapatos, tenis, bisutería de todo tipo, cosméticos, juguetes, rollos de telas, utensilios de cocina, y un inacabable etcétera. Se cargan los productos de moda, de temporada, lo que

¹² Como resultado del trabajo de campo realizado para esta investigación, esta fue la definición que comparten los comerciantes para reconocer las mercancías comercializadas en la región Morelón-Uriangato.

“más se vende”. Paquetes grandes, pequeños, cajas, bultos, bolsas. Lo único que cuenta con restricción para trasladarse en el autobús son los productos entendidos como ilegales: alcohol, cigarrillos de importación o piratas, así como CD's o películas “piratas”. Los encargados de los viajes recalcan la importancia de no movilizar estos objetos en el autobús. Fuertes recomendaciones debido a que pueden provocar sanciones para todos los pasajeros. Si se llegará a realizar alguna revisión durante el camino por parte de autoridades federales o de las fuerzas castrenses, se corre el riesgo de perder la mercancía de todos los pasajeros. Paradójicamente, se pueden movilizar otros objetos que también podrían considerarse “piratas”, tales como ropa con logotipos de marcas globales, perfumería de imitación, cosméticos y zapatos. En cuanto a este tipo de mercancías, no hay ninguna restricción para su traslado.

Para los comerciantes que viajan, se trata entonces de buscar las mejores mercancías y los productos de moda. Pero, ¿de dónde provienen las mercancías? ¿Quién tiene el control de las mismas? En este punto se visualizó que los flujos de productos son controlados por una especie de “élite comercial”. Es una dinámica que pareciera caótica y desorganizada a ojos inexpertos, pero que cuenta con una logística y organización que permite la circulación de millones de pesos en productos de toda índole por carreteras de México. Complejas relaciones comerciales que surgen de la necesidad de adquirir lo que “se está vendiendo”. Eso es lo que genera que los comerciantes foráneos se movilizan a uno u otro mercado. El caso de la ciudad de México es muy representativo. El control sobre los productos de origen extranjero lo tienen prácticamente *cinco* grupos conocidos como comerciantes chinos, coreanos, hindúes y judíos. El quinto grupo lo integra la red en México que permite que los primeros cuatro muevan sus productos en nuestro país: aduanas, autoridades, comerciantes mexicanos establecidos, informales ambulantes, coordinadores de plazas y mercados, etc. Estos grupos se concentran principalmente en las calles del centro de la ciudad, en el famoso tianguis de Tepito, el mercado de la Merced y en la zona comercial de Mixcalco. Con un gran poder económico, cuentan con toneladas de mercancías escondidas, visibles e invisibles al mismo tiempo. La ciudad de México se encuentra tapizada

de cientos de pequeños locales comerciales que son solo la puerta de entrada a bodegas de grandes dimensiones repletas de mercancías traídas desde aduanas y puertos. Estos comercios cuentan con los permisos necesarios para su venta, se ofertan los productos de forma legal. Existen sin embargo, comercios que venden sus mercancías de forma informal. No cuentan con facturas o documentos que amparen los productos que ofertan y venden. Algunos pequeños locales solo muestran una parte de las prendas y productos, pero manejan miles de pesos en productos. En estos negocios, solo los compradores que quieran adquirir productos de “mayoreo” pueden pasar y realizar una oferta. Los minoristas o compradores a pequeña escala que piden probar la mercancía o verla con más detenimiento y tiempo, no son atendidos. Se da prioridad a los compradores asiduos y conocedores.

Los comerciantes de los autobuses se mueven con experticia. Cuentan con un nivel de conocimiento que les permite moverse y hacia donde hay que hacerlo para conseguir lo que buscan, quien vende lo mejor, quien tiene el mejor precio y lo que se encuentra de moda. Hay una enorme oferta de productos que abarrotan las calles. Los que compran grandes cantidades de mercancías se mueven como pez en el agua. Se hacen docenas de pedidos. De pequeñas puertas salen continuamente y sin parar, toneladas de mercancías. Con ciertas particularidades, el proceso es básicamente el mismo: los productos de mayoreo generalmente se venden por “caja”, misma que contiene de 24 a 36 piezas de un solo modelo o producto. Estas cajas vienen empacadas y selladas pero se abren en presencia del comprador. Una vez seleccionadas, rápidamente son puesta en grandes bolsas de color negro a la cuales se les identifica por el nombre y ciudad de origen del cliente, proceso que es rápido y eficiente. La mayoría de las transacciones se realizan en efectivo, no obstante algunos comercios aceptan otras formas de pago tales como cheques y tarjetas bancarias. Todo se lleva con prontitud al autobús gracias al auxilio de los grupos de cargadores de mercancías que se encuentran listos para trabajar. El proceso de compra en un solo local, se realiza en menos de una hora, el cual se repite casi idénticamente en otros negocios y comercios. Estos no son los únicos locales o formas de venta, pero su caso es uno de los

más representativos de la forma de hacer negocio en estas redes. A estos dueños de negocio y/o fabricantes, no les interesa mantener un cliente con estrategias mercadológicas o promociones, tienen la mercancía que se vende por lo tanto, tienen el poder de elección de cómo y a quien venderla.



Fotografía 7: Mercancías asiáticas y mercancías de maquila mexicana, ambas a la venta en el tianguis de Chiconcuac de Juárez, Estado de México. Fuente. García, 2015.

En los tianguis y centros de comercio de los Estados del centro del país, el proceso de compra tiene ciertas diferencias; los comerciantes saben a qué sitios dirigirse y con quien comprar, la diferencia principal radica en que la mercancía se encuentra en un espacio reducido que permite acercarse rápidamente a los productos deseados. La facilidad para acceder con los fabricantes se debe también a que los espacios destinados para la venta se encuentran jerarquizados: los locales grandes, con las mercancías más demandadas son ubicados en los accesos principales, mientras que los pequeños comerciantes se encuentran en los límites de los centros de comercio. Mayoristas y minoristas se combinan en estos espacios. La mercancía se encuentra a la vista de los posibles compradores. En temporadas de alta venta, la mercancía literalmente debe *pelearse*: se llega a los golpes y connatos de violencia por obtener los mejores productos. Los comerciantes de los autobuses llegan con prontitud, se hacen los pedidos, se selecciona la mercancía, se pelea por lo mejor. Arrebatos, empujones y compras.

Pequeñas batallas campales (en su mayoría verbales) por los productos son comunes ya que las mercancías se agotan rápidamente. Hay que correr para todos lados en una especie de maratón o rally para conseguir lo mejor o alcanzar al menos una parte. Algunos los fabricantes ofrecen la oportunidad de hacer pedidos con antelación a través de correos electrónicos o mensajes de teléfono para poder seleccionar mercancías, pero en ocasiones por la dimensión de los pedidos de mercancía, esto no es posible.

Estimar el valor de la mercancía es casi imposible por su enorme variedad. Es difícil establecer en términos numéricos específicos o cifras monetarias, la cantidad y tipos de mercancías que se movilizan en estas unidades de transporte. Dicha dificultad se debe a que se transportan una gran variedad de productos, tales como: ropa, zapatos, juguetes, y un largo etcétera. Mientras que algunas personas se movilizan solamente con pequeños paquetes o bolsas pequeñas, otros movilizan toneladas de productos. A partir de una estimación y solo con fin ilustrativo, si se considera que el precio de un viaje representa 10% del valor de la mercancía y que cada viaje redondo sale entre 600 y 1,000 pesos por persona, cada comerciante gasta en un rango de 6,000 y 10,000 pesos en cada visita al Centro Histórico de la capital¹³. Los autobuses suelen llenarse hasta un 90% de su capacidad (cada vehículo lleva 40 pasajeros), por lo que la derrama económica que hacen por día los comerciantes foráneos en los tianguis del centro de la ciudad, se encuentra entre los 16 y 27 millones de pesos. En el caso del tianguis de Texticuitzeo, en un periodo de 4 horas se contabilizaron 60 autobuses con el 100% de su capacidad. Autobuses entran, mientras otros salen. Más de 2,500 personas comprando en un mismo espacio. Por consecuencia y como lo hemos mencionado con antelación, no solo hablamos solo de viajes si no de la creación y existencia de redes comerciales con fuerte poder económico que se han ido constituyendo alrededor de los mismos. Son innegables los enlaces y potencialidades de estas dinámicas. Es parte de un sistema comercial mayor que muestra los cambios y complejidades que existen en los sistemas comerciales.

¹³ Este cálculo fue establecido por un líder de ambulantes que viajó desde Aguascalientes a la ciudad de México para adquirir mercancías.

Este hace que el fenómeno de la informalidad sea más complejo y dinámico. La línea que la divide es tan tenue que no permite observar con veracidad sus límites, inicios o desarrollo. En su proceso evolutivo, debemos partir del hecho de que estamos frente a una nueva informalidad llena de combinaciones y contradicciones.

En cuanto a manufactura, los esfuerzos de los fabricantes mexicanos han logrado incrementar la producción de sus mercancías. Sin embargo, la presencia de los productos chinos es una cuestión que no puede negarse o minimizarse. Sus productos dominan gran parte del mercado comercial. Es inevitable encontrar en los principales centros de comercios productos baratos y novedosos, fácilmente reemplazables y fáciles de transportar y vender. No existe ningún impedimento o límite para la comercialización de estos productos. El sector textil atraviesa por una fuerte crisis por el consumo de productos manufacturados en el cinturón asiático¹⁴. Las cifras reales sobre las importaciones de productos de estos países no se muestran con exactitud, debido a que una gran cantidad de sus mercancías entran al país de forma ilegal en complicidad con un sistema aduanal cuyas políticas se han visto rebasadas para frenar su arribo al país. En los centros de comercio es común encontrar productos cuyo origen es ilegal o pirata, y terminan vendiéndose en comercios formales otorgándole el estatus de legal. Los consumidores finales consumen mercancía ilegales desconociendo en la mayoría de las ocasiones, la procedencia inicial de la misma.

1.5. Usuarios y redes

Entender las razones sociales y económicas por las cuales grupos de sujetos sociales deciden movilizarse de sus lugares de origen en condiciones difíciles y con una fuerte noción de riesgo y precariedad fue una interrogante constante. Esa fue una de las motivaciones epistemológicas que guiaron este trabajo de investigación. No obstante, durante los viajes y traslados se fue trazando una cuestión fundamental de análisis: *¿Quiénes* son estos sujetos sociales? *¿Qué* características permiten describir a los integrantes de estas redes comerciales? Lo

¹⁴ Este cinturón económico se encuentra conformado por los países de China, Indonesia y Taiwán.

que encontramos es que al salir de “viaje”, al movilizarse, se conjugan una multiplicidad de personajes que se movilizan y otros que permiten estas movilizaciones. Aunque cualquier persona puede tener la opción de subirse a un autobús e ir de compras, no todos los sujetos cuentan con la información y la posibilidad de tomar un “autobús comercio” y acceder a los espacios comerciales. Estas zonas son un submundo cuyas reglas no escritas solo son entendidas por los que forman parte del mismo. De esta forma denominarlos bajo la etiqueta de “comerciantes”, limita entender las causas, motivaciones, beneficios y desventajas de valerse de esta alternativa. Utilizar solo este concepto como categoría de análisis es un impedimento para construir identidades colectivas más amplias, proyectos o sujetos colectivos (Pacheco, de la Garza, y Reygadas, 2011). Si se pretende ubicarlos bajo una condición economicista, percibiríamos a un sujeto que trabaja en estas condiciones buscando recompensa económica y los beneficios de utilizar este sistema abaratando costos e incrementando sus ganancias. Aunque esa perspectiva es válida, se deja de descubrir la recompensa social de pertenecer a un grupo específico, formar parte del mismo y obtener otro tipo de beneficios, como por ejemplo, la posibilidad de asumir la condición de riesgo en conjunto. Así, con el respaldo de una infraestructura social basada en grupos que se movilizan y otros que facilitan este proceso, funcional a sus intereses, podemos describir ciertas particularidades que permitieron desarrollar una tipología de quienes utilizan estas formas organizativas comerciales:

- a) **Comerciante formal medio-mayorista.** Estos son sujetos que poseen un negocio establecido y formal¹⁵. En ocasiones cuentan con más de un negocio o administran varios de giros comerciales diversos. Este grupo adquiere en estos viajes un número indeterminado de mercancías que pueden llegar a ser toneladas de las mismas.

¹⁵ Entendiendo por formal, aquellos negocios que reúnen los requisitos fiscales gubernamentales requeridos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y forman parte del padrón de contribuyentes.

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- b) Comerciante formal minorista.** Son sujetos que poseen un negocio formal pero adquieren pocas mercancías. La cantidad de las mismas es mínima en comparación con el grupo anterior.
 - c) Comerciante informal establecido.** Son los dueños o propietarios de negocios informales pero que cuentan con un local fijo o semifijo de venta de mercancías.
 - d) Comerciante informal ambulante.** Sujetos informales que no cuentan con un negocio fijo o estable. La mayoría de este tipo de comerciantes ofrecen sus mercancías en tianguis, de puerta en puerta o bajo el sistema de pago en abonos de las mercancías.
 - e) Profesionistas.** Sujetos con un empleo estable, diferente o fuera del comercio de mercancías. Este tipo de usuarios buscan la obtención de un ingreso extra con la venta de los productos que adquiere y oferta. En muchas ocasiones, esto lo realiza dentro de las instalaciones de su trabajo o en abonos.
 - f) Comprador individual.** Sujetos que no tienen ningún tipo de negocio. Utilizan y aprovechan este tipo de transporte para adquirir productos para uso personal y familiar.
 - g) Usuario de transporte.** Utilizan este tipo de transporte por sus bajos costos¹⁶ para llegar a un lugar determinado.

No existe una diferencia evidente o preferencial de género. Igual proporción de mujeres y hombres utilizan estos servicios. Con todo, si se percibe una tendencia en cuanto a la edad de los pasajeros y usuarios de estos servicios. La mayoría de los hombres son jóvenes adultos, con edades que oscilan entre los 25 y 40 años de edad. En cuanto a la parte femenina, existe una marcada presencia de mujeres de más de 50 años. En otros casos, familias completas se movilizan juntas para ayudar y trasladar un mayor número de paquetes.

¹⁶ Los costos de este tipo de viajes, representan un ahorro de hasta el 60% en comparación con los transportes de pasajeros de línea.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Determinar con mayor amplitud a los usuarios de este tipo de servicios va más allá de una mera distinción física. Sus motivaciones comienzan por un objetivo en común: mejorar sus posibilidades económicas aprovechando las ventajas que ofrecen estos servicios de transporte. Aunque las condiciones de viaje por momentos suelen ser complicadas por múltiples factores (cuestiones físicas, seguridad, tiempo e incluso por condiciones climáticas adversas), manifiestan agradecimiento por contar con una posibilidad económica de subsistencia económica. Ante cualquier adversidad, se perciben como sujetos “fuertes” con una fuerte noción de sacrificio y vocación por el trabajo. Y es que después de más de 14 horas continuas de compras y hasta 40 horas de viaje en autobús, no cualquier persona sale adelante.

En las múltiples ocasiones del viaje, se hizo mención en la posibilidad de un cambio de patrón económico, entendido como la obtención de un salario fijo y la oportunidad de obtener un empleo permanente en alguna empresa o compañía; Una posibilidad que solo consideran las personas que perciben *pocos ingresos* por la venta de mercancías. Especialmente mujeres cuyo peso económico del hogar recae totalmente en ellas. La carencia de un seguro o esquema de gastos médicos que pueda ser un apoyo en caso de alguna eventualidad, fue la condición más relevante por la cual dejarían de utilizar estos servicios de transporte y buscar otra opción de ingresos. Ana, una de las mujeres en esta condición, lo manifestó en el siguiente relato: “Mi hermana trabajaba vendiendo ropita en un tianguis. Poquito le sacaba (sic), y ahí la llevaba bien. Al final se fue a trabajar a un Liverpool como intendente. No le saca lo mismo, pero tiene seguro para ella y sus hijos y es mejor eso que quedar desamparado. Yo prefiero quedarme con mi tiendita. Después voy a ver *cómo* le hago para pagarme un segurito para mí y mis hijos”. Este breve relato nos da cuenta de una situación recurrente en grupos vulnerables, los cuales tienen que buscar mejores opciones de subsistencia y seguridad. Los sujetos que optan por la posibilidad de “subir” a un autobús y viajar para continuar o emprender un negocio son en su mayoría sujetos que se encuentran excluidos de una dinámica capitalista de acumulación, y que no obstante, buscan la posibilidad de obtención de recursos para subsistir

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

holgadamente. El caso de las mujeres de mayor edad es bastante representativo. Al carecer de condiciones mínimas de subsistencia, las pasajeras de estos autobuses se ven atraídas por este tipo de dinámicas. De esta forma, contribuyen y sostienen (en muchos las ocasiones) el gasto familiar. Ponemos el caso de una de nuestras informantes; La señora Mary: mujer, viuda y comerciante de 70 años que a pesar de su edad y al no contar con una pensión monetaria, sigue siendo el sostén económico de una familia de 6 personas. Su caso no es el único, en estos autobuses se movilizan grupos de personas de edad avanzada que encuentran en estas redes una forma de seguir percibiendo un salario para sostenerse, ante la incapacidad del Estado por mejorar sus condiciones.

Los mercados y centros comerciales con sus fuertes vínculos y relaciones, demandan a los actores sociales una especial capacidad de adaptación y organización. De esta forma el guardar y proteger las mercancías, moverlas hacia el autobús y de este hacia su destino final, funciona a través de una serie de contratos sociales, acuerdos verbales y de confianza por parte de sus integrantes. La confianza y unión es algo que predomina en estas relaciones. Coincidiendo con Lomnitz (1988) en que la cohesión de una organización se basa en relaciones de parentesco, compadrazgo, la reciprocidad entre vecinos y el origen común, gran parte de su éxito y evolución se debe al establecimiento de normas sociales informales. El tipo de relaciones presentes se basan en un enlace productivo-comercial determinado por sus estrechas relaciones sociales, las cuales determinan su funcionamiento. Aunque se destaca un ambiente de cooperación y fuertes relaciones de compadrazgo en estas relaciones, no deja de existir una relación de competencia entre sus miembros.

Existen no obstante, otros actores relevantes en estas dinámicas, aquellos que permiten estas movilizaciones. La creación de este tipo de servicios ha dado pie a la aparición de múltiples personajes. Mención especial merece el personal de las empresas que organizan los viajes: choferes y ayudantes que viajan con los comerciantes y que son eje central de estas movilizaciones. Su trabajo es indispensable para el funcionamiento de estas redes. La labor de los que

denominados “ayudantes” es esencial. Estos sujetos registran el pasaje, determinan los espacios dentro de las unidades, acomodan las mercancías, son el enlace con los coordinadores de plazas y mercados, se encargan de la promoción de los viajes así como de un largo etcétera. Durante el trabajo de campo, manifestaron trabajar en este tipo de empresas debido a la imposibilidad de encontrar otra fuente de empleo. Condiciones como la edad, baja escolaridad y experiencia, fueron algunas de las objeciones emitidas por otras fuentes de empleo, al momento de buscar una opción laboral diferente. El caso de los operadores o choferes fue diferente ya que cuentan con licencia federal vigente, conocimientos en mecánica, así como una larga trayectoria y experiencia en el manejo de estas unidades de transporte. Un gran número de ellos trabajaron por más de 25 años en compañías de transportes formales¹⁷. Llegado el momento y al cumplir con 40 años de edad, son “jubilados” por considerarse que son demasiado “viejos” para realizar este trabajo con bajas prestaciones, por lo que tienen que buscar una opción que les permita mejorar o mantener sus condiciones económicas. Su mejor elección es seguir siendo operadores de este tipo de servicio y seguir haciendo lo que han hecho por años: operar un autobús.

1.6. Simulación fiscal

Durante los últimos años, México ha realizado múltiples esfuerzos en la lucha por recabar mayores ingresos derivados de las contribuciones económicas por el pago de impuestos de la industria y el comercio en el país. Dichos esfuerzos dedican especial atención hacia la pequeña empresa o negocios pequeños, y en especial, en captar aquellos que no se encuentran dentro del padrón de contribuyentes de la Secretaría de Administración Tributaria (SAT) y por lo tanto no pagan impuestos. Esta secretaría es un órgano desconcentrado de la SHCP y según sus directrices, tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera, con la finalidad de que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público; fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan

¹⁷ Entre estas empresas figuran: Ómnibus de México, Transportes Chihuahuenses, Rojos de los Altos, como algunas de las compañías en las que los operadores de servicio de los transportes turísticos o autobuses comercio, laboraron antes de ser jubilados.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

con las disposiciones tributarias y aduaneras; facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario, generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria (SAT, 2016).

El discurso estatal enfatiza la idea de la ilegalidad de la informalidad. Bajo esta perspectiva, se entiende que la informalidad impide el crecimiento económico, frena el pago de contribuciones, además de advertir de los peligros socioeconómicos que conlleva encontrarse en esta situación laboral. Por otro lado alaba y enaltece las ventajas competitivas y financiera de convertirse en formal. Su estrategia es buscar la incorporación de las personas físicas que no estén dadas de alta fiscal, en un esquema que les permita cumplir fácilmente con sus obligaciones tributarias. Según este enfoque, una de las principales ventajas de la incorporación al régimen fiscal, será el acceso a servicios de seguridad social, así como la facilitación de créditos estatales y bancarios, mismos que serán pagadas bajo condiciones especiales (aunque no del todo claras), por el contribuyente.

Como hemos podido establecer, los procesos de compra y venta, que fueron analizados en esta investigación, no solo encierran un conjunto de estrategias de comercialización y movilización sino que además cuentan con prácticas fiscales específicas que por su complejidad, hemos decidido señalar como “simulación fiscal”. Estas encierran una serie de claroscuros que impiden su total comprensión ya que se encuentran dentro de una línea que aunque no es legal, no es propiamente ilegal. Los integrantes de los tianguis, comerciantes, administradores de plazas y mercados (por mencionar algunos), obtienen múltiples recursos económicos que en algunas ocasiones son declarados al fisco en parte, pero en otras ocasiones existe una total evasión del pago de impuestos. A efectos de ubicar el este problema, vale la pena distinguir entre los tres tipos de irregularidad diferenciados por el código fiscal: evasión, defraudación y elusión. La evasión es todo acto u omisión que provoca la disminución o eliminación de la carga tributaria. En cuanto a la defraudación es una acción dolosa en contra de la recaudación de impuestos; consiste en omitir (total o parcialmente sumas por concepto de tributos, manipulación o prácticas engañosas: el denominado “no

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

pago”. La elusión, es un término legal que se utiliza cuando los contribuyentes explotan los resquicios de la ley fiscal actuando dentro de los márgenes permitidos de una norma. En otras palabras, se utiliza cuando se reduce la carga tributaria mediante la utilización de medios jurídicos lícitos (Ríos-Granados, 2008).

En México, en periodos anteriores al 2014, los dueños de pequeños negocios y comercios al encontrarse bajo el “Régimen de pequeños contribuyentes” (REPECOS), se encontraban exentos de conservar sus comprobantes fiscales y emitir facturas por sus ingresos. Para los organismos gubernamentales esta situación generó espacios para la evasión y elusión fiscal que han sido aprovechados por otro tipo de contribuyentes que utilizan esta figura para tributar también como REPECOS, cuando en realidad la escala de sus operaciones es considerable, con la finalidad de aprovechar las menores obligaciones de comprobación fiscal y reducir su pago de impuestos. Para las autoridades, esta falta de control fomenta el enanismo fiscal al ser un esquema de baja recaudación aprovechado por unidades económicas con una mayor capacidad contributiva. De esta forma, las autoridades fiscales en México decidieron emprender una reforma financiera, con el objetivo de establecer nuevos límites para la contribución y la recaudación de mayores ingresos, además de la implementación de una campaña exhaustiva que busca captar también a los comercios informales. Así, propone sustituir el régimen intermedio y a los REPECOS, por un nuevo esquema de incorporación fiscal que prepare a las personas para ingresar a un nuevo formato de recaudación. Este nuevo régimen establecería las bases de una “total formalidad”, en la que los (ahora) ex-repecos y ex-intermedios, así como los nuevos contribuyentes que inicien actividades: “utilizarían este esquema como una especie de transición que les permita *aprender* a cumplir sus obligaciones fiscales de manera integral cuidando aspectos de comprobación, orden y reconocimiento de ingresos así como requisitos sustantivos y adjetivos de las deducciones” (Cámara de Diputados, 2015). En otras palabras, a partir de enero de 2016, los pequeños negocios se verán en la obligatoriedad de la presentación y expedición de comprobantes fiscales. Sin embargo, estas medidas han sido adoptada de diversas maneras por

los ex- REPECOS e informales, quienes han creado alternativas precarias como respuesta a las imposiciones fiscales del SAT. Tomemos de ejemplo al comerciante que viaja y llega a adquirir mercancías a los tianguis, mercados y centros de comercio; al momento de solicitar un comprante fiscal por pago de las mercancías adquiridas (con los lineamientos que establece y exige el SAT), los fabricantes y vendedores de los productos, en muchas de las ocasiones no cuentan con la tecnología y asesoría especializada para realizar dicho proceso. En otras palabras, no saben cómo hacerlo. Aunque cada vez son más lo que han aceptado (a regañadientes) esas medidas, todavía es posible encontrarse con vendedores y fabricantes que se resisten a entregar un comprobante fiscal. La poca o nula inversión en tecnología, la incapacidad para entender los programas de facturación y los trámites burocráticos para solicitar asesoría ante el SAT, fueron algunos de las excusas que manifestaron para no adherirse al *nuevo* programa fiscal. Tenemos por otro lado, a los que se dieron de alta y cuentan con todo lo necesario para realizar los procesos de facturación fiscal... a medias. Estos comerciantes solo facturan un 5% o 10% del valor real de las mercancías. Hacerlo por la totalidad de lo adquirido es difícil e impensable para ambas partes: comprador-vendedor. Esto es un acuerdo tácito por la mayoría. Entre más cantidad sea la mostrada en el documento fiscal, mayor será la proporción de lo declarado ante el fisco y mayor el pago de impuestos. En otro momento, existen también los vendedores de mercancías que “venden” los comprobantes fiscales. Estos se escudan en la falta de información que prevalece sobre los nuevos procesos de facturación. En estos casos, la factura tiene un costo del 16%¹⁸ del valor de lo adquirido; De otra manera, no podrá hacerse el trámite. Los comerciantes de los autobuses (especialmente los mayoristas), aceptan de mala manera este tipo de prácticas, las cuales se están endureciendo por parte de las autoridades. En los próximos meses del 2016, serán impuestas una serie de acciones que buscan prescindir del pago en efectivo; la SHCP busca de esta manera controlar todavía en mayor medida los flujos monetarios, a través de la obligatoriedad del pago de mercancías por medio de documentos bancarios

¹⁸ Este 16% es la tasa equivalente al Impuesto al Valor Agregado (IVA).

(cheques) o transferencias electrónicas. A través de estas medidas, los ingresos y los egresos de los contribuyentes son controlados y deberán ser compatibles con lo declarado fiscalmente ante las autoridades.

Así, a pesar de los múltiples intentos de las autoridades hacendarias por establecer reglas, controles, implantar nuevos límites fiscales, además de las maniobras para atraer a los integrantes del mercado informal hacia la formalidad, atrayéndoles con prebendas, facilidades y beneficios para entrar dentro del sistema fiscal (y por ende, obtener una mayor recaudación fiscal), esto no ha sido del todo posible. Las dinámicas que prevalecen en los centros de comercio, mercados y tianguis muestran una resistencia pasiva. Pareciera que cumplen con los reglamentos, pero por otra parte se conjugan prácticas de evasión que rozan los límites de lo legalmente permitido. Entregan comprobantes fiscales, muestran declaraciones, se escudan en el desconocimiento de la ley, al mismo tiempo que van creando nuevas formas de dar la vuelta a estos procesos aunque sea por poco tiempo. Al momento de un nuevo dictamen o una nueva ley, se crean nuevas formas de evadirlas. Una de las dificultades radica en que las prácticas de evasión fiscales son difíciles de visualizar, precisamente porque no son percibidas como tales. Su funcionamiento es posible, gracias que son puestas en prácticas tanto por vendedores, fabricantes como comerciantes compradores.

Otro fenómeno similar ocurre con la exportación e importación de mercancías. En el caso de la compra de productos extranjeros, los vendedores expiden a los comerciantes compradores, un documento oficial (en forma de copia fotostática) que avala el paso legal de los mismos por las aduana. Este documento se conoce como “pedimento aduanal”, el cual es un comprobante fiscal que sirve para demostrar que se han pagado todas las contribuciones ante el SAT por la entrada/salida de las mercancías de comercio exterior hacia o desde el territorio nacional mexicano; comprueba la estancia legal de las mercancías que fueron importadas. En este documento se asientan datos como: nombre del importador, aduana de arribo de las mercancías, régimen aduanero, nombre del exportador (proveedor), país de origen de las mercancías, cantidades y unidades de medida,

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

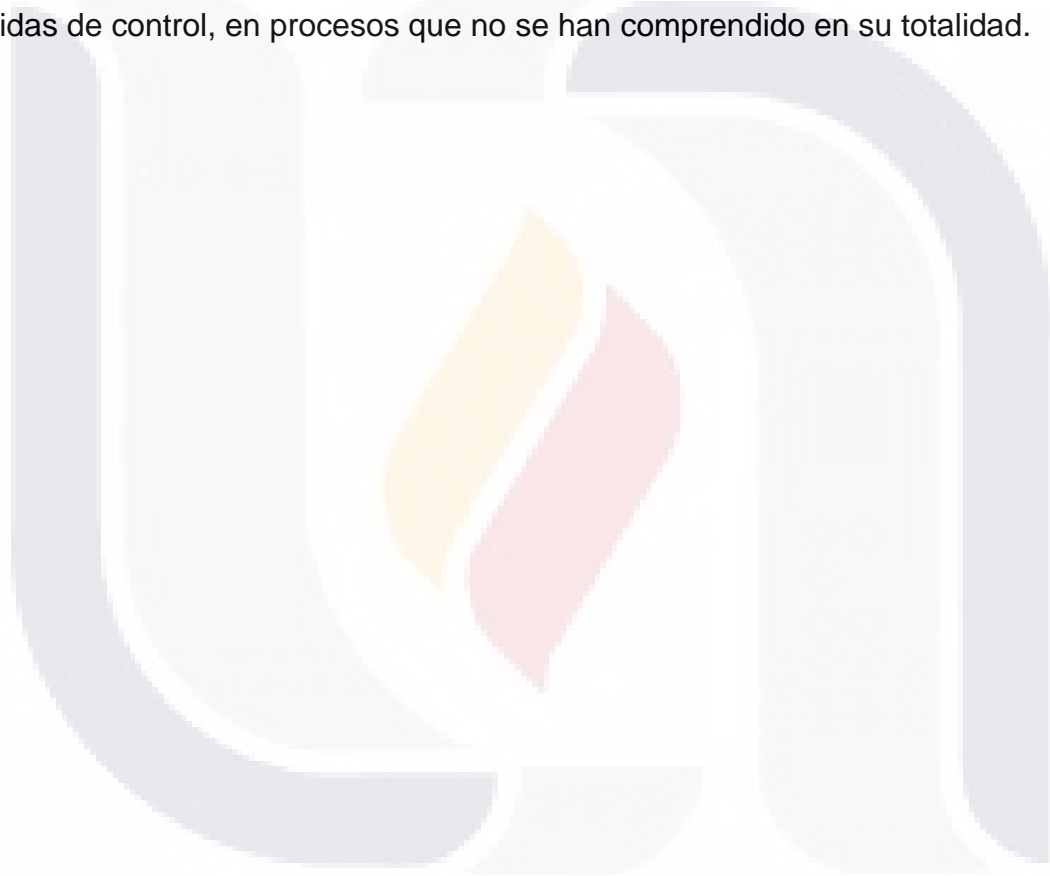
número de bultos, factura(s) comercial(es) que amparan a dichas mercancías, valor comercial de las mismas, etc. Los vendedores de mercancías advierten que en el caso de que alguna autoridad llegue a solicitar la requisición de las mercancías durante el traslado en el autobús, la posesión de este documento impide este proceso. De ahí la importancia de solicitarlo cuando se adquieren productos de origen extranjero y en especial en mercancías de origen asiático. No obstante, la mayoría de los comerciantes-compradores, desconocen el origen real de lo adquirido así como ignoran las condiciones por las cuales se expiden este tipo de documentos, así como las circunstancias y caminos bajo las cuales la mercancía o producto llegó a sus manos.

1.7. Comentarios al capítulo

Este trabajo en particular, pretende entender la articulación entre las nuevas formas en que ha mutado la informalidad y su relación a partir de las conexiones que sujetos sociales han establecido, como alternativa para generar condiciones económicas de subsistencia. Las largas jornadas que efectúan grupos de comerciantes de la región centro de México para movilizar toneladas de mercancías, no solo se puede entender desde una perspectiva economicista, sino es también, un fenómeno social y cultural. En breves líneas describimos las formas y procesos que envuelven las movilizaciones de mercancías por el centro-occidente del país. Estas han sido creadas y desarrolladas por sujetos sociales que por diversas motivaciones tanto económicas como sociales, deciden movilizarse como forma y medio de subsistencia. Estas actividades se han diversificado buscando su sobrevivencia y evolución, por lo que aunque su actividad es visible, al mismo tiempo se muestra invisible para la sociedad y el Estado, asumiendo formas que se mueven entre los límites de lo legal e ilegal.

No obstante denominar a estas actividades bajo la etiqueta de “ilegal”, es pensarlas bajo una noción bastante limitada. Debemos partir del hecho de que son parte de un proceso que no puede entenderse a partir de determinismos conceptuales. Utilizar términos opuestos o etiquetarlas como prácticas buenas o malas, legales o ilegales es limitarlas ya que cuentan con una serie de matices

que son imperceptibles debido principalmente a que para quienes los ponen en práctica, su funcionamiento no es del todo comprensible. Claramente la puesta en marcha de estrategias con estas características, no es un problema exclusivo de estas redes de comercialización, pero en el caso mexicano, las autoridades crean, desarrollan y ponen en marcha todo tipo de medidas tratando de controlar un sistema económico en el que sus integrantes se reinventan y modifican ante cualquier imposición. Son parte de una especie de resistencia social que intenta influir en los padrones económicos de un sistema que pretende establecer medidas de control, en procesos que no se han comprendido en su totalidad.



Capítulo 2.

Localidades textiles y centros de comercio en México

2.1. Introducción

“En México se encuentra de todo. Lo que busques, lo encuentras en algún mercado del D.F. (Distrito Federal). Hay desde ropa, fayuca, zapatos y copias piratas de lo que quieras –recomienda un comerciante que viaja en el autobús-. A mí me gusta ir a Guadalajara –defiende otro joven-, allá también hay cosas baratas y bonitas. Pues yo encuentro la ropita de Moreleón más bonita -defiende una joven mujer, subiendo la voz-; los suéteres tejidos son de muy buena calidad y se me venden muy rápido en mi tiendita. ¿Ya ves? hay muchos lugares para comprar y si puedes, deberías visitarlos todos”.

Roberto (50 años), Jorge (30 años), Alejandra (32 años), comerciantes.

México cuenta con cientos de espacios comerciales destinados a la comercialización de millones de mercancías. Los productos que ofrecen estos centros son una muestra de la infinita posibilidad de opciones para comprar y vender. En estos espacios, los fabricantes, productores y distribuidores juegan un papel importante como proveedores de mercancías, incluyendo aquellos productos económicos para los segmentos “más pobres de la población urbana”- (Salas, 2003). Las características socioeconómicas que los distinguen, representan condiciones particulares de producción, acceso y comercialización para miles de agentes que se movilizan dentro de los mismos como estratégicas piezas de ajedrez. En el caso mexicano, atestiguamos la existencia de una compleja red que moviliza las mercancías que se ofrecen en estos lugares de comercio. En los diversos espacios comerciales que existen en el país, se trabaja bajo un esquema de comercio “combinado”, caracterizado por la existencia de una fuerte disputa por la fabricación, distribución y venta de productos mexicanos pero además, por la presencia de miles de mercancías de origen extranjero.

En cuanto a producción y comercio, uno de los eslabones económicos primordiales en México es la industria textil. Esta ha sido sin duda uno de los

rubros más productivos por varias generaciones. Representa una fuerte aportación en la generación de empleos, importantes ingresos derivados de la exportación de productos y una considerable aportación del Producto Interno Bruto (PIB) en manufactura a nivel nacional. Encontramos así, una industria que se caracteriza por una particular tradición de crecimiento y desarrollo, e influenciada por aspectos políticos y sociodemográficos específicos de la región en la que se desarrolla. Entender su existencia y revisar su historia, permite colocarla dentro del debate surgido en la necesidad de analizar su transformación. La existencia y evolución de la industria ha impactado y ha sido determinante en la construcción de nuevos modelos productivos, procesos y formas de trabajo. Su devenir histórico, ha estado marcado por procesos económicos y políticos particulares, fuertemente influenciados por las economías globales. Entender su camino y su importancia, permite configurar la dinámica socioeconómica del comercio en México.

2.2. La industria textil en México: cambios históricos

El sector textil y la industria del vestido han dado un gran impulso a la economía capitalista del país. Con una gran contribución económica y cultural, es parte de las más críticas y antiguas actividades industriales. El avance de este sector ha estado completamente ligado a la creación de políticas gubernamentales, programas de apoyo de inversión extranjera, acuerdos de libre comercio internacionales y a la endeble situación económica del país. Al ser de las primeras actividades económicas que se desarrollaron, se dio pie a los primeros indicios de acumulación capitalista que marcaron el despegue de la industria en el país. De tal forma, el proceso de génesis del capitalismo puede ser observado en su crecimiento y desarrollo. Su historia ha estado marcada por una serie de transformaciones sociales y reestructuraciones económicas, que la han definido actualmente.

A mediados del siglo XIX se establecieron las primeras fábricas que definieron el despegue de la industria, aunque con una marcada estructura de corte artesanal. La mayoría de la maquinaria textil era importada de países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia. En sus orígenes, las fábricas textiles

estuvieron en manos extranjeras que eligieron establecer instalaciones en México, debido a la alta rentabilidad de su inversión por sus bajos costos¹⁹. Desde el punto de vista económico, la historia moderna del sector comienza a principios de la década de los cuarenta²⁰. No obstante, cada periodo histórico dentro de la historia de nuestro país es importante para comprender la influencia de la industria textil y de la confección. Su progreso y modernización han tenido que adaptarse a las condiciones económicas y sociales particulares de cada época.

Con características muy variadas, su desarrollo ha sido progresivo e ininterrumpido, con una fuerte influencia global pero conservando sus particularidades y cultura. Durante el siglo XX, la introducción de cambios tecnológicos y formas de producción, así como la mecanización de procesos, obligó a replantearse los procesos de fabricación por parte de la mano de obrera y maquila indígena, de gran influencia. El pago de hora o destajo²¹ dejó desprotegidos a muchos de los obreros, quienes realizaban complejos procesos para la obtención del hilo de algodón, proceso de gran demanda para elaboración de múltiples productos y prendas de vestir. La introducción de avances tecnológicos y maquinaria de punta permitió agilizar la obtención de este insumo esencial. La conjugación de estos elementos revolucionaron el movimiento y creación de grandes emprendimientos textiles por lo que para mediados de este siglo, México contaba con la industria textil más grande y moderna de América Latina (Gómez-Galvarriato, 1999).

¹⁹ Varias décadas después, la iniciativa de las maquiladoras para ensamblar prendas de vestir con textiles estadounidenses respondió a la misma motivación, aprovechar los bajos costos salariales y de transporte pero ahora hacia Estados Unidos (Arroyo y Cárcamo, 2010).

²⁰ México cuenta con una amplia historia “textil” que se remonta a sus orígenes prehispánicos. Sin embargo, es hasta 1830 que cuenta con reconocimiento como tal. No obstante, fue hasta las primeras décadas del siglo XX que se reconoce su importancia industrial. En sus inicios, el trabajo era manual y artesanal, bajo el cuidado de “manos femeninas”, mismas que le dieron empuje y realce (pág. 62).

²¹ En el contrato de trabajo por destajo, se acuerda pagar un determinado valor por cada unidad producida. En teoría este sistema mejora la productividad del trabajador y a la vez, la empresa racionaliza los gastos laborales ya que sólo paga por lo que el trabajador produzca realmente.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Durante los primeros años del siglo XX la productividad del sector era bastante relativa. La industria se vio revitalizada en gran medida por la mano de obra femenina en el proceso de confección de prendas de vestir. Las mujeres trabajaban eficientemente en fábricas textiles y de confección, además de talleres domésticos. Sin embargo, no fue suficiente la implementación de nuevas maquinarias, ni la incorporación de “nueva” fuerza de trabajo o el aumento de horas laborales, ni los esfuerzos por parte de los empresarios para aumentar la producción. Sumado a lo anterior, las políticas federales se encargaron de impulsar una economía de corte capitalista, construyendo innumerables obras de inversión, además de incrementar el control sobre sectores básicos, factores que impactaron de forma negativa a la industria. La coyuntura de estos elementos, surgió en un momento histórico marcado por la ausencia de instituciones que regularan el conflicto social. Estos factores evidenciaron al país como una nación con una economía en tránsito y en la búsqueda de una plena estructuración social y política (Gutiérrez, 2000).

Durante los 60's y 70's, la economía fue impulsada por la aplicación de incentivos fiscales a la industria privada, especialmente en la industria manufacturera. A partir de este momento se pudo observar un notable crecimiento anual y un incremento en la tasa de empleo promedio. No obstante, a pesar de esta supuesta bonanza económica el sector presentaba serias deficiencias: empleaba operarios poco calificados, otorgaba salarios poco competitivos en relación a otros sectores industriales y sufría de altas tasas de rotación. Durante 1970 a 1978, las exportaciones de textiles se incrementaron a un ritmo promedio anual del 20.5%, pero de 1978 a 1980 mostraron un fuerte descenso, que llegó al 32.2% (Arroyo y Cárcamo, 2010).

Para inicios de los 80's, México decide renunciar al proceso de sustitución de importaciones, modelo que había mantenido por más de cuarenta años. El final de esta política económica surgió en un momento económico histórico, en el que la apertura comercial desencadenó que la industria textil incrementará sus exportaciones y empleos, le permitió además acceder a cambios tecnológicos y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

sistemas de organización internacionales. México enfrentaría a partir de esta época profundas dificultades implícitas de estas aperturas. En mayor medida, una fuerte competencia de productos de origen estadounidense resultado de la liberación de cuotas y aranceles en 2005 (Simón, 2004). Fuertes descensos en la producción durante este periodo, coincidieron históricamente con la introducción del modelo económico neoliberal cuyos efectos en México han sido cuestionados y analizados en múltiples investigaciones socioeconómicas. Fue durante esa época, que el comercio internacional del sector textil y del vestido estuvo controlado bajo regímenes especiales²², que permitieron a Estados Unidos y algunos países de la Unión Europea, negociar o imponer cuotas contra las importaciones textiles y las prendas de vestir provenientes de países en desarrollo. Ambos acuerdos fueron determinantes para el despegue exportador de la industria textil y de la confección en nuestro país (García-Castro, 2004), de forma tal que las exportaciones mexicanas que mostraron un alto dinamismo, fueron las confecciones de punto y tejido plano en el Bajío, en las ciudades y municipios de los Estados de Guanajuato y Jalisco. Aún y con cierta bonanza, para las empresas mexicanas las condiciones no fueron, ni han sido del todo favorables en cuanto a producción. Las oportunidades creadas por los mercados globales y las redes productivas de valorización no han representado una ventaja favorable para la industria en nuestro país.

A pesar de la existencia de condiciones macroeconómicas no del todo favorables, durante los 80's y 90's se incrementó la creación de empresas dedicadas al ensamble de prendas de vestir (maquiladoras), usando insumos de Estados Unidos y aumentando la cantidad de divisas provenientes de esta actividad. Estas maquilas fueron ubicadas estratégicamente cerca de la frontera norte del país, lo que redujo costes de logística y facilitaron el acceso al mercado estadounidense. Las constantes devaluaciones del peso en 1993 y 1994,

²² Como el “acuerdo del algodón” (1961-1973), así como el “acuerdo multifibras” (1974 a 1994) (Simón, 2004). El objetivo principal de estos acuerdos era proteger durante cuatro años a las industrias nacionales de los países importadores de textiles y del vestuario, mediante la imposición de cuotas. Sin embargo, se extendió su vigencia en cuatro ocasiones más hasta 1994 debido a posiciones proteccionistas de los países.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

contribuyeron a que México fuera una región más atractiva para el abasto internacional de prendas de vestir. Sin embargo, a finales de los 80's se amplió el emplazamiento de maquiladoras fuera del perímetro de la frontera norte de México, "movilizadas" principalmente por la modificación de los programas exportadores gubernamentales. Esto permitió que las industrias se instalaran en otras zonas geográficas (principalmente en ciudades medias urbanas del noreste, norte y noreste del país), donde existieran ventajas competitivas salariales o de infraestructura industrial. Otras industrias se emplazaron en comunidades rurales relativamente pequeñas. La expansión de estas maquiladoras definió un "segundo eje" de las actividades económicas, en regiones que sufrían del declive de sus principales actividades económicas, principalmente de aquellas que dependían en su mayoría de una economía de corte agrario²³. Propició además patrones de especialización productiva en diversas ciudades y conformó una efectiva estrategia de reactivación del empleo (Martínez de la O., 2006)

La importancia de la maquila se incrementó durante la siguiente década ante la posibilidad de ofertar y vender su producción en el mercado doméstico, continuar con esquemas de mano de obra barato y la obtención de estímulos fiscales ofrecidos por los gobiernos locales (pág. 95). Por su historia económica, no es aventurado afirmar que la industria maquiladora en México ha pasado por un proceso de "reorganización espacial", generado por la movilidad del capital y la reorganización del trabajo, proceso que se apoyó en los rasgos y ventajas competitivas de las economías locales de cada región. De forma tal, al proliferar las maquilas se detonaron toda una serie de fenómenos socioeconómicos en las regiones en las que se fueron asentando tales como el surgimiento de plantas clandestinas que operan bajo esquemas de submaquila con trabajo flexible, trabajo a domicilio, alta migración de las zonas rurales con la consecuente expansión territorial de las zonas urbanas, entre otros. La industria además se enfrenta a una serie de problemas comunes independientes de la zona geográfica

²³ En estas áreas, las fuentes tradicionales de trabajo se encontraban principalmente en el campo más que en el comercio, por lo que se percibió a la industria maquiladora como una "oportunidad para el desarrollo" y una estrategia viable para la reactivación del empleo local (Martínez de la O., 2006, pág.102).

de ubicación, tales como bajos salarios, la escasa integración ente la industria local y nacional con la inversión maquiladora, la vulnerabilidad del empleo ante los ciclos económicos (influenciados principalmente por las fluctuaciones financieras de E.U.A.) y la creciente flexibilidad en el uso de la fuerza de trabajo (Martínez de la O., 2006).

Con sus particulares, la maquila textil de la región lagunera²⁴ ha contribuido al alto crecimiento y desarrollo del sector. Como las maquilas de la frontera norte, la que se estableció en esta zona se expandió gracias a la liberación del comercio internacional textil y del vestido. Las empresas de esta área establecieron relaciones con marcas estadounidenses debido a su experiencia, capital y capacidades para coordinarse con productores textiles y fabricantes de insumos complementarios. Para muestra un botón: la ciudad de Torreón en el centro de la región Lagunera, llegó a identificarse como la “Nueva Capital Mundial de los Blue Jeans” (Arroyo y Cárcamo, 2010: 63). Pese a este avance en la producción, lo que se conoce como “paquete completo” no se extendió a todas las empresas del sector textil. Las pequeñas y medianas empresas, así como las maquiladoras no han logrado integrar “cadenas productivas completas” (Gereffi, 2001). En su mayoría siguen trabajando con baja tecnología, mano de obra poco calificada, deficientes habilidades de diseño y rudimentaria administración. Para Arroyo y Cárcamo (2010)²⁵, existen ciertos problemas en el sector, que impiden una adecuada integración de una cadena completa textil-vestido, entre los que destacan:

- a. Limitada capacidad financiera de las empresas textiles mexicanas, lo que lleva a la dependencia de textiles de importación.
- b. Poca capacidad de comercialización y distribución de prendas de vestir. Dichas actividades son superadas por empresas extranjeras, que subcontratan su producción en México.

²⁴ Dicha región comprende los estados de Durango y Coahuila, México.

²⁵ Dichas autoras, elaboraron un breve pero completo esbozo histórico sobre la industria textil del país que data del siglo XVIII, mostrando sus ventajas y desventajas. De este documento, se enumeraron los datos más recientes de la industria, a efectos de contextualizar esta investigación.

- c. Falta de desarrollo tecnológico. Obsolescencia tecnológica con la consecuente importación de maquinaria textil.
- d. Carencia de esfuerzos concretos para mejorar las capacidades de las empresas o para la integración de una eficiente cadena textil-vestido. En el caso de los productores-fabricantes de ropa de México, todavía confrontan el sistema de cuotas de ropa de Estados Unidos que no ofrecen ninguno de los beneficios de las reglas de origen del TLCAN (Gereffi, 2001:32). Para el autor, México ha logrado superar el simple ensamblaje, pero todavía no ha logrado alcanzar con éxito el sistema de ensamblaje completo, propio de las empresas asiáticas.
- e. Bajos costos de mano de obra²⁶.
- f. Bajos costos de logística. Comparado con otros países, México es más económico para movilizar la producción textil, lo cual para algunos investigadores representa una ventaja competitiva, misma que podría perderse por la creciente inseguridad en las principales vías de comunicación del país.
- g. Contrabando y comercialización de prendas de vestir de baja calidad y precio, provenientes del continente asiático²⁷.

En este escenario, es probable que México conserve una combinación de plantas maquiladoras vinculadas a fabricantes de marcas estadounidenses y una nueva serie de productores de paquete completo vinculados a comercializadoras y tiendas de menudeo de marcas exclusivas. En medida que en el país se comience a disponer de mayor cantidad de los insumos necesarios para producir prendas de vestir, los insumos extranjeros dejarán de ser necesarios y las tradicionales

²⁶ Para los economistas esto era considerado como una ventaja competitiva. En la actualidad, países como China, Honduras, India y Brasil, tienen mano de obra más económica y considerada esclava por sus condiciones extremas de trabajo a destajo.

²⁷ Como en otros países, la constante presencia de artículos asiáticos, es un tema de mucha controversia y análisis. La producción textil en México se ha visto seriamente afectada por la competitividad del comercio internacional de sus productos. Estos países, ingresan toneladas de mercancías a través de métodos legales e ilegales.

maquiladoras serán reemplazadas por fábricas con mayor integración vertical o por conglomerados de empresas conexas que compitan mediante cadenas localizadas, como los fabricantes de pantalones vaqueros de Torreón (Gereffi, 2000).

Durante los 90's la producción textil inició con un proceso de integración hacia las cadenas globales de manufactura, compuestas principalmente por minoristas, fabricantes de marcas reconocidas y comercializadoras estadounidenses (Rivera-Ríos, 2004). Estas cadenas globales nacieron de la competencia existente en el sector, con diferencias y características importantes. En esta relación, los "detallistas o minoristas" son aquellos que ofrecen los productos, importadores que no se involucran en la manufactura de la mercancía. Juegan un papel esencial en el comportamiento del mercado al manipular precios y tendencias (algunos ejemplo de estas cadenas serían Wal-Mart, Sears, la compañía Gap, etc.). En segundo lugar se encuentran los fabricantes de marca quienes confeccionan su producción en fábricas bajo control total (Por ejemplo, la marca de jeans Levi Strauss). Los comercializadores se encuentran en la base de esta cadena. Estos no poseen fábricas y contratan su producción en otros países. Muchos de ellos utilizan y aprovechan esquemas de producción flexible para el abastecimiento de sus inventarios (ejemplos de este tipo serían los esquemas utilizados por marcas como Polo, Tommy Hilfiger, Nike y Zara) (Cachón, 2000).

De acuerdo con Gomez-Galvarriato (1999), a finales del siglo XX no existían estudios históricos que dieran cuenta del cambio de las variables fundamentales para entender el desarrollo de la industria textil mexicana, como la productividad en el trabajo y el capital, ganancias y salarios. Sumado a lo anterior, poco se conocía de la naturaleza organizacional de las empresas y existían pocos estudios sobre empresas o regiones textiles particulares, limitante para lograr construir una idea más clara sobre el devenir histórico de la industria textil y su heterogeneidad.

2.4. Las rutas de la moda: la distribución informal de mercancías

Los fines de semana, específicamente viernes por la noche, junto al tráfico usual de automovilistas del boulevard Adolfo López Mateos de la ciudad capital de Zacatecas, en el centro-noreste de México, se puede observar el movimiento casi desapercibido de un grupo de personas que se alistan a partir de viaje en un autobús de pasajeros. Un observador atento podrá darse cuenta que no llevan pesados equipajes, comunes en alguien que se dispone a partir de viaje. Este grupo de personas, son en su mayoría propietarios de pequeños negocios comerciales de prendas de vestir, calzado, bisutería y fayuca, que viajan con la finalidad de conseguir la mercancía necesaria que ofertarán en sus negocios.

Regularmente los recorridos se realizan durante la noche para arribar durante la madrugada a los principales sitios comerciales ubicados en el centro-occidente del país. Se realizan viajes a los municipios de Moroleón y Uriangato en el estado mexicano de Guanajuato, el cual forma parte de uno de circuitos textiles y comerciales más grandes y reconocidos del país. Otros viajes similares, son realizados por este grupo de comerciantes en diferentes días de la semana, hacia otros destinos como Villa Hidalgo en la región de los Altos de Jalisco, Zapotlanejo y/o la zona conurbada de Guadalajara Jalisco, con sus tianguis y mercados de Zapopan y Tonalá, o al municipio de Chiconcuac, en el Estado de México. Estos tianguis, municipios y ciudades, forman parte de un importante conglomerado productivo y comercial de México. Con un padrón específico técnico y organizacional, así como una amplia proyección regional y nacional en México, estos “centro de comercio” se han caracterizado por contar con dinámicas productivas y comerciales que conforman el esquema socioeconómico de la región donde se localizan. En las regiones circundantes se realizan “viajes turísticos” en autobuses de pasajeros, con la finalidad de conocer y comercializar las prendas que se ofrecen en estos sitios. En esta dinámica, los autobuses son el medio de suministro en los que se traslada una gran variedad de artículos, con la finalidad de venderse. Mientras algunos comerciantes trasladan unos cuantos paquetes, otros con mayores recursos monetarios, pueden adquirir y trasladar

mayores volúmenes de mercancías que se traducen en importantes cantidades monetarias. Por plaza comercial o tianguis, la evidente y constante presencia de decenas de autobuses de distintas partes de la República Mexicana que acuden con el único fin de adquirir mercancías, y cuyo sostenimiento ha generado distintas estrategias de cooperación y manutención, encierra reglas de participación y condiciones de mercadeo particulares. El acceso y movilización de productos se ha convertido en una opción de desarrollo para miles de comerciantes que han logrado incrementar su capital, la productividad de sus negocios y la generación de nuevos mercados y empleos.

Mapa 1. Mapa de rutas comerciales (Zacatecas – Centros de comercio)



Rutas	Tiempo	K m
Ciudades cercanas a la capital de Zacatecas	Variable (traslado propio)	Variable
Zacatecas-Chiconcuac-México	8 horas	592 km. Aprox.
Zacatecas-Aguascalientes-Moreleón /Uriangato	6 horas	388 km. Aprox.
Zacatecas-Aguascalientes-Guadalajara	5 horas	325 km. Aprox.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google INEGI, 2016.

En las formas de distribución se encuentran presentes fenómenos diversos. En la producción, abasto y venta de productos, se establecen diversas cadenas y formas comerciales entre productores, mayoristas, agentes comerciales y comerciantes, en diversas formas y escalas (Bayona, 2011). No obstante, esta descripción, no permite evidenciar totalmente la dimensión y características del fenómeno económico, social y cultural que se presenta en esta forma particular de acercamiento y movilización de mercancías. Aunque no es el único medio de abastecimiento de mercancías, su presencia y la complejidad que conlleva el transporte de grandes cantidades de productos en condiciones de incertidumbre, generan amplias interrogantes económicas y sociales.

Estas que hemos denominado como “estrategias informales comerciales”, cuentan con varios años de operación y funcionamiento debido a la existencia de una amplia red carretera, de una importante infraestructura de mercados y circuitos comerciales, así como de tianguis semanales que históricamente se han establecido en diversos sitios de México (Arias, 1997; Montiel, 2014; Pérez Lizaur y Zamora, 2006; Vangstrup, 1995). La construcción, permanencia y evolución de estas “rutas propias de suministro” (Montiel, 2014) o de modos culturales y sociales de “hacer las cosas” para subsistir, forman parte de un modelo comercial, que amplía y diversifica el concepto de trabajo (Arias, 1997; Cota, 2012; Maza, 2011; Neffa y De la Garza, 2010) y comercialización.

El suministro de mercancías en estas condiciones, es una práctica utilizada por una importante cantidad de personas. Su destino son las localidades o enclaves que se han distinguido por su producción y calidad textil, así como los centros urbanos comerciales que se caracterizan por ofrecer productos nacionales y de origen extranjero, en una dinámica comercial que combina actividades formales y estrategias informales. Estas formas de suministro, se han convertido en una opción de desarrollo y subsistencia para un notable número de comerciantes que han logrado a través de estas movilizaciones, acercarse a nuevos productos, incrementar su capital, la productividad de sus negocios y la generación de nuevos mercados y empleos, en condiciones socioeconómicas y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

culturales que amplían las nociones e interrogantes sobre las estrategias que utilizan los sujetos sociales para subsistir. El camino de investigación nos llevó de esta manera, a seguir a un grupo de comerciantes y movilizarnos junto con ellos en los recorridos que siguen para obtener las mercancías que necesitan para seguir reproduciéndose económicamente.

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

México cuenta con entidades y espacios que han logrado un notable crecimiento económico gracias a la producción y comercialización textil. Estos espacios, con sus empresas y negocios (de todos los tamaños), se constituyen bajo estrategias de organización y producción, que han sido capaces de dinamizar el desarrollo rural²⁸ cambiando el panorama económico (Gortari y Santos, 2010; Martínez de la O., 2006). La concentración productiva y comercial de este tipo de empresas, favorece el establecimiento de redes y flujos que permiten ganar fuerza a empresas pequeñas, obtener beneficios en precios y acercarse a nuevos productos (Pintaudi, 1997).

En nuestro país, cada una de sus “espacios” o “localidades” textiles tiende a una forma de especialización de sus actividades productivas y comerciales; Los municipios de Moroleón y Uriangato²⁹ en el Estado de Guanajuato, se caracterizan por contar con pequeñas fábricas textiles que elaboran prendas de vestir y tejidos, de buena calidad (Vangstrup, 1995). Conocido por su especialización hacia la industria del vestido, el municipio de Villa Hidalgo -ubicado en los Altos de Jalisco- cuenta con una dinámica productiva y comercial similar al ejemplo de Moroleón (García-Macías, 2013; Gil-Paredes, 2014). El municipio de San Miguel Chinconcuac en el Estado de México, comercializa prendas de vestir a precios económicos y calidad variada (Pérez Lizaur y Zamora, 2006). Los tianguis de Tepeaca y San Martín Texmelucan, se han convertido en los principales centros

²⁸ En localidades donde la agricultura ha dejado de ser la única opción de generación de empleo e ingresos.

²⁹ Ambos municipios forman parte de la zona metropolitana de Moroleón-Uriangato.

de distribución de manufacturas textiles para la región de Puebla-Tlaxcala y sureste del país (Montiel, 2014: 35). El municipio de Zapotlanejo en Guadalajara, cuenta con un importante número de fábricas familiares textiles, y es considerado uno de los centros comercializadores de ropa más importantes de la región noroeste y norte del país (Cota, 2012). El Distrito Federal, se distingue por el acceso a los diferentes centros comerciales y tianguis de esta metrópoli, con mercancías entre las que se encuentran ropa, bisutería y accesorios simples, productos de temporada y “fayuca”³⁰ (Alarcón, 2008; Montiel, 2014; Parra, 2012).

Estas localidades no son los únicos mercados comerciales y textiles en México, pero coinciden en muchos de sus aspectos de origen y funcionamiento. La forma en como estos lugares han respondido a las constantes crisis económicas, como se han organizado para alcanzar sus fines productivos y como se relacionan con las cadenas regionales, nacionales e internacionales de producción y consumo, los límites y alcances del desarrollo de sus unidades de producción, han sido la interrogante de numerosas investigaciones (García-Macías, 2013; Pérez Lizaur y Zamora, 2006; Sá, 2011; Sandoval, 2012).

La coincidencia en un área geográfica de sistemas de producción similares, no se traduce en una simple concentración territorial, sino la pertenencia a una misma comunidad que comparte un mismo conjunto de pautas y valores socioculturales, e historia en común (Cota, 2012: 32). En algunas de estas localidades, su rápida transformación de lo rural a lo urbano, así como un desarrollo enraizado en valores y costumbres regionales, han propiciado el florecimiento de pequeñas unidades productivas familiares en las que las redes y la utilización del capital social tejen una cultura empresarial e identidad productiva con características única (Maza y Lazcano, 2015). En estos espacios, se pueden observar procesos de industrialización atípicos, además de la presencia de

³⁰ Se denominaba como “fayuca” a aquellos productos provenientes de Estados Unidos vendidos directamente en mercados de México; estos artículos no pagaban impuestos ni contaban con una garantía válida. En la actualidad todavía se utiliza esta palabra para nombrar cierta mercancía ilegal llegada al país.

producción flexible, propia de los denominados distritos industriales³¹. Del mismo modo, se puede evidenciar una fuerte presencia de empleo y mano de obra familiar, trabajo precario, estrategias de evasión tributaria, falta de seguridad laboral, la presencia de trabajo femenino y mano de obra joven, así como una estructura ocupacional especializada, que rompe con el modelo del trabajo asalariado (García-Macías, 2013).

En estas localidades textiles y gracias a su capacidad de producción, se dan lugar intensos intercambios materiales y simbólicos entre agentes, en sus propios espacios de articulación: los tianguis³². Estos forman parte de una intrincada dinámica de producción-comercialización, prácticas sociales y mercantiles peculiares, con un carácter complejo de los procesos que asocian y articulan sus dinámicas constitutivas y en los cuales surgen nuevas conformaciones socioeconómicas y culturales³³. La constitución geográfica de un tianguis, permite una mayor conectividad entre ciudades, pueblos y comunidades (Montiel, 2014).

Existe sin embargo, un debate enfocado a tratar *colocar*³⁴ teóricamente estas localidades; debate sin superar ante la gran variedad de fenómenos que emergen en las dinámicas que se suceden en estas zonas productivas. Coincidimos con Alejandro García, que “más que un que un problema de denominaciones, se trata de uno de comprensiones” (García-Macías, 2013:27). Por sus características productivas, los teóricos han descritos estas localidades

³¹ Término establecido por Alfred Marshall que distingue a un “Distrito” como una organización industrial en la que prima la competencia, la emulación y la cooperación entre las pequeñas y medianas empresas que la conforman. Son concentraciones de sectores especializados en una localidad específica (Venacio, 2010:5).

³² Un tianguis es el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, artesanos y comerciantes especializados que aseguran el intercambio entre regiones. En Brasil, un lugar de *feira* (que también podríamos definir como tianguis), tiene una doble función mercadológica: la primera, de salida de producción local (textil) llevada en cantidades considerables a otros lugares para su reventa; la segunda, revender para la región productos de diversos tipos. Al mismo tiempo se puede observar un conjunto de costumbres y prácticas sociales y mercantiles, peculiares en este tipo de comercio (Sá, 2011).

³³ Como las condiciones formal e informal, condiciones de producción y de comercialización, espacios rural e urbano (Véras de Oliveira y Santana, 2013).

³⁴ Las cursivas son mías.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

como enclaves, clústers (Ramírez-Pasillas, 2007), circuitos comerciales, sistemas locales de producción (Grossetti, 2004), aglomeraciones industriales, polos de confección (Véras de Oliveira, 2013). Su desarrollo teórico remite al concepto acuñado por Alfred Marshall de “Distritos Industriales”, retomado en los años setenta por Becattini (2002), que conceptualiza estos espacios como “una entidad socio-territorial que se caracteriza por la presencia activa tanto de una comunidad de personas, como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada. En el distrito, la comunidad y las empresas tienden a fundirse”. Dentro de esta tradición teórica, destaca la distinción de “Sistemas Productivos Locales” (SPL) de Garofoli (2002) que detalla:

“Como la más amplia definición de un modelo organizacional de producción con una base territorial establecida, con fuertes interrelaciones entre el sistema productivo y el sistema socio-institucional local. Esto a su vez tiene implicaciones para las economías externas, derivadas del denso intercambio de bienes e información dentro del sistema productivo, y de la continua producción y reproducción de conocimiento específico, de experiencia profesional y formas de regulación social que caracterizan al territorio...» (Garofoli, 2002: 232).

Los SPL, combinan las características de un modelo productivo, un modelo espacial y un modelo social: las tres dimensiones (económica, espacial y social) no son separables a causa del estricto enlazamiento de las variables y su interdependencia mutua (ibid., p. 232). Utilizan las potencialidades endógenas y las redes de actores locales que los diferencian de otras formas de organización de la producción. Los “polos de confección” por su parte, es un concepto que distingue a un aglomerado de actividades productivas, comerciales y de servicios especializados en manufactura textil. Con una amplia producción de prendas de vestir y un notable crecimiento logístico y de soporte, un *polo* incorpora un conjunto variado de productos, una diversidad de actividades que se complementan en una relación entre producción y comercialización, así como de actividades y dinámicas formales e informales (Véras de Oliveira y Santana, 2013).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Las formas de producción precarias y flexibles, la existencia de distritos de producción y comercialización en México que combinan emprendimientos formales e informalidad, el surgimiento de tendencias socioeconómicas que se caracterizan por el dominio de la organización productiva de la pequeña empresa, la cual privilegia el trabajo autónomo y la independencia (Arias, 1988, 2002; Martínez de Ita, Sánchez Daza, y Ríos, 2005), han dominado el pensamiento y las discusiones teóricas por bastante tiempo; No obstante, las características de los espacios productivos en nuestro país, la especialización productiva basada en pequeñas y medianas empresas, y el éxito relativo en cuanto al desempeño económico de las poblaciones, no se encuentran constituidas con un distrito industrial “típico”, sino más bien pueden entenderse como localidades atípicas, con configuraciones y especificidades únicas (García-Macías, 2013; García-Macías y Maza, 2013). De conformidad con lo establecido con De la Garza y Neffa (2010), los modelos planteados por Boyer y Freyssenet³⁵ no pueden trasladarse a la realidad latinoamericana de manera acrítica. Los modelos son una construcción que realizan los actores. Es evidente que no existe un modelo único, ni se puede definir cuál es el adecuado en cada realidad. Se trata entonces de la búsqueda de una ciencia que permita la comprensión de la realidad social (Neffa y De la Garza, 2010). En cuanto a lo que se ha estudiado sobre los distritos industriales, no todo se encuentra escrito. Existe la posibilidad de reconocer que estamos frente a modelos que no se han teorizado anteriormente, abiertos a la realidad. Frente a la limitaciones de otras corrientes, habrá que reconocer que los sujetos podrían generar cuestiones que superan lo ya conocido y estudiado (Maza y Lazcano, 2015:113).

La amplia magnitud de investigaciones desarrolladas en estos lugares ha permitido revisar los procesos de múltiples fenómenos sociales y económicos, sus particulares dinámicas de trabajo, formas de desarrollo y crecimiento “empresarial”. Asimismo, estos sitios son un laboratorio de fenómenos

³⁵ Para estos autores, “se habían formado simultáneamente dos modelos industriales originales, el modelo toyotiano que privilegiaba la reducción de costos y el modelo hondiano implementando la estrategia de ganancia, innovación y flexibilidad” (2001).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

socioeconómicos con una dualidad de conceptos tales como: formalidad/informalidad, alta tecnología/prácticas artesanales, moda/tradición, exportación/mercado local, marcas originales/creación de nuevas marcas, espacios productivos/espacios reproductivos.

De igual manera, no existen suficientes investigaciones sobre las conexiones que se forman dentro de estos diferentes esquemas productivos. Son patrones de estructuración diferentes dentro de los cuales, el capitalismo ha sabido permanecer, transformarse y combinarse. La gran cuestión, es analizar los procesos que establecen estas transformaciones y combinaciones. Además de los fenómenos socioeconómicos que ocurren dentro de las localidades, lo que ocurre “hacia afuera” de las mismas, rompe con muchos de los discursos establecidos por las ciencias económicas y administrativas. Miles de personas se movilizan hacia estos sitios como lugar de destino, organizándose en grupos sociales, con estrechas relaciones de confianza, cooperación y a través de medios de transporte que cuestionan los discursos sobre empresariedad y desarrollo de microempresas. Estos sitios son como una especie de “faro” para un gran número de personas que han logrado beneficios económicos a través del suministro y comercialización de los productos que ahí se fabrican y venden. Para Arias (1997) la especialización productiva de cada zona, crea vínculos con espacios distantes que necesitan de lo que producen y ofrecen estos sitios. Surgen de esta manera, nuevos fenómenos socio-espaciales que traen consigo nuevas articulaciones económicas. Estas localidades reúnen empresas, empresarios, formas de producir y comercializar que entrelazan actividades formales con estrategias informales; su constitución socioeconómica abre nuevas interrogantes sobre los modelos productivos que han surgido, las nuevas formas capitalistas de acumulación y las dinámicas sociales que surgen en esta relación.

En las últimas décadas la producción a nivel mundial ha experimentado transformaciones que las teorías de desarrollo industrial no ha sido capaces de explicar adecuadamente (Vangstrup, 1995: 105). Siguiendo este camino, esta investigación parte de los estudios que se han realizado en estos espacios

tratao de entender los procesos productivos que les han dado forma y sentido, dirigiendo la mirada hacia las cadenas de comercio precarias que se han movilizao a la par de su propio desarrollo. Con amplias referencias a cadenas productivas, existen pocas relativas a estas cadenas de comercio (Alarc3n, 2008). Muchos de esos estudios se enfocan en los aspectos inherentes de las localidades, dejando atr3s las conexiones que existen entre estos lugares y los sujetos (Seele, 1983 citado en Montiel, 2014), as3 como a las formas y/o estrategias que surgen para dinamizar la producci3n y la comercializaci3n.

De las localidades que existen en M3xico que se han distinguido por su desarrollo econ3mico basado principalmente en la fabricaci3n textil y por la distribuci3n de prendas de vestir, destacamos tres ejemplos: Morole3n e Uriangato, en el Estado de Guanajuato, Chiconcuac en Estado de M3xico y el centro de la Ciudad de M3xico, con sus calles comerciales. Cada uno de estos lugares con sus semejanzas y particularidades, son reflejo de una din3mica peculiar de comercio y distribuci3n de mercanc3as. La importancia de estudiar los procesos de integraci3n y funcionamiento de los actores sociales que utilizan formas informales de suministro para acercarse a estos centros de comercio, radica en que estas formas se encuentran incrustadas en din3micas econ3micas, sociales, pol3ticas y culturales que marcan las caracter3sticas y recorridos de la (micro) empresa en M3xico.

2.4.1. Morole3n e Uriangato: municipios de tradici3n.

Situado sobre un eje industrial, el Estado de Guanajuato es heredero de una larga tradici3n minera y manufacturera, aunado al hecho de que posee una posici3n geoecon3mica de importancia: alrededor del 70% de su poblaci3n radica en un radio de 400 kil3metros y cuenta con una densa red carretera que permite el acceso de personas de todas las regiones del pa3s. La mayor parte de su poblaci3n urbana y la producci3n manufacturera, se concentra en el corredor industrial Celaya-Le3n, conformado por una sucesi3n de centros urbanos cuyas especializaciones productivas cuentan con una arraigada tradici3n (Estrada, 2007).

Los municipios Moroleón y Uriangato se localizan en la Región Suroeste de México, en la zona denominada como “Bajío”. Desde la época colonial, esta zona se convirtió en el área más dinámica y rica de las regiones novohispanas. Su producción textil se remonta a los orígenes coloniales, cuando se fabricaban los conocidos “rebozos”, prendas típicas utilizadas por las mujeres que se tejían en telares tradicionales y artesanales. Actualmente, ambas localidades albergan un importante corredor industrial dedicado a la producción y el comercio de ropa, además de productos textiles. Uriangato, Moroleón así como el vecino municipio de Yuriria, conforman una “zona metropolitana” debido a su interrelación social, productiva y económica, y a que comparten una conurbación intermunicipal³⁶ (Maza y Lazcano, 2015). La separación municipal se hizo necesaria dado los conflictos que siempre han existido sobre disputas económicas y políticas entre ambas poblaciones (Vangstrup, 1995). A pesar de ello, su ubicación estratégica les permite tener una mayor conectividad y comunicación con otras regiones del país. Aunque ambos municipios desarrollaron una importante economía agrícola en sus inicios, la alta concentración de empresas dedicadas a la industria del vestido los convirtió en centro importante de la industria del Estado de Guanajuato. La gran cantidad de pequeñas y medianas fábricas, ofertan sus productos a través de más de 4,000 establecimientos a lo largo de un corredor comercial de más de 4 kilómetros lineales donde se pueden encontrar una enorme variedad de prendas de vestir (Mapa 1).

Su unión geográfica, potencializa el comercio en la región. Por su importancia, ambas localidades han sido estudiadas especialmente a partir de descripciones y análisis economicistas, así como de esfuerzos por encontrar correspondencia con los modelos de especialización flexible (García-Macías, 2013). Estos municipios son aglomeraciones productivas y de venta *in situ*, que gracias a su rápida adaptación a los cambios en la moda y su orientación a un mercado eminentemente popular, atraen a miles de compradores durante todo el año. Uno de los estudios pioneros sobre Moroleón, es el realizado por Vangstrup

³⁶ La conurbación municipal es definida como la unión física entre dos o más localidades censales de diferentes municipios, y cuya población en conjunto asciende a 50 mil o más habitantes.

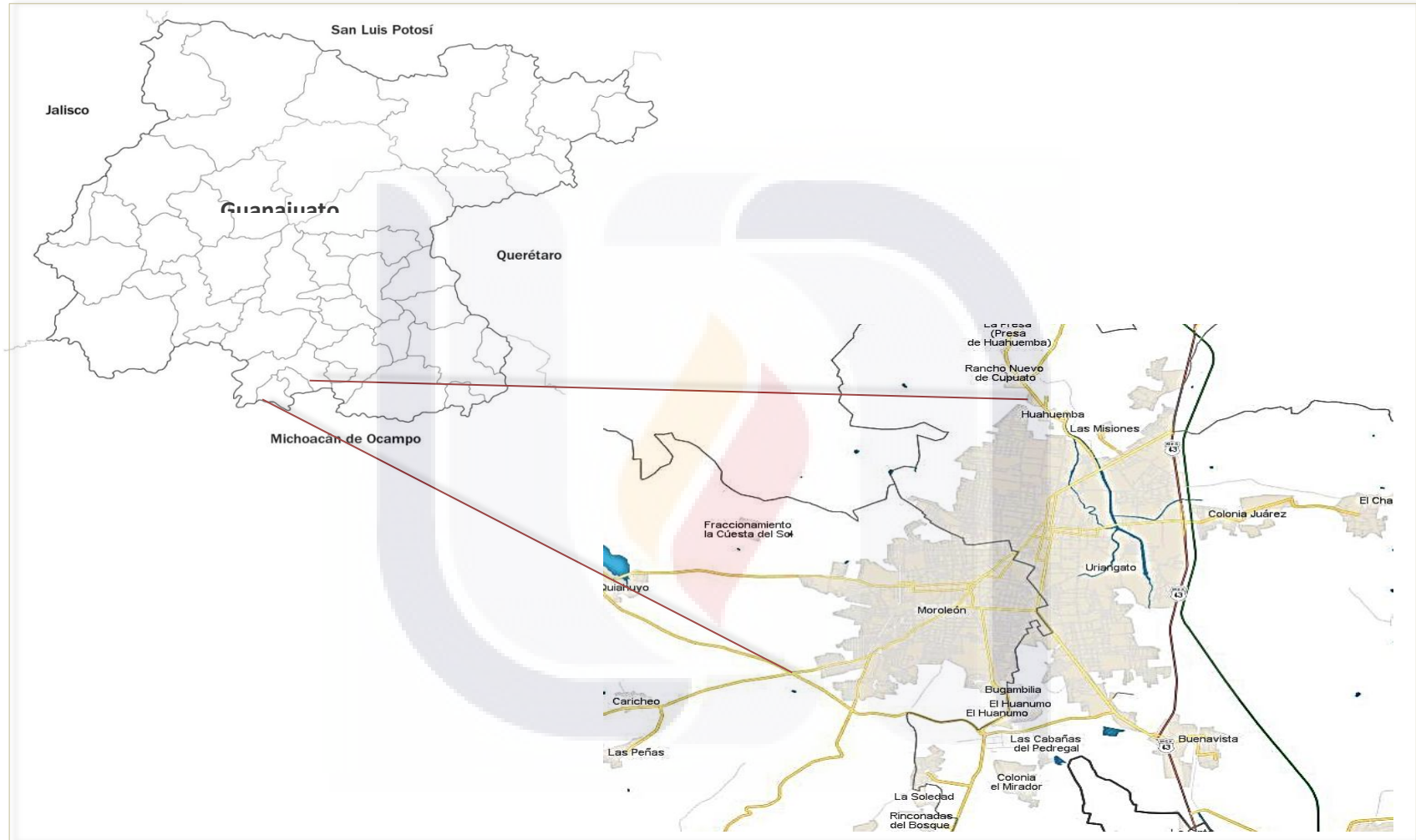
TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

(1995), quien puso en discusión las teorías que afirmaban que la industria moderna solo podría localizarse en las grandes urbes, y que la tecnología era solo privilegio de la gran industria. No obstante, este municipio, contraría estos preceptos ya que ha desarrollado una industria a pequeña escala, basada en el taller familiar confeccionando ropa, suéteres y calzado.

En los años 80's, esta localidad se convirtió en el principal centro de producción de suéter de la república y en un centro nacional de comercialización textil. La fama de Moroleón como un lugar que ofrece gran variedad de ropa a precios económicos atrae a comerciantes mayoristas y clientes de menudeo. El comercio, sin duda ha sido decisivo para vender los productos de los talleres y mantiene un papel clave en la economía moroleonesa. Sus actividades económicas más importantes son la industria y el comercio textil, lo que genera que visitantes de todo el país viajen largas jornadas para realizar compras. Su zona comercial es el eje de la economía del municipio y comprende aproximadamente 100 metros de longitud entre las avenidas Colón y Peatonal, donde se oferta una amplia producción de suéter, colchas, ropa para bebe, ropa deportiva, ropa casual, tejido de punto y plano, entre otros productos. Ya en 1995 se calculaba la existencia de 1,200 talleres, lo que tradujo en un taller de confección por cada 39 pobladores (Vangstrup, 1995).

Este municipio se autodenomina "la tienda de ropa más grande de México". La gran cantidad de fábricas, ofertan sus productos a través de más de 3,000 establecimientos, donde puede encontrar una enorme variedad de prendas de vestir, a precios variables. Durante gran parte del siglo XX el comercio textil se concentró en el vecino municipio de Moroleón; sin embargo, desde la década de 1990 la mayor parte del comercio se ha reubicado en Uriangato, en donde se encuentra el 80% del comercio textil de la región. Cuenta con una vigorosa industria textil, con una considerable producción de suéter, colchas, ropa para bebe, ropa deportiva, ropa casual, tejido de punto y plano, siendo uno de los principales productores de ropa a nivel nacional. La ciudad de Uriangato cuenta con una eminente vocación textil, la cual encuentra su origen de igual manera que

Mapa 2. Municipios de Moreleón e Uriangato. Distribución territorial



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

Moroleón, en la elaboración ancestral de rebozo. En la actualidad, se han ido incorporando mejoras en tecnologías y diseño por lo cual los productos cuentan con un amplio reconocimiento nacional e internacional. Con adecuados estándares de tecnología e incremento de su producción, la manufactura de estos municipios cuenta con un amplio reconocimiento nacional e internacional.

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

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

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

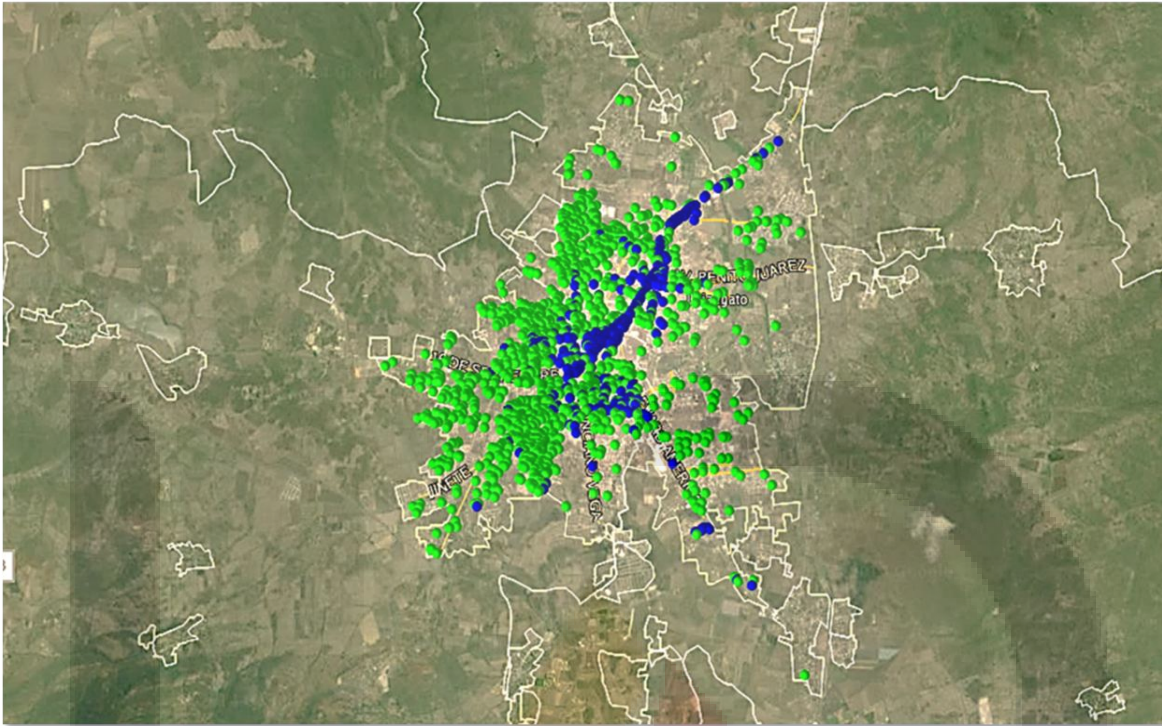
(1) Este apartado incluye los subsectores 313: Fabricación de insumos y acabados textiles; 314: Fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir; 315 Fabricación de prendas de vestir.

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

Según cifras extraídas de los Censos económicos del INEGI (2014), se destaca el hecho de que un importante 70.79% de la industria del municipio de Moroleón se dedica a la fabricación de insumos y productos textiles, y prendas de vestir contra un 55.86% del municipio hermano. Este último, es más comercial (aunque en una baja una proporción), ya que el 47.02% del comercio se dedica a la comercialización de productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado, contra un 41.48% de Moroleón. Podríamos distinguir que pese a su cercanía geográfica y similitudes socioeconómicas, en el municipio de Moroleón *se maquila* y en Uriangato, *se vende*³⁷.

³⁷ Las cursivas son mías

Mapa 3. Concentración espacial de unidades económicas dedicadas al comercio y unidades dedicadas a la fabricación. Municipios de Moroleón e Uriangato



Fuente: INEGI 2014a.

Nota: los puntos de color verde representan a las unidades dedicadas a la fabricación. Los puntos de color azul, dan cuenta de las unidades dedicadas al comercio.

Del periodo del 2009 al 2014, se puede ver una disminución en Uriangato del 12% de unidades dedicadas a la fabricación de insumos y productos (74 unidades) entre ambos periodos, así como una leve disminución de 19 unidades para el “comercio” de productos textiles en el mismo periodo, al pasar de 1,218 unidades a 1,199. En cuanto a Moroleón, se puede observar un crecimiento de 230 unidades de la industria manufactureras, lo que representa un crecimiento del 19.15% respecto al periodo anterior. Específicamente en la manufactura de prendas de vestir, hubo un incremento del 12.05% en relación al periodo anterior. En cuanto a comercio de productos textiles, el incremento de unidades fue el 10.92%, al sumarse 99 negocios comerciales. El 36.54% de las unidades económicas del municipio de Uriangato se dedican a la manufactura y comercio de prendas de vestir y concentran el 34.73% de la población ocupada en el sector. Aunque Moroleón concentra más unidades dedicadas a la manufactura, los números finales son similares. El municipio cuenta con un 36.54% de las unidades

dedicadas al rubro de fabricación y comercio, con un 40.92% de población ocupada.

Las cifras antes presentadas, dan cuenta de la importancia que tiene el sector manufacturero y comercial para estos municipios. No podemos dejar de mencionar, que las cifras presentadas por los censos levantados, no presentan información sobre el sector informal lo que sin duda es una carencia significativa de información de entidades productivas y comerciales no registradas, informales o la informalidad en actividades comerciales. Es pertinente es este punto, reparar que nos remitimos especialmente a datos que nos muestren la constitución de los estos municipios en cuanto a su capacidad como espacios comerciales, más que a sus sistemas de producción o niveles productivos. En cuanto a este segundo aspecto, existen sólidos trabajos de investigación que han dado cuenta de las características productivas de ambas localidades (García-Macías, 2013; García-Macías y Maza, 2013; Maza y Lazcano, 2015; Vangstrup, 1995).

2.4.2. Chiconcuac: Entre la tradición y la renovación.

San Miguel Chiconcuac (hoy denominado Chiconcuac de Juárez), es la cabecera del municipio del mismo nombre, situado en el Estado de México a 30 kilómetros del noreste del Distrito Federal, en lo que se conoce como “el Valle de Texcoco”. Es un municipio pequeño ya que su superficie real es de 6.94 Km². Hasta los años 20's, este pequeño pueblo tuvo una población mayormente indígena. Su historia comercial, inicia con su fama como localidad artesanal y sus suéteres de lana tejidos a mano son conocidos en México y el mundo.

Como Chiconcuac, las comunidades del Valle de Texcoco han transitado de una economía agrícola a una basada en ingresos en efectivo. La pérdida de la agricultura como una actividad económica viable para las familias del campo y su reemplazo por nuevas formas de trabajo y empleo dentro y fuera de la región, representó un gran cambio para la comunidad (Arias, 2011). El caso de este municipio es muy representativo; reorientó con éxito su actividad productiva tradicional y ha redefinido su mercado regional de trabajo. Del tejido de cobijas de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

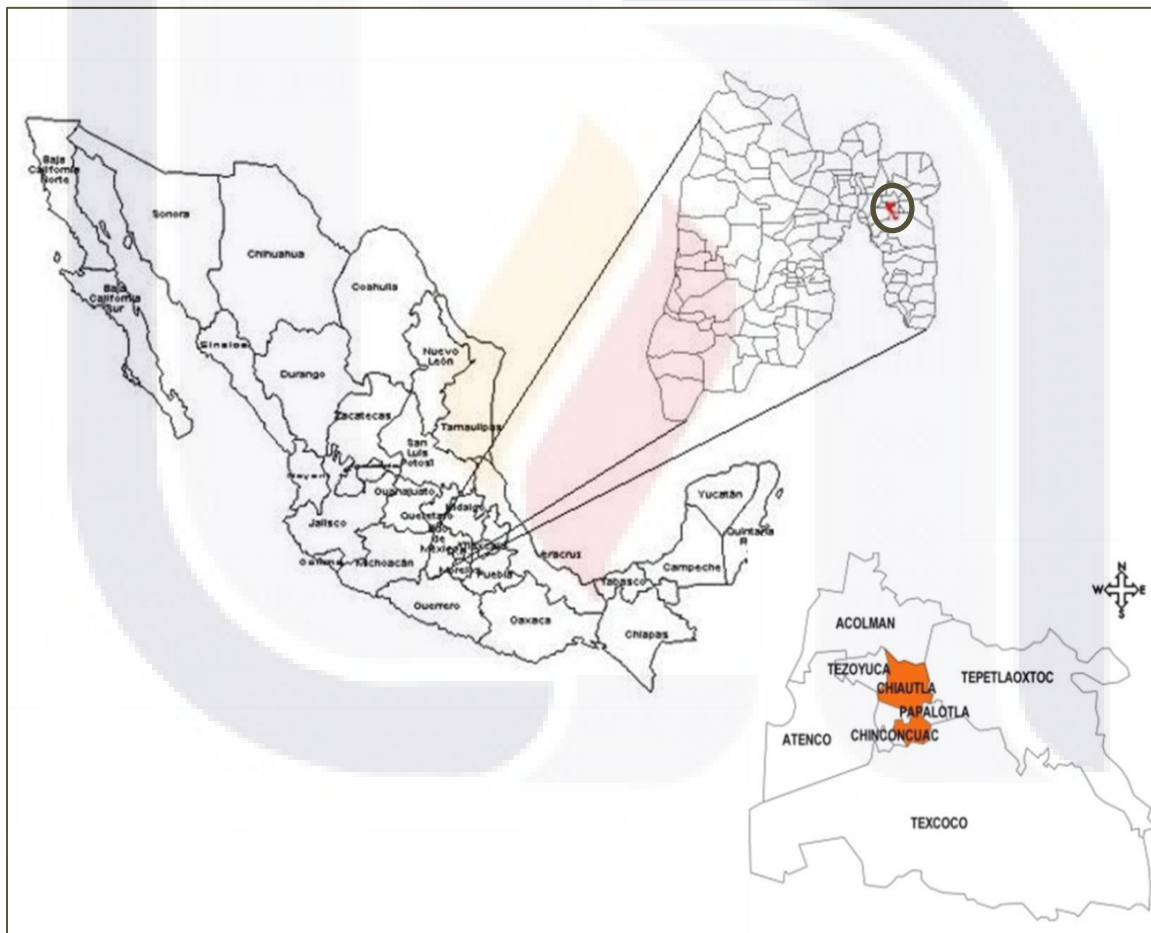
lana y suéteres de acrilán³⁸ dio paso a una actividad que se consideró mucho más lucrativa y expansiva: la confección a menor costo que en las ciudades, de prendas de vestir que fácilmente pueden trasladarse a diferentes y alejados mercados. La aparición de un gran mercado de gente de escasos recursos, con demanda de ropa económica, fue aprovechada de esta manera, con éxito por los fabricantes (Pérez-Lizaur y Zamora, 2010). Una gran proporción de los negocios de este municipio, son de estructura familiar organizada con base en el modelo de familia culturalmente reconocido: “el mesoamericano” (Robichaux, 2002), para responder a las oportunidades del entorno. Sus negocios conforman una especie particular, vulnerable, pero productiva y flexible de la “empresa familiar”. La actividad manufacturera fue inseparable del desarrollo, casi infinito, del comercio de prendas de vestir. Ambas actividades han tejido una “red económica regional” basada en la proliferación de talleres de fabricación y maquila de ropa en muchas comunidades rurales, talleres que utilizan mano de obra familiar en los solares domésticos (Arias, 2011).

La fabricación y la venta de ropa han ampliado el mercado de trabajo en la manufactura y el comercio. Para los años 70’s, al incrementarse el comercio, se estableció un tianguis comercial. Con el crecimiento de este espacio, se organiza un horario nocturno de abasto de ropa barata para los mayoristas, especialmente de mujer; pero al mismo tiempo y durante el día, se consolida un mercado minorista y accesible para la población de escasos recursos (Pérez Lizaur y Zamora, 2006). El ingenio de sus empresarios-comerciantes no se ha limitado a aprovechar las oportunidades, sino también el conocimiento que tienen de los gustos y necesidades de los consumidores (Pérez-Lizaur y Zamora, 2010:137).

³⁸ En sus inicios como mercado comercial, muchos de sus compradores eran turistas nacionales y extranjeros que aprovechaban el recorrido por Teotihuacán y llegaban a Chiconcuac a comprar artesanías, además de adquirir su famoso “suéter-chamarra”: prenda tejida a mano que no tenía botones, sino que se cruzaba al frente y se amarraba con un cinto de mismo material. Estos generalmente eran blancos o con dibujos de lana color café en medio. Muy populares en la época, por ser utilizados en programas de televisión en Estados Unidos (Pérez Lizaur y Zamora, 2006: 124).

Para el 2006, la mercancía predominante eran las blusas para mujer, unitalla³⁹ y de material sintético de moda, aunque también se ofrecen vestidos de niña, ropa de bebé, ropa deportiva, camisetas con serigrafía, camisones, lencería, jeans y faldas de mezclilla, pantalones de hombre y de mujer, suéteres, abrigos, chamarras de acríl. Muchos de los productos elaborados, son imitaciones de marcas famosas. En la dinámica del tianguis, existen vendedores que ofrecen sus mercancías transitando por sus pasillos caóticos como “ambulantes”, lo cual representa una importante competencia para los que cuentan con un local fijo.

Mapa 4. Ubicación Geográfica del municipio de Chiconcuac de Juárez, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia.

³⁹ Unitalla es una medida única de prendas de vestir. La tela de las prendas, normalmente es flexible y se estira logrando ajustarse a los diferentes tipos de medidas, aunque generalmente su uso es para personas de talla chica o mediana.

Aunque la historia de este municipio destaca en sus inicios su importancia como un centro de fabricación textil y artesanal, su tendencia hacia el comercio como actividad principal es irrefutable. No obstante, habrá que señalarse que al igual que Moroleón e Uriangato, estas cifras no reflejan verdaderamente la relación que presenta esta población con el comercio informal.

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

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

Fuente: INEGI, Censos económicos (2009, 2014)

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

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

Según datos otorgados por el INEGI (2014), actualmente los negocios del municipio, se dirigen hacia el comercio más que a la producción textil. Se puede observar una importante disminución de unidades dedicadas a la fabricación de insumos y productos textiles, ya que de un periodo censal a otro el número de estas unidades disminuyeron en un 59.44%, que se traduce en 129 unidades menos. Aún y cuando el comercio de productos textiles, también presenta una disminución del 46.07%, (con 932 unidades menos para el 2014), el número de unidades dedicadas a esta actividad, sobrepasa a las unidades de manufactura (tabla 2). De esta forma, el municipio de Chiconcuac a pesar de ser una entidad pequeña, ha logrado responder a las constantes crisis económicas; su cambio de actividad económica principal, sus reglas particulares y sus actores, son signo de

una población que ha buscado alternativas de sobrevivencia como forma de subsistencia económica.

2.4.3. La Ciudad de México: El mercado más grande de América.

Una de las principales formas de comercio que se pueden observar en esta gran urbe, son los denominados tianguis, esos tradicionales mercados itinerantes, cuya principal característica es formar “días de plaza”. Esta forma de “oferta” comercial ha sobrevivido, entre otros factores, por su capacidad de dar respuesta a las necesidades de bienes de consumo generalizado a la creciente población de colonias populares. Los tianguis son una especie de solución pragmática para la ciudad. Su aparición anárquica se ha convertido de a poco en poco en un canal de comercialización de productos de consumo popular por medio de su sistema itinerante y flexible, cuyas mercancías se encuentra al paso de sus habitantes a precios accesibles (Delgado, 1992). Aunque para ciertos sectores económicos, los tianguis están considerados como un tipo de economía informal, al carecer de regulación en las legislaciones estatales⁴⁰, estos forman parte de una red entre comerciantes formales e informales y representan para los mayoristas un importante canal de salida de mercancías en estado de maduración, de productos que evaden impuestos, o de otros objetos que no pueden ser expuestos a la venta en comercios estatales por ser considerados ilegales. Para Bayona, considerando la problemática adyacente a estos centros de comercio, el tianguis representa un canal de comercialización necesario porque el comercio formal no llega a todos los puntos de las ciudades (Bayona-Escat, 2011).

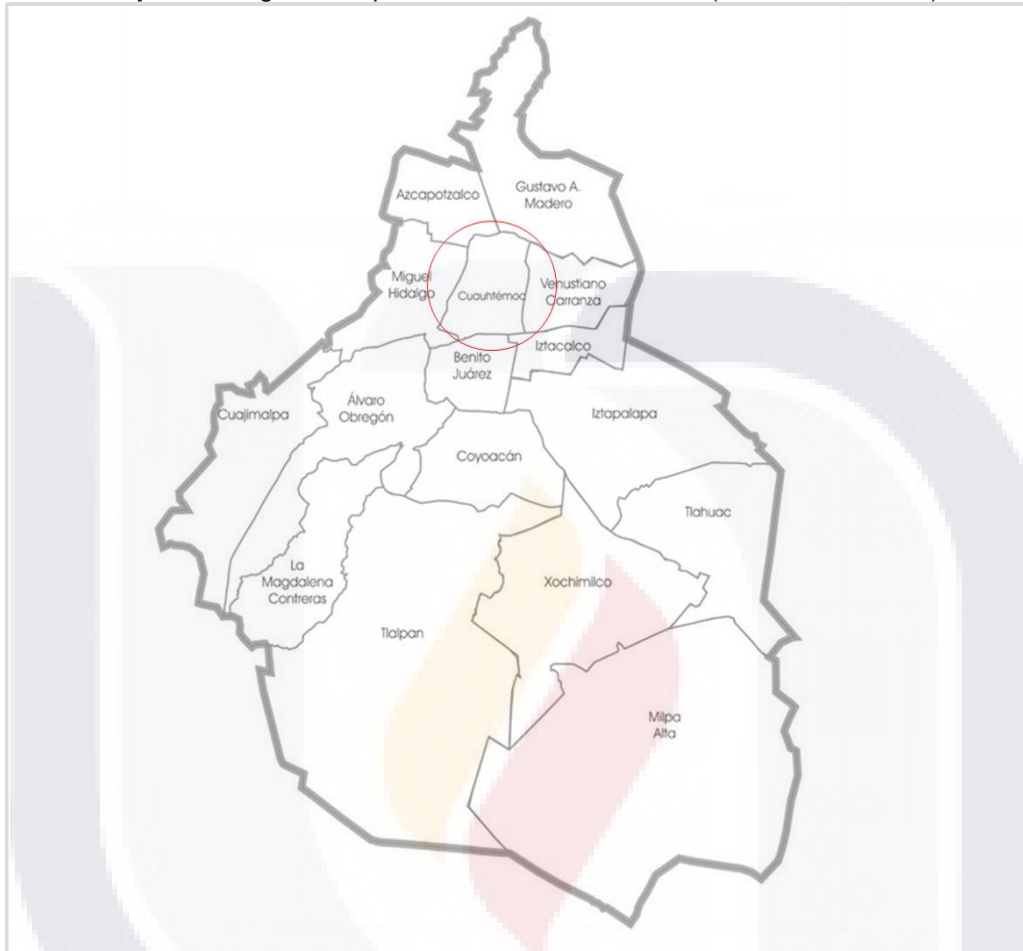
El centro de la Ciudad de México (conocido también como la Delegación Cuauhtémoc), es el lugar donde se concentra la mayor proporción de comercio de la ciudad⁴¹. Esta área, podría denominarse sin exagerar, como el mercado más

⁴⁰ La mayoría de estos espacios comerciales representan enormes ganancias económicas por el uso de espacios públicos, y políticas por la captación de votantes en periodos electorales.

⁴¹ Al finalizar el XIX la ciudad de México contaba con los siguientes 10 mercados populares conocidos: Mercado Martínez de la Torre, Santa Catarina, Santa Ana, Dos de abril, el Baratillo, San Lucas, Aguilita, Loreto, Candelaria de los Patos y la Merced, este último antecedente directo de la que sería la Central de Abasto. En 1912 se inauguró el reconocido mercado de “La Lagunilla”, posteriormente el mercado de San Juan y en 1934, el histórico mercado Abelardo L. Rodríguez.

grande de América debido a su enorme diversidad de espacios destinados para el comercio y venta de todo tipo de artículos.

Mapa 5. Delegaciones políticas del Distrito Federal (Ciudad de México)



Fuente: INEGI, 2015

La Cámara Nacional de Comercio (CANACO) de esta metrópoli, apunta que de acuerdo con el Censo Económico realizado por el INEGI (2009) tan solo en esta delegación existen 35 mil 829 comercios. De ellos, 24 mil 650 (68.8%) están en el Centro “y atraen cientos de miles de compradores todos los días”. Tiene además una cifra aproximada de 10 mil 916 comercios ambulantes concentrados en 203 agrupaciones civiles y políticas, cuya influencia es el perímetro del primer cuadro del Centro Histórico de la ciudad. Aunque esta Delegación representa

Por su enorme complejidad y sin una cantidad exacta que nos permita darnos cuenta de la magnitud de espacios dedicados para la venta en la ciudad, para 1992 la ciudad contaba con un padrón de 64 mil espacios (Delgado, 1992).

apenas el 21% del territorio total de la Ciudad de México, recibe cada día 4.5 millones de personas consideradas población flotante, de las cuales millón y medio son atraídas sólo por el comercio al mayoreo y menudeo que se da en el Centro Histórico. De acuerdo a cifras expresadas en el Programa de Desarrollo Delegacional (2012-2015), tan solo esta área es considerada a nivel nacional como la séptima economía. Además concentra 36% del equipamiento urbano y 40% de la infraestructura cultural (cines, museos, teatros y centros culturales) de toda la ciudad capital (Zamarrón, 2015).

Las calles o tramos de calles especializados en algún ramo comercial son más de 50. Por ejemplo, la calle Bolívar es conocida por sus tiendas de instrumentos musicales; la zona de Mixcalco es clave para el comercio de ropa; La calle San Pablo es especialista en artículos para ciclistas y la calle Victoria en material eléctrico. Se destacan ciertos negocios tradicionales, algunos de ellos con más de 40 años funcionando. Como ejemplo de un negocio altamente reconocido es el creado por el empresario Ángel Mussi, propietario de 32 tiendas que venden exclusivamente productos textiles de su propia marca. Esta empresa por sí sola, fabrica anualmente más de 120 mil prendas de vestir y emplea a 850 personas.

Tabla 3. Unidades Económicas en sectores y ramas seleccionados.
Ciudad de México (Delegación Cuauhtémoc)

	2009		2014	
	UE	PO	UE	PO
Unidades Económicas y Personal Ocupado Totales	65.963	614.547	66.587	733.557
Unidades Industria Manufacturera	4.476	40.825	4.220	37.713
Fabricación de insumos y productos textiles, prendas de vestir (1)	713	10.435	541	10259
Proporción del total de la Industria Manufacturera	15,93	25,56	12,82	27,20
Comercio (mayor y menor)	35.829	139.832	35.869	144750
Comercio de productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado	11.791	35.553	11.193	33466
Porcentaje del total del comercio	32,91	25,43	31,21	23,12
IM y Comercio relacionado a la Industria del vestido	12.504	45.988	11.734	43.725
Proporción sobre los totales	18,96	7,48	17,62	5,96

Fuente: INEGI, Censos económicos (2009, 2014)

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

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

Parte de esa reconocida tradición comercial sin embargo, no le pertenece del todo a mexicanos. La vida comercial de la zona ha estado ligada a la industria textil desde que los inmigrantes libaneses y judíos instalaron fábricas de telas, hasta la inauguración del mercado de Mixcalco, especializado en ropa, en el año de 1957 (Zamorano, 2016). A la zona de “La Merced” llegaron inmigrantes judíos y libaneses a finales del siglo XIX; para el año 1905 se contaban casi cinco mil libaneses en México. Muchos inmigrantes empezaron vendiendo por las calles y caminos del país, cargando un cajón con artículos como calcetines, botones y agujas. Fueron los primeros en vender en abonos. Debido a su disciplina y austeridad, poco a poco fueron adquiriendo locales para sus negocios, casi todos de ropa o de telas. En el Centro de la metrópoli, las comunidades libanesa y judía se instalaron en las calles de Las Cruces, Capuchinas (hoy calle Carranza), República de “El Salvador”, las calles de Correo Mayor, Uruguay y Jesús María. Según los relatos recogidos por la periodista Regina Zamorano (2016), en esta zona todo se inició “con un señor que se llamaba Carlos Romero hace unos cincuenta años, quien puso un negocio en el Callejón de Mixcalco”. Pronto, otros comerciantes siguieron su ejemplo y en la actualidad es un importante punto de fabricación y venta de textiles y ropa. Otros lugares especializados en ropa son el Mercado de La Lagunilla y las calles 20 de Noviembre, Pino Suárez e Izazága. Por décadas, esta ciudad ha sido el punto de encuentro del comercio en México.

Con todo, estos espacios no solo nos permiten entrever la historia comercial de la ciudad, sino que además son ejemplo de historias de vida que nos permiten entrever la tradición comercial que dio vida a esta zona y que han hecho de la misma, la zona comercial más grande del país. Además, esta área concentra la mayor proporción de comercio callejero informal (Alarcón, 2008). La existencia de cientos de comerciantes ambulantes (tan solo en el primer cuadro), es un problema social, económico y político que ha sido utilizado por diversos sectores populares en búsqueda de beneficios particulares y pagos políticos (Pérez, 2008). Para la CANACO, el centro es uno de los polos de actividad comercial más importantes del país. Para esta cámara, la especialización de sus calles “es totalmente positiva, dado que ésta es una de las razones por las cuales los

consumidores acuden al Centro Histórico, porque pueden optar por diversas alternativas en variedad y precios en un mismo espacio”. Los comerciantes, concuerdan en la importancia de este espacio como zona medular para el comercio de la ciudad: “su potencial no tiene medida, la gente ni remotamente tiene idea de lo que ingresa de dinero en la zona a diario, son multimillones de pesos en todos los rubros, ferretería, zapatería, textiles, plásticos, juguetería, cosas de importación, joyería, papelerías...y un infinito etcétera. Porque todo lo que uno busque, lo puede encontrar en centro” (Zamorano, 2016).

2.5. Comentarios al capítulo

México es un país con un enorme potencial económico en el área textil. Su impacto ha sido aprovechado por décadas por la inversión extranjera en el ramo, la cual tomó ventaja de las facilidades económicas que encontró a partir de la instalación de cientos de maquilas en el país. En la actualidad, este sector tiene fuertes retos locales y globales que asumir y un largo camino por recorrer. Claramente, su desempeño se encuentra íntimamente relacionado con la historia económica del país y su estrecha (y conflictiva) relación con otros países, específicamente con Estados Unidos. A pesar del incierto panorama, la industria mexicana cuenta con un alto prestigio internacional, excelente calidad de manufactura y mano de obra económica, elementos con los que se podría desarrollar una eficiente producción y completar el ciclo de producción de la cadena textil. Los desafíos que enfrenta la industria en este nuevo periodo histórico, obligan a los expertos y dueños de las unidades de producción, a replantearse no solo sus esquemas de fabricación, sino además, el urgente análisis de los procesos sociales que los envuelven y de las redes de comercialización que completan su ciclo comercial ante la presencia de “nuevos” escenarios globales.

México cuenta con cientos de centros de comercio ubicados en localidades con un alto reconocimiento nacional e internacional en la fabricación y distribución de mercancías. Con sus características particulares, estos lugares dan cuenta de la evolución socioeconómica de nuestro país. Los municipios de Moroleón,

Uriangato y Chiconcuac, son ejemplo de las estrategias que asumen los actores sociales en periodos de crisis y de las alternativas generadas de su transformación económica. En cuanto a la ahora Ciudad de México (antaoño identificada como el Distrito Federal), aunque cuenta con numerosas fábricas y talleres de confección, se ha caracterizado por la movilización de cientos de miles de toneladas de mercancías de origen extranjero y de tipo “pirata”. A pesar de su estructura geográfica, las calles de su centro histórico se consideran como el centro comercial más grande del país, el cual me atrevería a nominar como el más grande de América Latina. Con características diversas, estos espacios se encuentran estrechamente relacionados por aquello que les otorga vida y esencia: el comercio. Los sujetos que se acercan a estos espacios, son parte del engranaje económico que define el comercio. Incontables sujetos arriban diariamente, miles de clientes asiduos y nuevos, que acuden para buscar lo nuevo, la novedad, lo que se vende, lo que se comercializa. Es una maquinaria perfectamente coordinada y movilizada a través de sus procesos sociales y económicos, que no siempre se encuentran dentro de lo que el Estado denomina como formal e ilegal, y que se sustentan y reproducen precisamente en esas contradicciones y combinaciones.

Capítulo 3.

La dinámica comercial formal – Informal: tensiones

3.1. Introducción

“Empecé trabajando en las fábricas de Guadalupe (Zacatecas). Ganaba a la semana mi “raya” pero no me servía de mucho. Y es que soy “sola” y con tres hijos que mantener, no se puede hacer gran cosa con poco dinero. Una comadre me invitó a venir en los camiones para comprar ropa y venderla en el tianguis de mi rancho. Empecé con “bien” poquito dinero (sic) y poco a poco le fui ganando. Ahora también les vendo en abonos a mis clientas, y pues ya tengo muchas que me piden ropa especial. Le sacó más y ya hasta una troca seminueva compramos. Ahora el más grande de mis hijos se va conmigo a la ropa. Yo pienso que me va mejor siendo mi propio patrón”.

Señora Mary (52 años), comerciante.

La realidad económica en México, se apoya en gran medida por la presencia de distintos sectores, formas de producir y de prestar servicios que por sus características de surgimiento y operación, pueden llegar a ser denominados informales (Cortés, 2001). En muchas de las localidades textiles y sus procesos productivos y comerciales podemos observar como la formalidad coexiste con estrategias informales, de manera tal que es difícil entender y analizar los límites y alcances de cada una. Lo anterior nos lleva a cuestionarnos, ¿qué significa exactamente ser “informal”? ¿Podemos hablar de una “única forma” de informalidad”? o ¿ambas son parte de un proceso más amplio y complejo? En la actualidad, estamos siendo testigos del surgimiento de nuevos fenómenos socio-económicos que por su heterogeneidad, no encajan totalmente en la etiqueta de informalidad⁴².

⁴² Esa incapacidad para ubicarlos en una realidad económica y global, es para Barbosa (2011), una alerta para invitar a una reflexión y renovación conceptual del término “informal”.

Organismos como la OIT⁴³ y el PREALC⁴⁴, consideraban la informalidad como un “mecanismo de supervivencia” en respuesta a la falta de creación de empleos suficientes en la economía moderna. Para otros autores, los informales representan la irrupción de fuerzas reales del mercado en una economía aprisionada por las regulaciones del Estado (De Soto, 1989; Portes y Schauffer, 1993)⁴⁵. Para De Soto, el libre desarrollo de la capacidad empresarial se inhibe por el exceso de regulaciones que impone un Estado, que obstaculizan el impulso creativo de los nuevos empresarios y no permiten transitar hacia un capitalismo pleno y maduro. Para sus críticos, su propuesta es una visión orientada hacia la regulación y apertura económica de los informales como mera estrategia neoliberal.

Generalmente, la informalidad es entendida como un modo urbano de “hacer las cosas” al considerar los siguientes factores: a) bajas barreras de ingreso a la actividad empresarial (en términos de habilidades y requisitos de capital); b) empresas de propiedad familiar; c) operación a escala menor, y e) mercados competitivos no sujetos a reglamentación (Salas, 2003). Para Bueno (1999), es el Estado quien apoya los intereses capitalistas al permitir espacios de ilegalidad susceptibles de ser explotados, propiciando la informalidad. El Estado permite la aparición de mecanismos propios de satisfacción de necesidades básicas, para que el sector informal funcione como una especie de válvula de escape de la presión ejercida por una población marginal creciente (Alarcón, 2008).

La informalidad se asociaba en sus primeros años como un indicador de atraso, pobreza o marginalidad. Para autores como Keith Hart, las actividades informales se pueden considerar como un signo de dinamismo empresario

⁴³ Organización Internacional del Trabajo.

⁴⁴ Programa Regional de Empleo para América Latina.

⁴⁵ Es importante destacar que los argumentos de Hernando De Soto, han sido bastante cuestionados por su extrema perspectiva conservadora y utópica que ve potencial de desarrollo en la informalidad eliminando lo que considera son trabas burocráticas que impiden su crecimiento. Su postura es más socio-legal y neoliberal, que una propuesta real que integre una solución a largo plazo o la creación de una política social.

popular⁴⁶ y las cuales describe: "como una instancia en que la gente retoma en sus propias manos parte del poder económico que trataron de negarle los agentes centralizados" (1990: 158). Para Cacciamali (2000) la informalidad se encuentra basada en gran medida en el autoempleo y otras estrategias de inserción productiva, en la que los ingresos son obtenidos por medio del trabajo por cuenta propia o en microempresas. Desde puntos de vista alternativos las actividades informales se consideran un signo de dinamismo o empresario popular (De Soto, 1989; Habitat, 2003; Hart, 1990; Portes y Schaffer, 1993). Estas reorientaciones modifican el modo en que se conceptualiza el fenómeno informal, por un enfoque más dinámico de actividad empresarial popular, en el que la falta de recursos de capital quedaría compensada por la destreza y motivación del pueblo dentro de una arraigada tradición sociocultural de acceso inmediato a la pequeña empresa, capaz de generar ingresos suficientes para sobrevivir y la independencia laboral que esta representa: fácil y rápido (Parra, 2012; Perry, Maloney, Arias, Fajnzylber, y Saavedra-Chanduvi, 2007). Con este enfoque se configura poco a poco, una especie de "informal Productivo" (Barbosa, 2011).

En las últimas décadas, América Latina ha experimentado profundas transformaciones tecnológicas, económicas, sociales, políticas y culturales dentro de las cuales se han venido modificando las formas de trabajo, la escasez de empleos satisfactorios y el surgimiento de estrategias comerciales y empresariales de sobrevivencia (Pacheco, de la Garza, y Reygadas, 2011). En los últimos años los mercados económicos se han modificado substancialmente, cediendo terreno a nuevas formas de subsistencia económica entendidas como "informales". En la experiencia latinoamericana las unidades de producción ordenadas alrededor de las familias, las "no organizadas", las "micro", "los changarritos", son muy numerosas y en muchos casos, eficientes. Sus relaciones comerciales están insertas en un marco de relaciones sociales y simbólicas entre comerciantes y clientes, que son la base de sus intercambios y que basados en la reciprocidad y

⁴⁶ Keith Hart encuentra que existen unidades económicas que evaden cualquier regulación gubernamental y lo que se conoce como "the working poor", que no son desempleados abiertos, sino que son sujetos que se las ingenian para darse una forma de empleo (Alarcón, 2008).

la redistribución, completa su ciclo mercantil (Belausteguigoitia, 2004; Pérez Lizaur, 2010).

Existe la idea en muchos sectores, de que el término Informal alude una forma diferente de lo instituido, que trasgrede las convenciones formales y no es aceptable en lo que es oficial y establecido (Habitat, 2003). Sin embargo, diferencia no implica necesariamente inferioridad. Muchas de las actividades consideradas “informales”, tienen beneficios económicos que no serían despreciables en términos de acumulación de capital (Barbosa, 2011; Cervantes y Sandoval, 2010). Recientes opiniones incluso van más allá, al asegurar que los “sujetos sociales” son incluso capaces de realizar un análisis costo-beneficio para entrar y/o permanecer en la informalidad (Cervantes y Sandoval, 2010; Perry et al., 2007:12), aunque esto sea solo inmediato y no se consideren factores macroeconómicos.

La economía informal es enorme y constituye un ejemplo único de la forma en como las fuerzas sociales afectan la organización de los mercados económicos. En un momento histórico concreto y por iniciativa propia, un individuo o grupo de individuos, pueden emprender nuevos proyectos que le permitirán incrementar sus ingresos como forma de sobrevivencia (Aghón, 2001). Su carácter multidimensional tiene tras de sí una amplia discusión y reflexión que incluso traspasa las motivaciones y estudios que la han conceptualizado como “economía de la pobreza” o como una especie de deficiencia del capitalismo (Perry et al., 2007). El sentido negativo que se le ha dado al concepto informal ha sido bastante cuestionado (Barbosa, 2011; Carneiro-Araujo y Vêras de Oliveira, 2011). Pareciera existir un consenso cada vez aceptado entre los investigadores que la aplicación del término “informal” abarca varias connotaciones que no siempre son negativas y que aunque enfatizan su carácter “trasgresor” de lo legalmente instituido o permitido por el Estado, más pareciera que existe una condición relacional y simbiótica entre estos sectores (Lomnitz, 1988). Es a partir de los 80’s que la discusión se ubica en la articulación entre ambos sectores: el formal e informal, en tanto si son solamente relaciones “benignas” entre ellos o si se trata de una

relación de explotación al sector informal ejercida por el sector moderno. Para algunos, la cuestión se centra en torno a cómo y de qué forma ocurren estas relaciones (Alarcón, 2008; Denham y Tilly, 2013).

El debate conceptual sobre el tema se amplía y se vuelve más heterogéneo en cuanto a la distinción que se produce entre lo que se considera como actividad informal e ilegal, pues cada una de estas categorías poseen características distintivas que las diferencian y que comúnmente tienden a confundirse (Lins, 2007; Naim, 2006; Portes y Haller, 2004). Para Portes, la informalidad no es simplemente una expresión de estructura dual sino formas de producción e intercambio integrantes de una misma y única estructura económica capitalista (Portes y Schaffer, 1993). Contario al argumento establecido por Hernando de Soto (1989), la informalidad no es una cuestión que pueda resolverse a través de la legalización de las actividades económicas. Tomemos por ejemplo el caso de los comerciantes ambulantes de la Ciudad de México, que han crecido a la sombra de políticas proteccionistas y de beneficios por parte del Estado, mismos que conjuntamente con la clásica mordida⁴⁷, han incentivado la invasión de cientos de calles de la ciudad (Alarcón, 2008:42). Aún en la actualidad no se conoce con suficiente profundidad, el cómo los actores sociales organizan y reglamentan sus actividades en la informalidad, los lazos/redes que se establecen para participar en el mercado y las historias de exclusión y explotación que han alimentado la construcción de lo que los autores denominan “institucionalidades intersticiales”, que *crean* las condiciones para los sujetos aprovechen las actuales condiciones económicas en su beneficio (Medeiros, Rodríguez-Carmona, Ferrufino, y Tassi, 2013).

Se trata entonces de aportar conocimiento para entender las causas que le otorgan vida, forma, estructura y como se relacionan. Lo que inicio Keith Hart en los años 70's, se ha convertido de esta manera en una interpretación de la manera compleja en la el capitalismo incorpora formas de producción e

⁴⁷ La mordida es un término coloquial que alude a una cantidad de dinero que es aceptada como soborno generalmente por parte de un policía, un funcionario u otra persona con poder de ejecución.

intercambio propias del capitalismo actual, que se empalman y coordinan bajo la forma de cadena con la finalidad de hacer más productiva la producción capitalista (Alarcón, 2008). La contribución de la informalidad a las economías nacionales, es muy significativa y su papel en el empleo y la supervivencia en los niveles más pobres de la sociedad es importante, eso es innegable (Temkin y Zarembeg, 2006).

Considero sin embargo que hay que superar el debate sobre la marginalidad de la informalidad, para abocar la discusión en un sentido más amplio, la heterogeneidad del concepto. En mayor medida resulta más complicado conocer con exactitud que es informal y que lo formal, ya que ambos caminos confluyen de manera tal que pareciera que en una economía como la de México, no podría existir uno sin el otro. Muchos sectores populares han logrado transformar su condición de subordinación socioeconómica en una de “afirmación” (Medeiros et al., 2013); él cómo se organizan dentro de los intersticios de las reglamentaciones de estado para superar los obstáculos económicos y sociales, es una inquietud constante. Una informalidad que es resultado de una nueva dinámica capitalista y que comprende los procesos socioeconómicos actuales.

3.2. El Comercio Globalizado

El mercado económico se ha vuelto más inclusivo, unificando gustos y preferencias de consumo, que el capital ha sabido aprovechar, utilizando los canales tradicionales de comercialización a la vez que ha dado pie a la apertura y diversificación de otros circuitos de producción y mercadeo. Tradicionalmente, el capitalismo es visto como una gran fuerza movilizadora de recursos, de tierras, individuos, mercancías y capitales. Con la finalidad de facilitar las movilizaciones de recursos, el capitalismo comercial se ha basado en una progresiva abolición de la trabas al movimiento de materias primas, de mercancías y de mano de obra, garantizando la movilización de las primeras rutas comerciales internacionales (Cresswell, 2006). Así, la libre disposición de capitales y la posibilidad de invertir sin mayores trabas en empresas productivas o comerciales, garantizaban las subsecuentes movilizaciones de recursos de personas y de mercancías, en un

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

ciclo constante e interminable que posibilita la acumulación de capital (Calonge-Reillo, 2014). Pongamos un ejemplo sencillo: el proceso de manufactura de ropa. En su proceso de fabricación, involucra insumos materiales, maquinaria y trabajo. Los insumos materiales se producen de alguna manera, así como la maquinaria. Sumemos a la ecuación anterior la fuerza de trabajo, que debe ser reclutada o contratada bajo “esquemas especiales” para que la producción sea rentable. De esta manera se podría continuar enumerando todo lo que se necesita para manufacturar el producto. La totalidad de esto, constituye lo que se denomina como “cadena de bienes” (Wallerstein, 1991 citado en Marcus, 2001). Este concepto (también conocido como “commodity chain”), es necesario para entender el proceso de la economía mundo capitalista. El sociólogo Gary Gerrefi las denomina “cadenas productivas destinadas al comprador”, distinguidas por industrias que crean redes de producción descentralizada en una variedad de países exportadores (Gereffi, 2001).

Existen asimismo empresas que forman parte de una nueva clase de fabricantes sin fábrica, que en el proceso de producción separan la producción física de la etapa de diseño y de la de comercialización, y se caracterizan por una alta competitividad y sistemas de fábrica descentralizados. En estas cadenas, los grandes mayoristas y comercializadores ejercen la influencia principal en la distribución y venta al final de la cadena. Sin duda alguna, los flujos movilizados por esas grandes corporaciones se ayudan en gran medida de sus canales formales, pero también de múltiples canales informales. Tomemos el ejemplo del sector de comercio minorista en México que en gran medida incluye componentes extensivos formales e informales, con empresas gigantes y modernas que ofrecen sus productos libremente (Denham y Tilly, 2013); sin dejar de puntualizar, que el comercio minorista informal es una de las industrias donde los trabajadores más buscan ocuparse (pág. 22). en estas cadenas, las actividades informales son sin duda importantes para entender la dinámica económica local, además que constituyen núcleos importantes de las economías, redes de contención social y modos de los subalternos de incorporarse al mundo global a partir de diversas formas de adaptación y reinención de sus tradiciones (Alba-Vega, 2012). Estos

flujos son un eje central en la relación espacio productivo-comercial, que exponen la presencia cada vez más activa del comercio globalizado en nuestra economía.

Para Carlos Alba (2012), la informalidad se encuentra constituida por millones de personas que se desplazan entre países y regiones, con mercancías legales, semilegales o ilegales, que individualmente pueden ser de poco valor pero que en conjunto significan enormes volúmenes de capital. En la actualidad, los capitales se mueven de un lugar a otro, buscando oportunidades y articulando redes, compuestas de todo tipo de variantes productivas, contrataciones especiales y trabajadores que sostiene las cadenas de producción y comercialización (Alarcón, 2008). Los nuevos patrones de acumulación capitalista se sustentan en la búsqueda de una mayor velocidad de respuesta y en la reconfiguración espacial de la producción y de la comercialización (Arias, 1997; Ianni, 1996), poniendo en contacto micro-mundos y realidades que presentan configuraciones socio-culturales y políticas diferentes (Bueno, 1999: 6).

Los mercados y la distribución informal globalizada de mercancías han sido motivo de estudio e investigaciones importantes como la de Alarcón (2008), en la cual se evidencia el enmarañado proceso de distribución de productos de procedencia extranjera insertos en una compleja combinación entre formal/informal, legal/ilegal. Un análisis del intrincado camino que sigue la mercancía “pirata”, sugiere que su cadena productiva es tan compleja y ramificada y que los límites entre un bien falso y un original son tan tenues, que cuando la mercancía llega a su fin, muchas veces los actores no tiene conciencia clara de lo que están comercializando (Pinheiro-Machado, 2008). Aunado a una tendencia por la “lobalización”, que Chew (2010) la describe como la estrategia de mercado de la manufactura local que consiste en vender sus productos como globales, para engañar a los consumidores locales no informados pero con preferencias por una cultura global o alguna marca en particular.

Abraham (2006) se vale de las nociones de “cadenas de mercaderías” (los trayectos recorridos por los bienes desde la producción hasta el consumo) y de los que denominan “espacios regulatorios” (zonas en las cuales son dominantes

ciertos conjuntos de normas o reglas estatales o sociales), para explicar precisamente cómo ciertas mercancías entran en determinados flujos y atraviesan espacios regulatorios pueden pasar de legales a ilegales o viceversa. Estas mercancías fluyen y pueden cambiar de manos continuamente, atravesando varios espacios regulatorios hasta el consumidor final. De este modo, este sistema se sostiene por una intrincada red de nudos que son puntos de interconexión entre vendedores y compradores que van desde pequeñas aglomeraciones de vendedores callejeros hasta los mega centros, en gran medida destinados a los intermediarios, cuya influencia económica llega a ser internacional (Lins, 2007:17). Las cadenas de distribución de productos (en especial de los considerados “chatarra”), han tejido una compleja red altamente flexible, conectando puntos distantes de producción y consumo, imponiendo mecanismos heterogéneos y complejos de distribución, que en México ha provocado una explosión de los circuitos de mercado callejero y la venta hormiga a domicilio. En países como Brasil, este tipo de redes intrincadas se pueden observar en lo que se ha denominado como “circuito sacoleiro”, un sistema compuesto por todas las relaciones sociales construidas durante la trayectoria de mercancía negociada en el llamado “microcentro” de Ciudad del Este en Paraguay, y su camino hasta los países vecinos. Este circuito es una red compleja, que involucra múltiples sujetos y pone en evidencia una estructura jerarquizada y oscura (Cardin, 2014).

Los pequeños comerciantes que conforman el último eslabón de la cadena suelen desconocer su importancia estratégica en el comercio interfronterizo de este tipo de productos (Bueno, 1999). Numerosos investigadores han evidenciado como una gran parte de las mercancías que se ofertan en los grandes centros de comercio provienen de la movilización de productos fabricados en masa en varios países, principalmente de China, Taiwán, Japón e Indonesia. El caso analizado por Alarcón (2008), muestra cómo los procesos de globalización no sólo no inhiben, sino que incluso fortalecen e incrementan los circuitos informales de distribución de productos. Los sujetos sociales además en ciertas condiciones se han aprovechado de los programas de ajuste estructural, situación que ha desempeñado un papel importante en la formación de los que Saskia Sassen

denomina: “contradeografías” de supervivencia (2008). Este término sirve para plasmar el hecho de que la globalización ha brindado una infraestructura que facilita los flujos transfronterizos y los mercados globales⁴⁸ que muestra de esta manera, un mundo interconectado en múltiples dimensiones; su paradigma se centra en la conformación de un sistema interconectado donde fluyen todo tipo de mercancías, personas, imágenes, ideologías y formas de producir (Alarcón, 2008). En tanto a lo local, se asume otorgándole múltiples significados, dando pie a la creación de formas sociales nuevas, pero también a la transformación, reinención y readecuación de procesos ya existentes (Bueno, 1999).

Los actores sociales claves de esta informalidad global son pequeños comerciantes, empresarios y migrantes que, de manera “informal” y fuera del control estatal, llevan sus mercancías nuevas o usadas, genuinas o falsificadas, a los clientes de la base en los centros de las ciudades lo que brinda alternativas de consumo para los compradores, de supervivencia a través del empleo que se genera para los vendedores y de movilidad social para quienes hacen los negocios (Alarcón, 2008; Parra, 2012; Pinheiro, 2004). Esta globalización (denominada) “no hegemónica” o “globalización desde abajo” (Lins, 2007), se encuentra formada por mercados populares y flujos de comercio dirigidos por gente “del pueblo” y no por representantes de las élites. Aunque bien podría denominarse “internacionalización de la economía informal”, no es únicamente un hecho mercantil asimilable a la respuesta automática ante la apertura económica, sino que además se encuentra imbricada profundamente en sistemas de poder local, nacional e incluso, transnacional. Quienes participan en este sistema de nuevas lógicas de intercambio subalternas (informales) en estos “nexos desde abajo” no pretenden reemplazar ni destruir el capitalismo, sino beneficiarse de él. Estar dentro o ser parte de un sistema “informal” permite ganarse la vida para muchos de sus integrantes y genera movilidad social ascendente, ya que esas actividades que se encuentran en la base, “desde abajo” son las que les ofrecen acceso a flujos de riqueza y permiten la supervivencia a las clases más

⁴⁸ Que no obstante también puede emplearse para fines distintos a aquellos para los que fue planeada: por ejemplo el tráfico de estupefacientes o seres humanos.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

vulnerables (Alba-Vega, 2012; Lins, 2007). Sus redes existen porque hay instituciones legales y sociales que se benefician de los movimientos de personas y mercancías. Esta globalización se puede definir entender como el flujo transnacional (y nacional consecuencia de nuevas formas de producción), de personas y bienes, que implica sumas de dinero relativamente pequeñas y transacciones de corte informal (a menudo cuasilegales o ilegales) evidentes en todo el mundo (Alba-Vega, Lins-Ribeiro, y Mathews, 2015: 27). Son negocios llevados a cabo a través de una madeja de conexiones personales y de dinero. Para los actores sociales, estas formas y redes comerciales no son un problema, sino una solución que acerca a los menos beneficiados a los productos y servicios, dándoles una sensación de “poder” al tomar parte de las decisiones de la cadena comercial/productiva. Veamos el ejemplo que nos atañe en este estudio, ya que aunque existen otras formas y posibilidades de transportar mercancías y movilizarse, irse en autobús les permite tener cierta intervención sobre la elección de los productos, el acuerdo sobre el pago y control del tiempo de lo que se adquiere y comercializa. No hay que dejar de lado que se le llama “Sistema mundial no hegemónico”, no porque sea la forma predominante de globalización que busca modelar a las personas a su imagen y semejanza, sino porque es una alternativa a este sistema que sigue patrones y reglas diferentes (pág., 408).

La manera en que las configuraciones locales responden a las múltiples mediaciones de la globalidad pareciera, en palabras de la antropóloga Carmen Bueno (1999): “distinguirse de formas anteriores de interconexiones mundiales por el hecho de gestar una nueva lógica productiva y organizacional en lo global, con nuevas reglas, condiciones y principios de interrelación y que se ha dado por llamar la era del capitalismo desorganizado”. Este tipo de efecto “homogenizador” en las mercancías y en los mercados (Mantecón, 1993: 80) ha traído como consecuencia la creación de un sistema de distribución también unificado, que genera verdaderas cadenas de valor y en los cuales fluyen fuertes cantidades de dinero, toneladas de mercancías, muchas veces distribuidas de manera ilegal, formando circuitos de empresas de muy diversos tamaños, además de empresarios e intermediarios con características multivariadas (Bueno, 1999).

Como resultado, las economías nacionales y la propia economía mundial se han vuelto radicalmente informales.

3.3. El Sujeto Social Comercial

En medio de la paulatina sucesión de hechos históricos y económicos, los sujetos invariablemente se han visto en la necesidad de subsistir económicamente a través de la ejecución de alguna forma de trabajo. Durante muchos años, múltiples investigaciones han derivado en un variopinto conjunto de teorías, discursos, conceptos y debates, tratando de entender el *cómo*, *cuándo* y *por qué* se emplean los sujetos. Hemos dado un ligero cambio en nuestro camino, buscando caracterizar socioeconómicamente a estos individuos, poniendo como eje central la heterogeneidad de conceptos que existen para definir al “sujeto social como empresario”.

Comenzamos por el hecho de que derivado de la puesta en marcha de estrategias de corte neoliberal, la economía en nuestro país se sostiene en gran medida por sujetos que han buscado emprender algún (pequeño) negocio para subsistir⁴⁹. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística (INEGI, 2014), en nuestro país los negocios pequeños representan el 95.4% del total nacional, dan empleo al 39.7% del total de personas ocupadas, además de que el 42.7% son “nuevas microempresas” con cinco años o menos de creación⁵⁰. Este tipo de unidades se distinguen por su flexibilidad productiva y de gestión, así como por su elevada generación de empleo (Pavón Cuéllar, 2010). No existe, sin embargo, un significado único que permita caracterizar a este tipo de establecimientos, aunque si existen ciertos criterios de clasificación con la finalidad de determinar su tamaño, basados en factores como el número de personas empleadas, volumen de ventas o costos de inversión (pág. 9). No obstante que existen un gran número de estudios basados en datos estadísticos, poco o nada

⁴⁹ Séase bajo el esquema de cuenta-propia de un negocio formal o un emprendimiento informal.

⁵⁰ No obstante, estos datos distan de ser exactos, ya que su tiempo de vida es variable, además de que no se consideran los negocios de tipo informal. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2007), la economía informal contaba con aproximadamente tres millones de microempresas, con nueve millones de personas empleadas en las mismas.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

tienen que decir respecto a quienes son los responsables de movilizar este tipo de negocios.

Existen pocos trabajos sobre la dinámica de los empresarios en México, que ha arrojado un déficit de conocimiento acerca del *cómo* ha cambiado este “sujeto”, la incursión del sector femenino y especialmente, sobre qué características permitirán categorizar al “empresario” (Hernández, 2006a). El debate se intensifica al buscar la perspectiva o enfoque desde la cual sería válido estudiar al “empresario”, ya que las posturas se encuentran encaminadas a valorar alguna de las siguientes rutas: a) el sentido bajo el cual, el concepto de actor sería el más apropiado para explicar la acción empresarial de una manera dinámica: el de hombre racional, que toma decisiones en razón de la utilidad, búsqueda de ganancias y quien realiza el cálculo de posibles soluciones; b) el sujeto determinado por estructuras o instituciones; c) el sujeto social que participa de la construcción de su realidad en relación con las estructuras, sus subjetividades y acciones (Hernández, 2006b). Cuando hablamos de sujeto empresarial, va más allá del hombre económico, vemos a un sujeto con capacidad de crear un proyecto propio y empresarial, donde la mediación para continuarlo se encuentra dada por sus propios proyectos de vida, sus limitaciones miedos y deseos, por las estructuras que lo empujan a actuar y las interrelaciones que se establezcan con otros sujetos. Existe ahora un tipo particular de empresariado surgido de las transformaciones capitalistas de los últimos 30 años (Santiago-Nabor, 2011), del que no tenemos clara idea de su formación y evolución. El tipo de empresariado local, es un ejemplo de la forma en que procesos amplios afectan y transforman la vida de las personas cuya dinámica no estaba aislada de dichas dimensiones, pero en su posición histórica tenían un origen distinto.

Desde puntos de vista economicistas, “empresario” es un actor social preocupado por la creación de unidades económicas, que aprovecha las estructuras de oportunidades cambiantes para realizar su actividad. Este sujeto es innovador en la medida que toma riesgos, inicia actividades y ofrece productos o servicios de manera novedosa, y que hace uso de los recursos sociales y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

económicos que les proporcionan las relaciones de su grupo de interacción y las manipula de forma tal, que le permita obtener ventajas para su actividad comercial/ económica (Serna, 2003: 59). No obstante, para Hernández (2006a), los propietarios de micronegocios no deben ser considerados en condiciones de precariedad de estas unidades, como parte del sujeto empresarial, debido principalmente a esta actividad implica experiencia y conocimiento de negocios, del mercado, competidores y clientes (pág. 439).

Para Pérez Lizaur (2010), el comerciante como empresario es un actor social que aprovecha las oportunidades para hacer ganancias, con una cierta planeación y distribuye un producto en el mercado. Algunas de las pequeñas unidades de producción pueden ser consideradas como empresas, pues cuentan con una adecuada planeación que va más allá de apoyar las necesidades económicas de las unidades domésticas de sus dueños. Este tipo de empresarios llevan a cabo sus negocios con los recursos que tienen a su alcance, con su trabajo y la colaboración de los miembros -que en muchos de los casos- pertenecen a su unidad doméstica, utilizando sus relaciones sociales y/o comunales, aprovechando sus conexiones con las cadenas internacionales de producción y consumo.

A través de las movilizaciones de personas y de las formas precarias de suministro, coinciden sujetos sociales que cuentan con alguna forma de subsistencia resultado de la dirección de un “negocio”⁵¹. Si se les concibe como comerciantes intermediarios, los actores sociales forman parte del engranaje producción-comercialización, aunque no participan en el diseño ni elaboración textil, pero si distribuyendo los productos hasta el consumidor final. Estos pueden ser mayoristas o minoristas⁵², de la misma región o de localidades y estados más

⁵¹ Algunos de ellos cuentan con actividades comerciales formales y pagan impuestos. Sin embargo, otra parte trabaja de forma informal vendiendo sus productos de puerta en puerta, o en tianguis en su región de origen.

⁵² Para Castillo (2004), el intermediarismo incluye identificar las formas de producción y distribución de los diversos productos de acuerdo a la función de los diversos intermediarios (mayorista, minorista, coyote, bróker, acaparador, comisionista, etc.) así como los procesos que van

alejados (Montiel, 2014). En otras investigaciones se destaca la presencia femenina en estas formas comerciales de suministro, debido a que un importante número de mujeres hacen uso de las mismas con la finalidad de generar ingresos y sostener económicamente el hogar (Cota, 2005).

Tenemos por otra parte al “sujeto informal productivo”, aquel que entra en la economía informal (fuera de los marcos legales y jurídicos), porque no pueden encontrar empleo en el sector formal y no puede permitirse el desempleo absoluto (Alarcón, 2008), por lo que sus opciones laborales se dirigen (casi automáticamente) al autoempleo. Siguiendo esta línea de investigación, los comerciantes ambulantes capitalinos mexicanos se agrupan de manera dual, o sea, como empresarios y como trabajadores no asalariados. Esta dualidad resulta debido a que sus integrantes principales no son asalariados sino dueños de sus micronegocios (Denham y Tilly, 2013). Desde la óptica del discurso oficial replicado por el Estado, los comerciantes informales son competencia de los formales-establecidos debido a que no pagan impuestos, no cuentan con permisos y no pueden sostener los costos de funcionamiento del comercio establecido; Sin embargo, son sujetos comerciantes populares que retoman en sus manos parte del poder económico que trataron de negarle los agentes centralizados (M. C. Cacciamali, 2000), y que han logrado insertarse en las ocupaciones informales de manera eficiente y no precariamente (Cervantes y Sandoval, 2010).

La adaptación eficiente de estos sujetos sociales ha dependido en gran parte del conocimiento que han logrado adquirir y como este se ha aplicado en las diferentes estrategias de venta que utilizan (Cervantes y Sandoval, 2010). Para Medeiros et al. (2013: 37), los comerciantes populares cuentan con un elevado nivel de organización, mecanismos de control funcionales y específicos, que contradicen las representaciones que se tienen de ellos como agentes precarios, informales y atrasados. Al contrario, estos cuentan con habilidades para

aparejados a esta actividad como el transporte, el almacenamiento, las relaciones con las autoridades locales o supralocales.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

articularse a una economía global, a través de una serie de estrategias propias que parten de lo local. Han logrado reconvertir un proceso de exclusión económica, política y legal, en un sistema que les permite tener control sobre el territorio, conseguir ganancias y afirmarse socialmente.

El sujeto social o popular es entonces una especie de empresario imbricado en un sistema social donde se encuentra presente una extensa red de relaciones informales, formales, ilegales e ilegales. Se encuentra inmerso en una especie de mundo adyacente alejado de la forma típica y “legal” que establece el capitalismo puro. La capacidad de los comerciantes populares de (re)accionar creativamente a los cambios del mercado, se debe en gran parte a la estructura poco formalizada o flexible de su negocio. Para muchos de estos sujetos sociales, el estar dentro de la informalidad representa la oportunidad de tomar decisiones, con un marcado sentido de independencia y autonomía que propone un tipo de empresa que se desmarca de formas de emprendimiento subordinadas a la gran empresa e incluso al estado; representa flexibilidad y adaptabilidad.

Para aquellos que se encuentran del “otro lado”, dentro de la formalidad, el acceder a las mercancías a través de redes comerciales, constituye una forma de acercarse rápidamente a las mismas y multiplicar sus ganancias. Séase en un sentido u otro, no podemos olvidar una innegable verdad: “... de una forma u otra, la gran mayoría de la población se ve obligada a trabajar para el capital si quiere sobrevivir” (Harvey, 2012: 27). Continuar o reproducir un negocio (cualquiera que sea su origen), es una forma de participar de la actividad económica.

Es aventurado afirmar que un sujeto informal que se encuentre vendiendo artículos en la calle o un pequeño comerciante formal que lucha por subsistir, puedan considerarse “empresarios”. Para Martinelli (1994) el amplio rango de influencias e interacciones, hace imposible definir un tipo específico de empresario. Sin embargo vemos como estos sujetos cuentan con algunas características para conceptualizarlos como tales: cuentan con cierto grado de innovación, controlan sus ingresos, establecen redes y formas de cooperación entre sus grupos, reinvierten sus ganancias, etc. (Medeiros et al., 2013). Sus

particularidades socioeconómicas los han llevado a seguir caminos diferentes que no obstante han confluído en mismo sitio: la creación de un negocio, de una forma económica de subsistencia. Formal e informal, es un negocio que contribuye en el sostenimiento económico. Las características y heterogeneidad de quienes integran estas formas de suministro, amplían el marco para interpretar y entender las motivaciones socioeconómicas de los sujetos sociales.

Posiblemente, la característica más evidente de este tipo particular de sujeto social o empresario precario, es el hecho de que se encuentra enmarcado en una fuerte relación con otros sujetos similares. Debido principalmente a que estos actores sociales en específico, han logrado construir relaciones sociales y económicas de apoyo que les han permitido llevar a cabo sus metas (Cardin, 2014). Estas relaciones, con sus entramados han sido estudiadas con cierta frecuencia a través de las teorías de redes sociales y del capital social (García-Macías, 2013; Lomnitz, 1988). Las perspectivas del análisis de redes las concibe como formas de ordenamiento de las relaciones entre diferentes actores (Serna, 2003), y son útiles porque proporcionan tres grandes categorías de beneficios: acceso, oportunidad y referencias (Smith-Doerr y Powell, 2005). Para Polanyi (2005), la preocupación principal radica en los modos de transición e intercambio de recursos, trabajo, bienes y servicios en una sociedad, generados precisamente por las redes. Granovetter (1985) enfatiza que las redes penetran de forma irregular y en diferentes grados. De esta manera, algunos individuos están en mejores condiciones que otros, algunos grupos son más aislados, algunas organizaciones formales cuentan con grupos informales, etc. Sin embargo, a pesar de que las redes se han vuelto tema común en ciencias sociales, se sabe mucho más de sus efectos, que lo que se sabe acerca de los factores que las generan, sostienen y reproducen (Smith-Doerr y Powell, 2005: 393). En algunos estudios empíricos, se ha tratado de entender de qué forma, las estructuras locales se combinan con el entramado de redes y alianzas translocales con actores externos que brindan un dinamismo económico (Cardin, 2014; Lins, 2007; Sandoval, 2012b; Sassen, 2008).

El capital social, expresa en gran medida, el valor de prácticas informales de conducta, derivadas de valores integradores de relación basados en la reciprocidad y la confianza (Saiz y Jiménez, 2008). Existe una amplia variedad de concepciones y formas de entender que es el capital social, sus elementos, variables, clases, factores y resultados; no obstante, depende de dos cuestiones fundamentales: es situacional y dinámico y debe ser interpretado en relación con los actores, con los fines que persiguen y considerando el contexto en el que actúan (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, y Trigilia, 2003) Algunos autores, enfatizan que a pesar de sus ventajas para explicar un fenómeno socioeconómico, el uso desmedido de éste concepto para explicar “casi” todo, lo ha convertido en un tema de mucha controversia. Ambos conceptos, redes y capital social surgen de la necesidad de concebir la acción del sujeto social. Se puede llegar a entender el porqué de las relaciones entre sujetos, su estructura, dimensión, alcance, de forma individual o grupal, y seguir de esta manera las relaciones sociales y la red de relaciones sociales que el individuo construye a partir de su acción cotidiana (Lomnitz, 1988). Para Portes (2000), el CS es simplemente la habilidad de los actores para obtener en virtud de su pertenencia a redes u otras estructuras sociales. Con ambos conceptos, se puede llegar a un análisis que permita entender el porqué de la unión de los sujetos sociales y hasta el porqué de movilidad, pero para (Sandoval, 2012b), no son suficientes para explicar el tipo los recursos materiales, las instituciones, las empresas y los negocios que sirven para movilizar los flujos, y generar intercambios.

Con el argumento antes planteado, empresario es un actor social que se preocupa por la creación de unidades económicas, por su desarrollo y consolidación acorde con las necesidades de la actividad productiva y del nicho comercial donde se inserta; hace uso de los recursos sociales y económicos que le proporcionan las relaciones y redes de su grupo de interacción y las manipula con la finalidad de obtener ventajas para su actividad económica (Serna, 2003: 299). De esta manera, surge la necesidad de repensar al sujeto económico, a esos que se integran e utilizan las estrategias informales comerciales: ¿Dónde ubicar socioeconómicamente a los sujetos que las movilizan: como empresarios,

informales, comerciantes, microempresarios o una combinación de estos elementos? ¿Es posible caracterizarlos en una analogía o un tipo específico, que nos permita entender la existencia de estas estrategias?

Como hemos mencionado, queda claro es que estos sujetos han logrado cierta cohesión grupal misma que les ha permitido mantener estrategias socioeconómicas para lograr sus metas. Es así, ante el irrefutable hecho de que, en nuestro ejemplo empírico, estos no viajan solos hacia los lugares donde logran encontrar los elementos que necesitan para continuar con sus negocios. Juntos, sujetos sociales (formales e informales), en una combinación de dinámicas socioeconómicas, utilizan el mismo elemento articulador: el viaje en autobús.

3.4. La movilización- suministro informal de mercancías

Como pudimos analizar en el capítulo anterior, la producción y comercialización de prendas de vestir y artículos diversos, son las actividades más representativas de una localidad textil o circuito comercial. Estas forman parte de una cadena productiva mayor que mueve en gran parte la economía local. Durante el proceso de manufactura el fabricante es una de las figuras centrales del engranaje productivo, ya que es quien dirige las decisiones más importantes. Pero en la dinámica puramente capitalista, para que los fabricantes puedan colocar sus mercancías y productos, deben saber cómo, cuándo y dónde colocar sus mercancías, pero sobre todo, deben contar con “clientes” que estén dispuestos a adquirir sus productos. Son como piezas de ajedrez que se mueven estratégicamente, con la finalidad de colocar cientos de toneladas de mercancías. Este movimiento es esencial para las economías locales. Montiel (2014), establece que los comerciantes de las localidades textiles de Puebla han logrado sobrevivir gracias a sus esquemas particulares de producción y a lo que él caracteriza como “intermediarios comerciales”. Estos intermediarios son los comerciantes y compradores que asisten de forma regular (a través de diversos medios) y adquieren las mercancías que habrán de llevar y ofertar a su vez en sus lugares de origen. Estos comerciantes, son en su mayoría sujetos provenientes de

regiones más alejadas que se trasladan con la finalidad de adquirir las prendas y/o artículos novedosos y ofrecerlos en sus lugares de origen.

Estos comerciantes arriban a estos sitios comerciales a través de líneas particulares de autobuses de pasajeros, mismas que son utilizadas como medio o infraestructura para el suministro de todo tipo de mercancías y que tiene como objetivo central poner a la mano del consumidor final el producto manufacturado en lugar y tiempo determinado (Montiel, 2014: 195). Aunque esta forma de transporte no es el único medio para hacer llegar las mercancías, su presencia y logística de funcionamiento, generan amplias interrogantes económicas, sociales y culturales. Para Fernando Callonge-Reillo, la movilidad de los sujetos, no implica solamente desplazarse físicamente de un lugar a otro, sino del saberse insertar provechosamente dentro de un entorno de gran incertidumbre y riesgos, analizando las oportunidades (2014).

En sus primeros años, para lograr la movilización de personas se instauraron líneas de autobuses particulares que establecieron recorridos especiales los días de venta en tianguis, además de la utilización de servicios de paquetería para trasladar la mercancía adquirida (Cota, 2005). Pronto, estos medios se volvieron insuficientes, por lo que diversos grupos de comerciantes se organizaron de forma independiente para contratar autobuses especiales para trasladar (al mismo tiempo y en el mismo espacio) pasajeros y mercancías. Actualmente, existe una amplia red de empresas de autobuses⁵³ (formales e informales) que realizan viajes periódicos exclusivos hacia estos circuitos y tianguis (Vela, 2014).

Aunque a primera vista podría considerarse impráctico e incluso peligroso el transportar cantidades considerables de mercancías y decenas de personas en un autobús, esta estrategia funciona gracias a la coordinación y organización de quienes las movilizan. Los viajes son organizados por coordinadores (en muchos de los casos mujeres) y/o empresas particulares, quienes son responsables de tener listo el autobús, el pago del chofer, viáticos e incluso se encargan de

⁵³ Muchas de estas empresas operan en la informalidad y clandestinidad (Espinosa, 2014).

publicitar la salida a través de los mismos usuarios o utilizan canales externos; en otros casos como se vio al inicio de este trabajo de investigación, se trata de empresas que se publicitan como “agencias de viajes” y que realizan tours especiales para realizar compras (Cota, 2005; Sandoval, 2012b). No obstante que existen distintas empresas y personas que utilizan estos mismos sistemas de transportación en diferentes regiones, su funcionamiento básico es bastante similar. Cuentan con formas de organización “precaria”, en las que la señalización, acomodo de mercancías y el ordenamiento de pasajeros, es parte de lo que denominamos “logística precaria”. En ocasiones en las que surgen complicaciones durante el transcurso del viaje, los mismos viajeros-comerciantes sufragan parte de los gastos y costos emergentes resultantes⁵⁴. Conforme los destinos de venta han cambiado, se han modificado las rutas y tiempos de llegada, así como el tiempo que se les otorga a los comerciantes para que puedan realizar sus compras. Estos varían dependiendo del mercado o tianguis al que se va a arribar (Cota, 2005).

Este tipo de prácticas y flujos de mercancías pueden verse en otras regiones y países. En la frontera entre Paraguay y Brasil, existe el constante intercambio de mercancías movilizadas por los comerciantes conocidos como *sacoleiros*⁵⁵, que transportan en autobuses, grandes cantidades de mercancías a través de esa frontera (Cardin, 2014; Pinheiro-Machado, 2008). En otras investigaciones, se puede observar como en ciertos casos de exclusión e invisibilización, los sujetos sociales han establecido las condiciones para construir una forma de institucionalidad comercial propia. Es el caso de los comerciantes de la región metropolitana de la Paz, Bolivia donde los flujos comerciales informales con China cuentan con un elevado nivel de organización así como de la “sofisticación” de los sistemas de control de espacios comerciales (Medeiros et al., 2013).

⁵⁴ Algunos de estos gastos son provocados por el pago de la correspondiente “mordida”.

⁵⁵ Los *sacoleiros* son “trabajadores-comerciantes” responsables de la intermediación de las relaciones comerciales entre los empresarios que actúan en Paraguay, y los puntos de venta y distribución en Brasil. Atraviesan todo el territorio brasileño con la mercancía adquirida en Paraguay, actuando de forma autónoma o para un patrón (Cardin, 2014).

Hacia el norte en la frontera de México con Estados Unidos, entre las ciudades de Monterrey y San Antonio existe un flujo importante de mercancías que son transportadas para su venta en México. Numerosos consumidores regiomontanos aprovechando el cruce de la frontera realizan compras para la venta de ropa y de artículos usados de bajo costo con lo cual contribuyen a la economía de las ciudades texanas. Para transportar lo adquirido, se utilizan diversos medios que van desde desplazarse en auto, camión, avión, por medio de parientes o a través de una “chivera”⁵⁶ (Sandoval, 2012b). De esta manera, ante el uso y funcionamiento de estas estrategias y medios, no sería exagerado afirmar que los sujetos sociales se organizan eficazmente a través de estrategias precarias con la finalidad de lograr sus metas económicas.

El acercamiento a las localidades textiles o comerciales en estas características, es una práctica común que ha sido documentada como *parte* del proceso de comercialización, pero no como un *proceso en sí mismo*⁵⁷. El suministro y movilización de prendas de vestir en estas formas peculiares, engloba una especie de retroalimentación entre las zonas de producción y las zonas de consumo (Montiel, 2014:194) y constituye un elemento central en la obtención de recursos económicos que posibilita el funcionamiento del engranaje productivo en ambas direcciones. La existencia de este tipo de estrategias vienen a contribuir con el rompimiento de la perspectiva marxista de lo que representa la mercancía, dominada por la producción, retomando su trayectoria total, desde la producción hasta el consumo, pasando por el intercambio/ distribución, que impacta en lo social y cultural (Appadurai, 1991).

Una de las labores más complicadas, ha sido el proceso de dimensionar qué son y que representan estas estrategias comerciales; encontrar el concepto que permita abordar no solo a los sujetos sociales, sino también a las actividades, desplazamientos, negocios formales e informales, circulación de objetos y/o

⁵⁶ Este término de uso coloquial, alude en un primer momento al transporte de animales de granja, El término se extendió al comercio irregular y al tráfico de mercancías importadas para referirse a las personas que cruzan la frontera con las mercancías adquiridas en Estados Unidos.

⁵⁷ Las cursivas son mías.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

mercancías, debido a que estas formas de movilización, más que redes sociales, son formas de organización que facilitan los flujos de personas y la circulación de diferentes mercancías (Sandoval, 2008).

Desde las ciencias económico administrativas, la distribución de mercancías y la configuración de los “canales de suministro” por los cuales transitan, es una cuestión que ha motivado múltiples análisis teóricos en la búsqueda de un proceso de comercialización que genere técnicas de mejora continua, calidad y maximización de ganancias (Collado Agudo, 2004; Nickl, 2005; Young y Esqueda, 2009; Montaña, Corona, y Hernández, 2012). Las perspectivas asumidas en las estrategias de distribución desde estas perspectivas privilegian la utilidad, la competencia, la acumulación de capital y el intercambio por encima de la importancia de la influencia de la acción del sujeto social. Estos conceptos, no alcanzan a explicar las formas de distribución (desde lo establecido en la logística clásica), que se pueden observar en estos flujos de mercancías (Sandoval, 2012b). Para Blim (1990), no se trata solamente de tomar la perspectiva de las formas de la producción de bienes, sino que además se encuentra en juego la producción o generación de nuevas formas de relaciones de producción que llevan aparejadas nuevas formas de vida social y modos nuevos de consumo, distribución e intercambio que es necesario analizar.

A través de las estructuras, organizaciones y redes locales con diferentes niveles de formalidad, se han negociado y regulado las actividades económicas que el estado neoliberal había abdicado entregándolas a la capacidad autorreguladora del mercado (Medeiros, Rodríguez-Carmona, Ferrufino, y Tassi, 2013). Desde una nueva perspectiva, Alarcón plantea un enfoque metodológico de seguimiento de la “cadena de ambulante”, que le permitió observar los procesos productivos como una red de intervenciones, como cadenas de mercancías, que tienen vínculos hacia delante y atrás que involucran además personas, tecnologías, formas de vida y cultura (Alarcón, 2008: 67). No obstante, para que se pueda dar este continuum de personas y mercancías, deben de tenerse las “condiciones materiales” necesarias para su funcionamiento. No es suficiente

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

tener solo la intención de moverse de un lado a otro. Para Sandoval (2012), los flujos⁵⁸ que se suceden en un espacio social, son posibles gracias a que el autor denomina como “Infraestructuras”. Estas permiten y facilitan que se movilicen flujos de personas y objetos de todo tipo. Para efectos de entender la complejidad de las mismas, las clasifica en tres tipos: físicas, institucionales y sociales. Las físicas serían los caminos, sendas, carreteras, puentes, vías aéreas, aeropuertos, líneas telefónicas, sistemas satelitales, estaciones y tecnologías destinadas a la comunicación y transportación de personas, objetos, imágenes y mensajes. Su rasgo característico es que mayoritariamente son desarrolladas, construidas (en sentido físico), reguladas y sostenidas por los gobiernos estatales. Las institucionales son de tres subtipos: gubernamentales, empresariales y asociativa. Son en general, instituciones reguladas por el Estado de forma directa o indirecta. Por último, existen las infraestructuras sociales, las cuales divide en dos subtipos: a) actividades comerciales informales y b) sistemas de relaciones interpersonales. Las actividades informales generalmente toman la forma de comercios relacionados con el tránsito de personas y objetos, y prácticas de consumo (entre las cuales se incluirían los autobuses turísticos de pasajeros). Se incluyen en esta subclasificación las prácticas basadas en relaciones de confianza y redes sociales que funcionan como contacto entre personas a uno y otro lado de la frontera. Los acuerdos se hacen de palabra, sin mediación de recibos, boletos o contratos formales entre personas que no necesariamente deben conocerse entre sí. Buena parte de estas infraestructuras se caracterizan por la confianza, por la disposición o buena voluntad para la reciprocidad. Tanto la confianza como la obligación hacen que las relaciones permanezcan y los flujos se realicen; se trata, principalmente, de redes sociales y sistemas de intercambio.

La mayoría de las infraestructuras son organizadas (voluntaria e involuntariamente) por actores sociales que interactúan en un mismo espacio social. El funcionamiento y organización de compañías de autobuses con el único

⁵⁸ Se traducen en la movilidad de personas y la circulación de objetos y mensajes; Los movimientos, desplazamientos, en otras palabras, son el principal rasgo de las prácticas sociales que se soportan en un espacio social (Castells, 1999).

objetivo de transportar al mismo tiempo personas y mercancías, constituyen desde este punto de vista, infraestructuras para la movilidad. De esta manera, enfatizamos el hecho de que el intercambio que se desarrolla en estas localidades no solo es de tipo económico (mercancías), es también un constante intercambio de prácticas, significados y hábitos sociales. Estas formas de suministro de mercancías, son una especie de mecanismo a través del cual muchas personas apartadas por un sistema económico generan redes y estrategias para satisfacer sus necesidades, paralelas a las dinámicas impuestas por el mercado capitalista (Platas y Santamaría, 2012). Por medio de estructuras y redes capilares, los actores económicos “populares” han ido asentando una especie de institucionalidad propia en los nichos económicos (Medeiros et al., 2013: 33). Estos asentamientos nos indican de que algo se ha estado gestando, una serie de prácticas nuevas de apropiación y reinterpretación del capitalismo, en el cual comenzamos a construir otros significados socioculturales. Al interior de estas formas comerciales, se articulan nuevas formas de movilización de flujos de mercancías, grupos con una estrecha identificación y cooperación que crean prácticas notables de funcionamiento, redes específicas y sujetos sociales particulares.

Coincidimos con la postura sociológica que parte de que la acción económica no la realizan individuos dotados de una racionalidad económica, sino que son realizadas por actores inmersos en un denso tejido de relaciones sociales que orientan su comportamiento económico (De la Garza, 2005). El discurso que predomina por parte del aparato gubernamental, enfatiza la innovación, y el emprendedurismo legal y formal. Hace énfasis en una noción de informalidad en su carácter trasgresor e ilegal. No obstante, la realidad es que aún predominan los acuerdos basados en la confianza de los miembros del grupo social. Basados en la honestidad y lealtad de sus integrantes como forma de intercambio y pago. Estas formas, predominan en gran parte del esquema comercial. El objetivo es analizar y entender la red de relaciones que determinan la participación de estos sujetos en el mercado, creando estructuras sociales y arreglos de tipo institucional que se modifican o trasgreden para lograrlo. Los retos actuales, se encuentran

dirigidos hacia la constitución de una nueva forma de teorizar que permita realizar construcciones de las relaciones entre producción, sectores y macroeconomía, y estas a su vez, con el sistema micro de mercado y los sujetos sociales que lo componen, la cultura y el actuar social.

3.5. Comentarios al capítulo

Pareciera que es fácil comenzar un negocio. Muchos de los discursos económicos que prevalecen, avalan la facilidad empresarial: cualquiera puede ser dueño de una pequeña empresa y generar utilidades que le permitan vivir cómodamente. En palabras de aquellos que defienden estas disertaciones, lo difícil es “mantenerlo a flote”. Históricamente, desde el punto de vista académico, las perspectivas asumidas por las ciencias económico-administrativas han asumido una completa perspectiva por la empresarialidad y han privilegiado la utilidad, la generación de empresas, la competencia, la acumulación y el intercambio por encima de la acción y cooperación de sujetos sociales. Existen importantes intentos académicos por cambiar estas visiones, por aquellas que reflexionan la inclusión de los fenómenos sociales como inherentes de los fenómenos de la empresa, destacando la importancia de las relaciones humanas en la producción, como uno de los factores más importantes a considerar dentro de una organización (Mayo, 2000). No obstante, aún predomina el sentido del “homo economicus” motivado por consideraciones mercantiles y materiales, fundadas en el intercambio mercantil y en un deseo permanente de optimizar sus ganancias personales apelando a la eficiencia de los procesos organizacionales.

De esta forma, el panorama económico en nuestro país, se encuentra influenciado por la transformación de los modelos empresariales tradicionales, la reestructuración de la economía, la globalización, las políticas neoliberales y los mecanismos de mercado, que han propiciado la generación de nuevos negocios en condiciones precarias y de informalidad, que tienden a reproducirse y a evolucionar, a través de estrategias que no se encuentran del todo entendidas. Sin embargo, nos encontramos frente a referentes empíricos que nos obligan a replantearnos los “precarios” procesos organizacionales que subyacen en las

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

empresas de cualquier tamaño. Actualmente debemos dirigir la atención hacia otras consideraciones, entre las que destaca las formas y características de los sujetos sociales que han creado sus propias estrategias de subsistencia, mismos que han demostrado ser altamente eficientes y con referentes empíricos que pueden ayudar a entender los recorridos de la “nueva” empresarialidad en México (Pérez Lizaur, 2010).

Los estudios realizados, tienen que participar en el ejercicio de reconocer, definir y nombrar a profundas transformaciones que no sólo reforman los procesos de producción, el lugar del trabajador, sino además el surgimiento de un nuevo tipo de empresariado precario. No hablamos solo nuevas formas de producción. Existe a la par un enmarañado proceso de circulación de mercancías que llegan a los centros de comercio, donde se combinan actividades ilegales, legales, con estrategias y emprendimiento informales y formales, con sujetos que aprovechan los resquicios que deja el sistema y el estado, buscando alternativas, moviendo las económicas, generando nuevos referentes empíricos complejos. Los viajes que realizan los comerciantes para mantenerse, son un paradigma que rompe con los preceptos presentes en esos discursos. Sin embargo, estas discusiones siguen sin llegar a encontrar la razón bajo la cual surgen y (pareciera) mutan los fenómenos inherentes a la misma. La dificultad de explicar *cómo* estos fenómenos se han incorporado y consolidado en los sistemas socioeconómicos, que se amplían ante la aparición de empresas y empresarios que surgen en condiciones de precariedad e informalidad, con referentes empíricos que han demostrado que las unidades generadas en estas condiciones, son altamente organizadas. Vale la pena también reflexionar sobre cómo estas transformaciones permean hacia la sociedad.

Capítulo 4. Hacia la reconstrucción de la realidad

4.1. Introducción

“La primera vez que fui a Mexico fue con mi mamá. Nos fuimos en aquellos años en el tren de pasajeros [...] ¡Híjole!, hacíamos como 13 o 15 horas. Íbamos por mercancías y cargábamos con dos bultos grandes de bonetería, que mi mamá se iba a vender a los ranchos los fines de semana. Recuerdo que me gustaba mucho ir en el tren, pero era muy cansado y olía muy mal. Ahora yo voy tres veces al mes a comprar. Los martes a México, los jueves a Tonalá y a veces a los tianguis de Moro [...] Si no hubiera camiones (autobuses) yo creo que buscaría como irme ¡A lo mejor usaría de nuevo el tren!”.

Josefina (43 años), comerciante

La realidad social es extensa y compleja, con múltiples interconexiones que muchas de las ocasiones rebasan nuestros límites de conocimiento. Tomemos por ejemplo dos escenas bastante comunes en México: en la primera, observamos a un joven vendiendo mercancías en la acera de forma informal. En la segunda, podemos observar una mujer de avanzada edad vendiendo el mismo tipo de mercancías, en un local establecido, bajo un perfil “formal”. Ambos obtienen sus productos de los mismos lugares, y como ya hemos analizado en capítulos anteriores, un gran número de estos comerciantes viajan largas jornadas para conseguir los productos que necesitan para poder realizar su actividad económica.

Realizar complicados viajes de compras y trasladar toneladas de mercancías, es un fenómeno económico más diverso e inmiscuido en una realidad, que más que económica, tiene un alto componente social. Uno de los propósitos de este trabajo de investigación es contribuir en los estudios que contemplan los fenómenos sociales como elementos interconectados y fusionados con la realidad económica, y no como procesos aislados. Nuestro objetivo principal de investigación se encuentra encaminado a analizar sociológicamente los procesos sociales que han contribuido en la creación y desenvolvimiento de

redes comerciales informales en el centro de México. Específicamente, buscamos responder la siguiente interrogante principal: “¿Qué procesos sociales propician la constitución de redes comerciales informales de distribución de mercancías en el centro de México?” dirigiendo el trabajo de investigación a buscar la respuesta a los siguientes cuestionamientos: a) ¿Cuáles son las principales dinámicas socioeconómicas que se encuentran asociadas al surgimiento y desarrollo de las referidas redes? ¿Cuáles son los tipos de redes presentes y como se caracterizan? b) ¿Qué características permiten describir a los sujetos sociales que actúan en estas redes informales comerciales, objeto de este estudio? c) ¿Cómo puede caracterizarse sus estrategias de inserción y de reposicionamiento en el ámbito de estas redes? ¿Sobre qué condiciones sociales se sustentan? ¿Cómo influencia la informalidad tales condiciones?

Por medio de estos cuestionamientos, trazamos la ruta de investigación a partir de la cual se pudo desarrollar el trabajo de campo. La inquietud de saber el cómo y el porqué de la existencia de circuitos, que permiten el desarrollo de actividades económicas de diferente índole que tiene como elemento articulador la sofisticación de la informalidad. De esta forma, el surgimiento y desarrollo de redes comerciales informales en el centro de México, son resultado de una combinación diversa y contradictoria de dinámicas socioeconómicas, tipos de sujetos sociales y estrategias de actuación por parte de estos, que tienen en la *informalidad* una condición de posibilidad central. Así, los procesos sociales que se encuentran en la base de constitución de tales redes, se sustentan en la reproducción y constante actualización de su carácter informal. Sobre tales condiciones y en estas dinámicas socioeconómicas, la informalidad tiende a reproducirse y a persistir”.

4.2. La metodología marxista

La propuesta metodológica de De la Garza (2012), dirige la atención hacia un método basado en la posibilidad de lograr una reconstrucción de la realidad. Por medio de una profunda revisión crítica, el autor retoma de Marx sus postulados sobre la realidad social, a la vez que utiliza de Hugo Zemelman, parte de su visión

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

sobre el papel del sujeto en esta configuración. El resultado, es una propuesta, que conjugaba de forma idónea dos de nuestras principales inquietudes metodológicas: a) cómo aproximarse al objeto de estudio y b) *qué* papel tiene el sujeto dentro de la realidad social de abordaje.

En los años 70's el marxismo era la ideología dominante en las ciencias sociales. No obstante, para teóricos como Lukács (1969) el marxismo más que una teoría, es una metodología de la reconstrucción de la totalidad. Parte de una concepción del movimiento de lo real, y de que lo real tiene una cara objetiva y una subjetiva. Marx dentro de sus múltiples planteamientos, concluye que el correcto método científico es el que va de lo simple a concreto en el pensamiento, aunque lo concreto sea el verdadero punto de partida. En el caso del marxismo, existe un concepto de realidad social como articulación entre objetividad y subjetividad, en la que se reconocen los procesos de objetivación originados en los sujetos y sus interacciones pero que finalmente adquieren vida propia. Para De la Garza, esto *no* quiere decir que la realidad se reduce a la concepción del sujeto, pero *sí* qué en la creación de la realidad social, intervienen los significados que acuñan los sujetos y guían su acción: "La realidad es un ámbito de sentidos, aunque no se reduce a los sentidos" (2012).

En la metodología marxista el verdadero problema que se presenta con respecto al punto de partida, es el de la relación entre sujeto y objeto, buscando la reivindicación del sujeto-objeto que sintetice además estructura, subjetividad y acción (De la Garza, 2012, 2000). La importancia del sujeto radica principalmente del hecho que es quien moviliza y se moviliza dentro de las estructuras sociales. Sandoval (2012) interpreta lo que considera como "infraestructuras sociales", las cuales se basan en redes de relaciones que suelen ser dispersas y diversas en su funcionamiento, que no están determinadas de manera fija y que no necesitan ser reconocidas institucionalmente. Las relaciones inmersas en esta relación suceden entre individuos o grupos de ellos que tienen contacto directo y manejan recursos (más o menos) similares que pueden ser intercambiables (pág. 35). Marx (1975), en su "método de la economía política", puntualiza que este debe tender a asimilar

en detalle la materia investigada, así como a profundizar y analizar sus nexos internos para posteriormente, proceder a exponer (y entender) el movimiento real. Una de sus principales discusiones se presentó a partir del método de la economía política, que dio origen a diversas perspectivas que buscaban reivindicar el papel activo del sujeto (De la Garza, 1987). A pesar de las pretensiones de esta línea epistemológica, la relación entre las dos principales preocupaciones metodológicas: a) la de un método de construcción de teoría y b) la de recuperación de un sujeto activo, no llegaron a concretarse en sus inicios (De la Garza, 2001). En esta propuesta, existen niveles de realidad en rearticulación con eficiencias diversas en relación con los sujetos, que logran conformar una configuración entendida como totalidad no sistémica; es decir, que no es el todo, sino lo pertinente al objeto. Esta totalidad no determina pero presiona, y de la cual forman parte el sujeto y sus significados. La realidad tiene así una “dimensión de sentido”, entendido como códigos acumulados con el fin de construir significados concretos para la situación concreta. En la explicación de un fenómeno, resulta vital él como se construyen los significados que guían la acción. La experiencia y el dato empírico no son solamente el reporte de lo dado, sino la propia interacción entre sujeto y objeto, y ambos pueden ser concebidos como construcción, y no como indicadores metodológicos a los cuales habrá que apegarse como fórmula matemática.

Este “método de reconstrucción de teoría” tiene como concepto central el de reconstrucción de la realidad concreta (Kosik, 1980), entendida como la inclusión de lo pertinente al objeto, y ha sido recuperado desde estas perspectivas al concebirlo precisamente más como un método de construcción de teoría y no como uno de justificación de hipótesis. De esta manera, se propone un método que no se reduce a una verificación de hipótesis, sino que implica un conglomerado de acercamientos a lo empírico. Una propuesta abierta al descubrimiento frente a una realidad en transformación que no acepta ser subsumida en ningún modelo, sino que obliga a la reconstrucción permanente (De la Garza, 2012). Al surgir nuevas articulaciones se adquieren nuevos significados. Este método de esta forma, es una “reconstrucción” de la totalidad sobre el objeto.

4.3. La descripción articulada

Zemelman (1990) trato de profundizar en la posibilidad de una teoría marxista que partiendo de concepciones de la realidad en transformación, buscará entender la metodología como parte de la construcción de teoría (De la Garza, 2012; pág. 240). A esto le llamo “descripción articulada”, que se caracteriza por contar con conceptos ordenadores, aislados de sus teorías que sirven para ordenar el mundo empírico y delimitar campos de observación. Esta descripción se inicia con la definición de un problema y su problematización, la cual también requiere un ángulo de análisis. Posteriormente, con la definición de más áreas de relaciones sociales que podrían ser pertinentes para problema y a partir de las teorías acumuladas y la selección de *conceptos ordenadores* para “adecuar” el mundo empírico y proceder a la delimitación de campos de observación, se puede llevar a una primera observación desarticulada. Con estas posibilidades, Zemelman le otorga un nuevo giro al método de investigación de Marx al proponer una relación de tipo dialéctica entre la construcción teórico-conceptual, en la que se sustenta toda investigación y el abordaje empírico del fenómeno estudiado (Andrade y Bedacarratx, 2013). De esta forma, la función epistemológica central del conocimiento, consiste en definir espacios para la acción viable y no la correspondencia entre el pensamiento y la realidad.

El abrir universos de observación inéditos nos pone en el camino del pensamiento que se va apropiando de nuevos elementos constitutivos del fenómeno, sin pretender una “clausura” anticipada, en el afán de conocer lo que el fenómeno “es”. Una cosa es procurar conocer los determinantes de un fenómeno y otra muy diferente, es estar de acuerdo teóricamente en lo que él fenómeno es (Andrade y Bedacarratx, 2013; pág. 20). Es aquí donde es importante establecer una diferencia entre una visión que sostiene que los fenómenos no son sino aquello que la teoría con la que *miramos* sostiene que son, o que desde nuestra perspectiva es lo que reconstruimos como elementos constitutivos de su existencia, a partir de un sujeto que interviene activamente en su apropiación (pág. 21).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

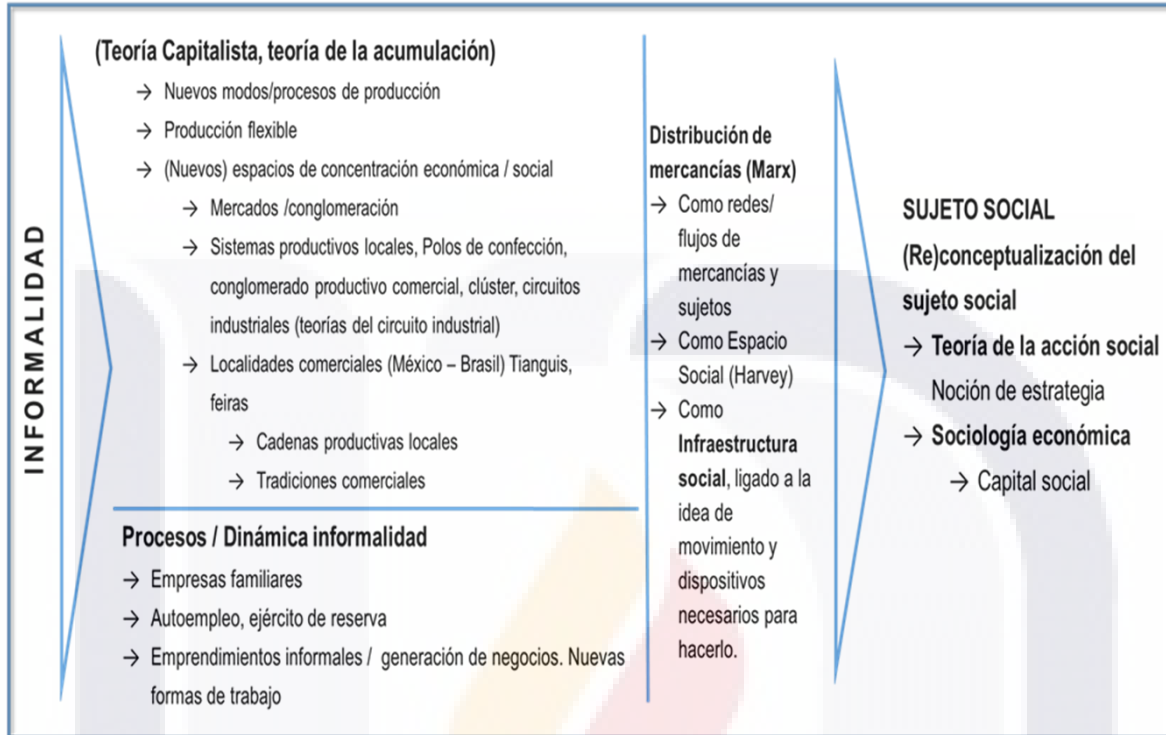
El papel de la relación de conocimiento es “trascender la percepción estrictamente teórica, de manera que pueda ser posible llegar a captar la situación del problema” y definir la posición del sujeto ante la realidad (Zemelman, 1996). Con la problematización se permite conocer y poder llegar a controlar los condicionamientos valóricos, teóricos y/o experienciales sometiéndolos a un proceso de interrogaciones que apunta a detectar las relaciones que establecer con la existencia del problema y las características que le son propias.

Tratándose de eventos sociales, es posible afirmar que la variación que de contexto en contexto manifiesta un fenómeno al de las mismas causas, es producto de la práctica de sujetos social e históricamente situados. Esto abre el camino a pensar la indeterminación como constitutiva de la práctica del sujeto. La propuesta de Zemelman es mostrar que es posible que el investigador se valga de herramientas conceptuales que le permitan lograr un enfoque más incluyente de las diversas dimensiones y características que estructuran la sociedad. De aquí que se enfatiza en este punto no realizar “recortes” orientados por problemas o hipótesis definidos desde los conceptos o teorías dominantes. Desde la mirada del autor, enriquecer el campo de observación antes de realizar cualquier corte es invaluable (Andrade y Bedacarratx, 2013).

Para determinar entonces un punto de articulación, Zemelman enfatiza que debe remitirse a un concepto ordenador que cumpla la función de relacionar los demás conceptos. Las distintas opciones de articulación permiten al investigador conformar un campo problemático (o campo de problemas) cuya posibilidad de ser investigados depende de opciones que un sujeto determinado decida llevar adelante. De esta forma, “la empiria es transformada en universos de observables articulados que en su conjunto, nos permiten configurar campos problemáticos” (Zemelman, 1992; pág. 152). La intención es propugnar un modo de enfrentar el problema desde una visión de totalidad como complejidad de articulaciones y determinaciones contextualizadas y respondiendo a características que son propias a los sujetos sociales allí ubicados. A partir de estos principios, ordenamos los conceptos que orientaban el trabajo de investigación. De esta manera, el

ordenamiento partió de la articulación sobre la informalidad como eje central de indagación (esquema 1).

Esquema 1. Ordenamiento de conceptos “eje” de análisis



Fuente: Elaboración a partir de la literatura revisada

En la reconstrucción articulada se mantiene presente que la concepción de la realidad como movimiento, conformada por momentos y niveles plantea la exigencia de pensar los fenómenos que interesan con la misma lógica, esto es, como producto de articulaciones de componentes provenientes de niveles diversos. Es llevar a otra articulación donde se puedan describir nuevas relaciones entre los conceptos para definir el espacio de posibilidades para la acción viable. El punto clave de esta propuesta es la de partir *desarticulando* conceptos como camino para concebir el movimiento en la búsqueda de “captar” el objeto en transformación, y en la que todavía hacía falta incorporar al sujeto. Este solo aparecía para utilizar la reconstrucción articulada en sus decisiones de acción, como a) agente cognoscente, donde los razonamientos cotidianos entran en la propia reconstrucción, o b) quedaba pendiente la inclusión del problema de los sujetos y sus subjetividades como sujetos transformadores que pueden o no,

incorporar las reconstrucciones teóricas de los científicos. Zemelman, profundizó en el segundo problema al dar particular importancia al problema del sujeto social. Las realidades siempre estarán sometidas a continuos e incesantes procesos de cambios, lo que conlleva a un reconocimiento de la naturaleza profundamente indeterminada de lo real. “La realidad como externalidad es siempre un dándose y el sujeto está siempre siendo” (Zemelman, 2007; pág. 9). El espacio de posibilidades para la acción viable de los agentes transformadores que se convierte en la manera en la que se construye el sujeto. La idea de fortalecer al hombre que se oculta detrás de los atributos del desarrollo civilizatorio cuidando de no reducirlo al cumplimiento de los papeles que ésta le impone. Desde esta perspectiva, la incorporación plena del sujeto en la metodología empieza por concebirlo precisamente como sujeto-objeto y dar cuenta de las objetivaciones que lo presionan, así como de sus capacidades de dar significados (De la Garza, 1994).

La idea de la reconstrucción articulada se apoya entonces en un uso crítico de la teoría y de los conceptos que esta contiene, siendo necesario abrirlos para allá de los límites de lo denotado. Este proceso de reconstrucción se realiza según la lógica parte-todo en ese momento, en cuanto es un fenómeno en un contexto de atravesamientos múltiples y donde simultáneamente se están sucediendo otros fenómenos. “Implica pensar en punto de inclusión de relaciones, más que en contenidos resultado de una relación de determinación” (Zemelman, 1992).

4.4. La metodología de la reconstrucción

Para De la Garza, este método no equivale al estructuralismo ni al determinismo, sino a la dialéctica que combina *estructura, subjetividad e interacción* (Alexander, 1988). Desde este enfoque, las estructuras no tienen por qué ser sistémicas, sino que pueden ser configuraciones que como las técnicas o conceptuales aceptan niveles diversos de claridad y relaciones duras o blandas en sus elementos. El autor, recalca la premisa bajo la cual no hay que olvidar que las estructuras tienen un contenido cultural y económicos, así como relaciones de poder (De la Garza, 1997). Ya que la configuración de relaciones sociales está impregnada de

significados (el significado como mediación entre estructura y acción), y estos tienen a su vez componente cognitivos, con predominio no absoluto de uno sobre los demás.

En la propuesta de la configuración, se logra incorporar al sujeto sin desvincularlo, aunque sea analíticamente de las estructuras. Plantea como problema captar el dinamismo como articulación. La teoría se transforma en conceptos ordenadores, cuya función es organizar “campos de observación” que constituyen el marco para construir objetos en su interior. La acumulación se produce en el contexto de la vigencia del *objeto construido*, porque se da mayor importancia a la forma de construir el objeto (Zemelman, 1994). Ahora el camino pareciera ir a la inversa. Transitar de la consideración del método como camino, y de la metodología, como conjunto de reglas para conocer el objeto, a un modo de razonamiento acerca de la realidad (Andrade y Bedacarratx, 2013). Una estrategia metodológica que se presenta eficaz para dar respuestas a ciertos fenómenos socioeconómicos como la informalidad, donde las metodologías estadísticas y economicistas no han podido abordarlo de forma holística ni realmente intrínseca. Poder observar la realidad en movimiento (de la cual partieron nuestros supuestos hipotéticos) en función precisamente del sujeto-objeto, de la no negación del concepto de estructura (el cual se reconoce) y del papel de los procesos de objetivación así con el debate de la idea de sistema.

El enunciado de configuración se vuelve el concepto central metodológicamente, que permite recuperar la preocupación de ver un parte de la realidad como ámbito de creación de sentido analizable a partir de la ciencia, con componentes objetivados y subjetivados. Se recupera entonces del marxismo clásico la idea de método de reconstrucción ante una realidad en movimiento y sujetos que ponen su impronta en los cambios, así como la ley de tendencia, de abstracciones y conceptos históricamente determinados (De la Garza, 2012). De la descripción articulada de Zemelman se toma la idea de desarticulación de conceptos de sus corpus teóricos y de búsqueda de nuevas articulaciones en relación con la empíria, pero se añade el problema de la relación sujeto-objeto

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

(traducida en estructura, subjetividad e interacción). Con el concepto de configuración, se utilizan formas de razonamiento diferentes tanto en la relación entre conceptos, como entre actores o entre códigos culturales. De esta forma, el trabajo a realizar por parte del investigador es tratar de agudizar su ingenio para no replicar simplemente la teoría, sino también problematizarla en sus potencialidades y limitaciones con el fin de conocer los determinantes de cada fenómeno en cada contexto y no forzar al fenómeno a caber en artefactos teóricos que no fueron propuesto a partir de su observación, sino de fenómenos que son nombrados del mismo modo pero que pueden obedecer a una configuración de elementos muy diferentes.

Entre concepto teórico y empíria los indicadores aparecen como conceptos de mediación. La relación indicador y dato puede recibir diversas formulaciones. Lo empírico, como dato empírico, no es solo lo externo, sino una forma de relación sujeto-objeto en donde lo observable tiene un papel importante. Para De la Garza, es importante señalar que el dato no es pura observación, sino observación-concepto (De la Garza, 1987). Sobre el dato desde esta posición, existen tres presiones a considerar; la que viene de los conceptos teóricos utilizados en la investigación, la descripción articulada de las configuraciones teóricas y la de los conceptos desarticulados, a lo que hay que sumar el dato de expresión de sujetos que es doblemente construido e interpretado por quien investiga y por quien proporciona la información. Así, el dato empírico no verifica los conceptos, sino que ayuda a reconstruirlos, a descubrir nuevas relaciones porque estas ya están en los propios datos como relaciones empíricas, pero que pueden ayudar a reconstrucciones no observacionales.

A diferencia del positivismo, donde no se plantea como problema la cuestión de la realidad en movimiento, en la perspectiva reconstructivista el pretender dar cuenta del movimiento plantea nuevos retos en el plano de lo empírico (De la Garza, 1987). De esta forma, el concepto de configuración propuesto por De la Garza, se asemejaría al de configuración de Elías (1995), pero se le utiliza en sentido “ampliado”, no solo en el de configuraciones de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

relaciones sociales en campos diversos, sino también de conceptos en la teoría; configuraciones de las relaciones entre estructuras, subjetividades e interacciones (noción a la que hace un enorme énfasis el autor) (De la Garza, 2000). Una propuesta metodológica de este nivel, no puede quedar reducida a un método de cómo se constituyen los sujetos sociales. Es un proceso más amplio que implica procesos de explicación y de construcción de espacio de posibilidades en el presente para la acción viable, el proceso reconstructivo de la teoría a partir de la definición de áreas de las relaciones sociales pertinentes al objeto de estudio, la selección posterior de conceptos ordenadores desarticulados de sus corpus teóricos, seguido de una primera descripción (también) desarticulada (con miras a descubrir nuevas relaciones entre conceptos ordenadores); después otra descripción articulada para consolidar los vínculos entre conceptos de diferentes áreas.

En resumen, el concepto de configuración entre conceptos referidos a las estructuras, objetividades y las interacciones, con sus relaciones duras o laxas, resulta de la traducción metodológica de la reconstrucción de la totalidad; totalidad de lo pertinente a la explicación del objeto (De la Garza, 2012). Así como en el planteamiento clásico marxista los conceptos epistemológicos centrales son el de movimiento, el de sujeto-objeto y el de reconstrucción de la totalidad concreta. En este método que proclama la construcción, "(...) investiguemos así, todos los pasos del proceso a fin de obtener una descripción en términos conceptuales de los procesos que conducen a los acontecimientos".

La propuesta antes descrita, lucha contra la herencia estructuralista tan de moda en los 70's. No hay que olvidar que el configuracionismo y el sujeto-objeto, cultura y subjetividad, se volvieron el eje central de la reflexión en ciencias sociales. Actualmente dentro de las discusiones de los círculos de las ciencias sociales es de vital importancia comprender es el punto de vista del actor, sean motivos (Garfinkel, 1967), o como negociación de significados (Van Dijk, 1997), por mencionar algunos. Los hombres crean realidades con sus interacciones cuya objetivación no es siempre consciente (De la Garza, 2012; pág. 245). Es el sujeto

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

quien toma en sus manos estas complejidades. La realidad no se agota en lo que de ella se enuncia en tal o cual teoría, o en todas ellas. Debido a lo anterior, se debería evitar que la relación teórica que establecemos con el fenómeno de estudio, se confunda con el fenómeno mismo (Andrade y Bedacarratx, 2013). Lo que la teoría sostiene no es la realidad, sino un esquema abstracto acerca de ella. Se asume a la realidad social como realidad en movimiento, mutando y reconfigurándose cada vez como totalización compleja de procesos y relaciones (Achilli, 2005). De esta forma, si se asume la idea de realidad como movimiento en permanente mutación, y a los fenómenos cuya apariencia apreciamos en primera instancia como producto de la articulación de distintos componentes, sería coherente entonces de que el conocimiento de tales fenómenos requiere que se “reconstruya articuladamente” en el pensamiento aquello que existe articulado en el dándose de su movimiento (Andrade y Bedacarratx, 2013; pág. 21). Uno de los problemas iniciales al establecer la ruta de elaboración del trabajo de investigación fue precisamente el comprender que el objeto de estudio, se encuentra subsumido en una considerable posibilidad de posturas teóricas, con la imposibilidad de ubicarlo en un supuesto específico. Seleccionamos de esta manera un conjunto de teorías que permitieron acercarnos al objeto de forma empírica, nos permitió construirlo, sin perder de vista que debe ser parte de una relación de conocimiento que muestre y/o refleje la realidad como un campo de posibilidades, planteando sus exigencias propias de tiempo y espacio que no siempre fueron coincidentes.

Partimos entonces de denominar un “problema-eje” (Zemelman, 1996) para el trabajo de investigación, con la finalidad de definir los observables de la exploración. Con el propósito de transformar el conjunto de relaciones posibles contenida en este problema, en un recorte de la realidad y que cumplan la función de ser observables empíricos articulables. El trabajo de investigación implicó, además, un trabajo de dialogo constante con diferentes teorías propuestas buscando problematizar de forma eficiente. Para tal efecto, el enfoque asumido partió del supuesto de “seguir empíricamente a los sujetos”. *Transitar* con ellos, con importantes momentos de reflexión con aquello que se ha ido observando empíricamente, con su complejidad y amplitud de significados.

4.5. La herramienta: la Etnografía multisituada

La herramienta que se planteó para efectos de este trabajo de investigación en un primer tiempo fue la etnografía. No obstante, durante el transcurso del trabajo de campo, y al tratar de aplicar esta herramienta metodológica, constantemente salían a flote ciertas dudas sobre si la sola etnografía sería suficiente para entender las relaciones y conexiones de nuestro universo observable. La etnografía como estrategia empírica de investigación, aunque permite observar las acciones y comportamientos de los sujetos y la manera en como estos llegan a interpretar sus acciones y discursos, quedaba algo sin conectar: ¿Cómo acercarse de manera más “próxima” a las vivencias y experiencias de los comerciantes que recorren largos caminos en extenuantes jornadas para movilizar sus mercancías? ¿Cómo acercarse a los sujetos? En este punto, la etnografía multi-situada fue la respuesta.

En 1995, el antropólogo George Marcus publicó un artículo en el que se argumenta el surgimiento de la “multi-sited ethnography”⁵⁹, como una propuesta para describir etnográficamente los procesos socioculturales y el sistema político económico que se desarrollan más allá de los límites locales, regionales y nacionales. En contraste con el modo clásico de hacer trabajo de campo (caracterizado por la residencia prolongada en un lugar), la propuesta de Marcus está basada principalmente en que el investigador mismo se mueva de un lugar a otro siguiendo a su objeto de estudio, con la finalidad de trazar vínculos extendidos, conexiones y relaciones que se dan entre dos o más lugares, así como de explorar lo “ancho” de los procesos socioculturales y las relaciones sociales que se construyen y desarrollan entre dos lugares; empero, para lograr acercarse holísticamente para el autor, no es suficiente simplemente recorrer varios lugares físicamente. El uso de la etnografía como herramienta permitió generar una conversación sobre y para la sociedad. Descubrir lo que la gente hace, piensa y quiere a través de tratar de responder la pregunta ¿Cómo

⁵⁹ En 2001, en un artículo publicado por el mismo Marcus la traducción de este concepto sufrió algunas modificaciones, llegándolo a conocer en ciertos círculos como “etnografía multilocal” o “etnografía multisituada”.

experimentan los sujetos la vida económica? (Alba-Vega, Lins-Ribeiro, y Mathews, 2015). La observación participante permite observar sistemáticamente y controladamente aquello que acontece en torno al investigador y participar, tomando parte en actividades que realizan los miembros de la población en estudio (Guber, 2004). Tiene por objetivo detectar los contextos y situaciones en los cuales se expresan y generan los universos culturales y sociales. El investigador describe y analiza los hechos que observa en el campo mediante las herramientas metodológicas, categorías y conceptos significativos y apropiados para su investigación. No hay que dejar de lado que describir los lugares y acercarse de manera real a las comunidades, siempre ha sido la meta de la antropología.

A pesar de las preferencias de metodologías de corte más positivista, la etnografía es de suma utilidad para investigaciones de carácter socioeconómico. La tendencia se orienta hacia la búsqueda de información más *próxima* a la realidad y al fenómeno estudiado, aunque bien puede fortalecerse por con el uso de cifras económicas y estadísticas, al final estas últimas no muestran del todo el escenario real. El potencial del método etnográfico, radica en su capacidad de percibir lo que acontece en las microrealidades. En el caso particular de nuestra investigación, buscamos hacer del viaje y recorridos, un lugar a ser observado. Más que solo prestar atención en el movimiento hacia un lugar específico, observamos también a los sujetos que se desplazan en lugares y momentos específicos dentro de estas dinámicas.

Durante el surgimiento de fenómenos socioeconómicos tales como la circulación constante e intensa de personas, objetos, dinero e información más allá de las fronteras, conectando lo local con lo global, se planteó el reto de entender y explicar nuevas realidades sociales en un mundo interconectado. De las varias propuestas, fue precisamente la propuesta de Marcus la que permitió repensar el método de investigación etnográfica y diseñar el trabajo de campo, con la principal finalidad de aproximarse al sujeto de estudio que vive dentro del sistema político económico que excede el contexto local. Con esto en mente,

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Marcus (2001) básicamente propuso una estrategia basada en seguir a la gente, pero no solo eso, sino además estableció las bases teórico - metodológicas para seguir objetos, seguir historias de vida, seguir metáforas, seguir conflictos y seguir objetos (Appadurai, 1990), moviéndose entre múltiples lugares. Esto permite al investigador descubrir las rutas de conexiones y asociaciones entre varios lugares y descubrir desde la propia etnografía, el contexto económico y político más amplio (Hirai, 2009).

La denominada “otra” modalidad de investigación etnográfica, se incorpora conscientemente en lo que se denomina “sistema mundo”, que sale de los lugares y situaciones locales de la investigación etnográfica convencional al examinar la circulación de significados, objetos e identidades culturales en un tiempo-espacio difuso (Marcus, 2001). La importancia de este tipo de propuesta, es que define para sí un objeto de estudio que no puede ser abordado etnográficamente si se permanece centrado en una sola localidad intensamente investigada. Lo importante son las conexiones. Del mismo modo en que esta modalidad investiga y construye etnográficamente los mundos de vida de varios sujetos situados, también construye etnográficamente aspectos del sistema en sí mismo, a través de conexiones y asociaciones que aparecen sugeridas en las localidades. Seguir empíricamente el hilo conductor de procesos culturales nos lleva a la etnografía multilocal.

Constan afirmaciones que establecen qué desde el corazón de la economía neoclásica, existen dificultades para lograr una comprensión sistémica de la economía política contemporánea. Para quienes en diferentes disciplinas se encontraban interesados en colocar los diferentes tipos de investigación en el desarrollo de las nuevas estructuraciones y estructuras económicas (y en las cuales las narrativas históricas del pasado no eran ya completamente adecuadas), la firmeza del marco conceptual sobre el sistema mundo fue remplazada por varias descripciones sobre la disolución y la fragmentación, así como por los nuevos procesos como el posfordismo, la compresión del tiempo y el espacio (Harvey, 1998), la especialización flexible, el fin del capitalismo organizado (Lash y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Urry, 1987) y la globalización (Featherstone, 1990). Existe una tendencia a desarrollar trabajos sobre los cambios globales de la economía política como posible contexto para estudios unilocales, o bien para buscar un ruta abierta y especulativa para construir sujetos al tiempo que se elaboran los contextos discontinuos en los cuales actúan y se actúa sobre ellos. El aporte de la etnografía dentro del alcance de lo local, es descubrir originales rutas de conexión y asociación a través de las cual sería el interés etnográfico tradicional relacionado en otros momentos con la agencia, los símbolos y las prácticas cotidianas pueda seguirse expresando, pero ahora, con una configuración espacial diferente.

Las etnografías multilocales definen sus objetos de estudio partiendo de diferentes modalidades o técnicas. Estas pueden entenderse como prácticas de construcción a través del movimiento y rastreo en diferentes escenarios de un complejo fenómeno cultural dado, que resulta ser contingente y maleable al momento de rastrearla. Para tal efecto se pueden seguir a las personas, seguir metáforas, seguir la historia (trama o alegoría), seguir biografías, seguir conflictos y seguir objetos, que tal vez sea el acercamiento más común al estudio etnográfico de procesos en el sistema mundo capitalista⁶⁰. Aún y cuando su utilización todavía se encuentra en discusión en algunos círculos científicos, sin duda abre las puertas hacia nuevas investigaciones que permiten aplicarla de manera novedosa. No hay que perder de vista que la etnografía de una formación cultural en el sistema mundo es también una etnografía del sistema. Marcus (2001) defiende el uso y evolución de la etnografía tradicional hacia su utilización en un contexto multilocal. En cierto momento, denomina a los investigadores sociales como activistas circunstanciales, sujetos que se mueven en varios lugares de actividad. Salva para los etnógrafos involucrados en la investigación multilocal, un vínculo esencial con la práctica tradicional de la observación participante y con la etnografía unilocal, el mapeo itinerante de nuevos mundos.

⁶⁰ Que puede compararse a lo propuesto por Wallerstein (1991) en su concepto de cadena de bienes.

4.6. Comentarios al capítulo

Principalmente la etnografía multisituada ha sido utilizada para revisar conexiones globales, en estudios de migración y en menor medida, para revisar conexiones locales. Como estrategia de trabajo, el utilizar esta herramienta en este proyecto de investigación desde una perspectiva planteada a partir de la metodología de la reconstrucción permitió conocer más profundamente y de forma más “cercana”, las movilidades, conexiones y sujetos de estudio. Sin duda, el viajar y vivir con ellos la experiencia y vicisitudes que padecen en sus jornadas, reveló datos que, con el uso de una etnografía simple o la aplicación de un cuestionario, no podrían permitir observar de forma holística, las estructuras e interacciones que permiten que este tipo de alternativas sean desarrolladas. Para Olivier (2015: 57), la etnografía es un método válido como cualquier otro similar. Es una herramienta u estrategia complementaria necesaria al momento de aplicar a la difícil tarea de hacerse una idea precisa de las actividades comerciales a lo largo de una ruta. Generalmente, es difícil contar con datos estadísticos en este tipo de investigaciones, dado que es extremadamente difícil recolectarlos.

Con este paquete teórico y metodológico bajo nuestros hombros recorrimos rutas, tiempos y experiencias, junto con los comerciantes mientras realizaban las compras de mercancías, lograban acuerdos, establecían lazos comerciales y despliegan toda la logística necesaria para lograr llevar cientos de toneladas de mercancías a su destino final (que en muchas ocasiones pudiéramos caracterizar como “precaria”). Cada uno de estos sitios tiene sus particularidades y diferencias. De esta forma, fuimos testigos de las vicisitudes y problemas que se suceden para lograr encaminar grandes cantidades de productos por las carreteras del centro-occidente del país. Por más de un año se tuvo la oportunidad de ahondar en diferentes miradas, más profundas, de lo que representa gran parte del comercio en México. Esta actividad, representa altos beneficios para sus integrantes y es en gran medida, uno de los ejes modulares del crecimiento económico en México. Sin embargo, para quienes la ejercen es una forma y estilo de vida. Una estructura social desarrollada para hacer del comercio su razón de ser y existir.

Capítulo 5.

El capitalismo y sus tendencias

5.1. Introducción

“Dicen que las mercancías “chinas” son malas, pero es lo que se vende. Y si se vende, yo vengo por más y me va mucho mejor. Ve, es la tercera vez en el mes que vengo a comprar estas sudaderas y siempre se me acaban. Y es que la gente ahorita prefiere comprar barato que calidad, y yo, pues le doy al cliente lo que pida”.

Jesús (52 años), comerciante

En la actualidad podemos presenciar formas de emprendimiento económico cuyas combinaciones (sociales y económicas), tornan difícil encontrar una clasificación que permita entender su desarrollo y funcionamiento. De tal manera, nos encontramos ante la necesidad de comprender la forma en que el capitalismo ha mudado hacia nuevas configuraciones, hacia nuevas formas que movilizan lo económico y permean en lo social. Se abren así nuevas interpretaciones sobre las formas capitalistas de reproducción, sus alcances, limitaciones y predominio, sobre todo en una sociedad influenciada por la ideología económica de la gran empresa y del consumo acelerado.

El esquema empresarial en México, se encuentra influenciado por la transformación de los modelos empresariales tradicionales, la reestructuración de la economía y la implementación de políticas neoliberales, que han propiciado la generación de emprendimientos en condiciones precarias y de informalidad, que tienden a reproducirse y a evolucionar. El debate sobre la sostenibilidad de los modelos económicos, surge en el momento en que la economía se encuentra fuertemente influenciada por la globalización, la competencia financiera y la apertura de nuevos mercados, que generan nuevas experiencias en los ámbitos de la organización industrial y en la vida política, que impactan en los procesos sociales. Bajo el neoliberalismo y en nombre de la productividad, competitividad y rentabilidad de las empresas y la economía subordinada a la mundialización

capitalista, la inevitable reducción de costos de producción ha descansado principalmente en los hombros de la clase trabajadora -desmantelando los derechos de los asalariados- y en la proliferación de todo tipo de actividades que se desarrollan dentro de la informalidad, en una tendencia global que lleva a la desvalorización del trabajo asalariado y justo. Para Castel (1998) este tipo de esquemas dan como resultado una nueva “vulnerabilidad de masas”, que origina una “nueva cuestión social”, de la cual todavía queda mucho por analizar.

En la actualidad las sociedades se encuentran capturadas completamente por las dinámicas capitalistas. El capitalismo es un “proceso” que nunca se consume totalmente, y dentro del cual todo se encuentra subsumido, absorbido por un proceso de funcionalización de la dinámica “propia de capitalismo”, que sin embargo no percibe la dimensión de sus dinámicas sociales en su total amplitud. En esta relación, el capitalismo ha sabido aprovecharse de los procesos mercantilizadores para su beneficio. Ha demostrado ser capaz de convertir las diversas actividades no mercantiles y ponerlas bajo las dinámicas puramente mercantilistas de acumulación de capital, en procesos que tienden a invisibilizar a los sujetos sociales, quienes se encuentran inmersos en condiciones que los confrontan en una condición de “lucha” constante por la subsistencia y la reproducción económica.

5.2. El capitalismo hegemónico

Son muchos los autores y perspectivas que se han utilizado para entender las formas en que el capitalismo se ha sostenido y desarrollado, buscando cuales son las estructuras que se encuentran subyacentes a los procesos derivados de sus mudanzas históricas. De ninguna manera, el desarrollo capitalista ha correspondido a dinámicas lineales o predecibles. Ha demostrado ser robusto y flexible. El capital se adapta a sus propias críticas, las usa e incorpora una parte. El modo capitalista de producción es visto como un todo complejo, desigual, contradictorio y dinámico, una totalidad abierta o propiamente histórica. Se encuentra siempre en movimiento, en el sentido en que se transforma o expande, entra en crisis y retoma su expansión, de manera errática pero progresiva, con

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

frecuencia inexorable (Ianni, 2014: 114). Durante los años 70's las posturas para explicar el desarrollo capitalista se marcaron por la inclusión de interpretaciones críticas sobre el desarrollo de la producción, así como sus interrelaciones con el mercado de trabajo. Algunas corrientes teóricas refutaban la hipótesis de homogeneidad, de la libre opción y los mecanismos de mercados como condiciones para explicar la dinámica del mercado de trabajo de los países capitalistas avanzados (Cacciomali, 1982).

David Harvey (1998), realiza un intenso ensayo en el que argumenta como el "régimen de acumulación" describe la estabilización del sistema capitalista (lo que implica cierta correspondencia entre la transformación de producción y las condiciones de reproducción). Para él, existe un "sistema" que asegura la unidad del proceso de acumulación, es decir la conveniente consistencia de los comportamientos individuales respecto al esquema de reproducción. La aceptación y homologación de un conjunto de reglas y procesos sociales interiorizados que denomina como "modo de regulación", el cual es asimilado y apropiado por los integrantes del sistema. Lo describe como una fuente de oportunismo y de egoísmo, que favorece intereses particulares, así como destruye lazos sociales y de solidaridad comunitaria, estableciendo desigualdades sociales.

Existen en este modo de regulación, complejas interrelaciones, hábitos, prácticas políticas, formas culturales y cierto grado de acción colectiva que permiten que un sistema capitalista adquiera la apariencia de orden y suficiencia para funcionar en forma coherente (Harvey, 1998). La idea de colectividad es compartida por Bolstanki y Chiapello (2002), quienes aseguran que si el capitalismo ha logrado sobrevivir, se debe a que ha podido apoyarse en cierto número de representaciones y de justificaciones compartidas que han hecho de él un orden aceptable e incluso, deseable. Una crítica recurrente al capitalismo desde una postura sociológica y marxista.

Estas reflexiones teóricas tratan de entender las condiciones bajo las cuales el capitalismo ha mantenido su hegemonía. No obstante, existen otras posturas que buscan entender las formas en que los sistemas capitalistas han evolucionado

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

y se han desarrollado. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se había afianzado en la tesis de la existencia de un sector atrasado como “obstáculo al desarrollo” y en oposición a un sector moderno. Esta postura fue afianzada por diversas críticas tanto a favor como en contra⁶¹. Sintetizando la tesis defendida por Francisco de Oliveira (2003), fue precisamente la condición de la *no* superación de la problemática específicamente agraria (atrasada), lo que “permitió” la mantención de la fuerza de trabajo a niveles reducidísimos, circunstancia que permitió una acumulación de capital y un incremento industrial con mayor intensidad y viabilidad, mostrando que ambos términos estaban constitutivamente imbricados. En palabras del autor: “Sostuve, entonces, que la agricultura atrasada financiaba la agricultura moderna y la industrialización”. De acuerdo con Oliveira, la predominancia de mecanismos de atraso en el sistema agrícola brasileño proveyó para los centros urbanos industrializados un “enorme contingente de mano de obra” y una amplia “expansión del ejército industrial de reserva”. La idea anterior contrapone la condición dualista de marginalidad que dota las categorías de moderno-atrasado que por bastante tiempo había determinado el camino teórico para entender el capitalismo y su expansión.

En consideración a la idea de marginalidad como condición presente, Lucio Kvarick (1981), articula su teoría sobre la condición de “marginalidad” capitalista en la teoría de la dependencia. Si el propio capitalismo crea formas de inserción marginal, la situación de dependencia puede en su carácter ayudar a las contradicciones en su proceso productivo. De esta forma, la trama de las determinaciones de los procesos económicos, constituyen las variables causales esenciales para la comprensión de la misma en el plano de consumo. Para él, la cuestión de la marginalidad será sistematizada a partir de sus procesos macro-estructurales, siendo caracterizada en cuanto al modo de inserción en las estructuras de producción. La condición de marginalidad vendría siendo un elemento que se encuentra presente dentro de algunos sistemas capitalistas, como una contradicción que contribuye en su desarrollo y permanencia.

⁶¹ El referencial dualista fue apropiado tanto por interpretaciones teóricas tan distintas como marxistas (económicas y sociológicas), weberianas, neoclásicas y/o keynesianas.

El capitalismo hegemónico que se encuentra presente en la mayoría de los sistemas económicos actuales. Ha logrado expandirse de forma continua por todo el mundo (Ianni, 2014). Immanuel Wallerstein lo denomina “economía-mundo” y se encuentra constituida por una red de procesos productivos intervencionales, que se pueden denominar “cadenas de mercancías”, que significa que para cualquier proceso de producción en cadena hay un cierto número de vínculos hacia adelante y hacia atrás. Queda clara la postura: en esta cadena de mercancías, articulada por los lazos que se cruzan, la producción está basada en el principio de maximización de la acumulación de capital. Esta economía-mundo no solo es económica, sino también social, política y cultural que trasciende todo lo que es local, nacional y regional (2014). En otras palabras, si el capital se mueve, es porque existe toda una red, una infraestructura diseñada para este propósito. Para Gereffi (2001), el marco de las cadenas productivas nos puede proporcionar un conjunto de herramientas para entender la importancia del posicionamiento estratégico de las empresas y de las naciones dentro de un esquema globalizado, pero además la forma en cómo pueden formar la economía mundial, los factores institucionales y regulatorios para el mantenimiento del capital. El sostenimiento de la competitividad dentro de la economía mundial implica saber adaptarse a los cambios. Esto implica la construcción y coordinación de redes con diferentes tipos de recursos tangibles e intangibles que a su vez permitirán crear nuevas ventajas competitivas tanto nacionales como regionales (pág. 33).

Para que el capitalismo pueda continuar sus ciclos ha establecido un proceso de “funcionalización” de sus dinámicas propias. De esta forma, para que se movilice el capital, este requiere de mercantilizar, de transformar las actividades no mercantiles al ciclo de oferta y demanda. No obstante, este tipo de procesos siempre se encuentran en medio de una “lucha social” por parte de sus integrantes. Los sistemas capitalistas han creado procesos diferenciadores. En la actualidad, somos una sociedad completamente capturada por la dinámica del capital. El capitalismo se ha sustentado, ha sobrevivido y ha mutado dentro de sus mismas condiciones y deficiencias, creando una respuesta en cada condición adversa que se presenta dentro del mismo. Estamos lidiando con un nivel de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

incautación más general de modernización del capitalismo, que permite evidenciar movimientos más amplios y complejos. Si partimos de esta idea, podemos comprender el núcleo interno del proceso socio-histórico del capitalismo donde el movimiento del capital, del valor que se auto-expande, es un proceso contradictorio, que tiende a incrementar el conjunto de innovaciones sociales, políticas, tecnológicas y culturales. Su desarrollo se encuentra inmerso en un proceso de múltiples contradicciones entre los que poseen el capital, capitalistas y trabajadores asalariados (Alves, 1999).

5.3. De la producción en masa a la flexibilidad productiva

Las crisis han sido esenciales para la reproducción del capitalismo. En estas, sus desequilibrios son confrontados, remodelados y reorganizados para crear una nueva versión. Para Cacciomali (1982), las formas que denomina “no típicamente capitalistas”, no deberían ser consideradas como resquicio o resultado del pasado, sino más como formas originadas por su propio padrón de crecimiento económico en desarrollo, y de las articulaciones que, por el avance del capital, estaban siendo generadas entre (e intra) las relaciones de producción. En la evolución del capitalismo, el sistema fordista es visto como un punto de inflexión, de crisis, como una ruptura histórica, un antes y después de la vida económica y social del hombre. El origen del trabajo informal sería el resultado de la continua migración desencadenada principalmente después de la Segunda Guerra Mundial, en un contexto de industrialización tardía y como una formación socio-histórica singular (Véras de Oliveira, Gomes, y Targuino, 2011).

Los principales postulados teóricos del fordismo dieron empuje a los intentos por hacer más eficiente y eficaz el sistema industrial. Bajo sus postulados, la súper-especialización de la mano de obra, y la consecuente producción masiva de productos, fueron las formas de producción que predominaron por bastante tiempo. La forma en que se desarrolló y asume su posición hegemónica en las principales economías, es parte de una larga y complicada historia que se extiende por más de medio siglo (Harvey, 1998). La producción en masa - característica de este esquema- significa la obtención de un sistema de

uniformidad del producto que se suma a su consumo masivo, a la búsqueda de una nueva estética (ídem, pág. 159). De esta forma el fordismo de la posguerra puede considerarse menos como un simple sistema de producción en masa y más como una forma de vida total. No obstante, de su presencia en prácticamente todos los sistemas económicos, la crisis fordista no puede ser considerada como un proceso homogéneo, de forma tal que no se sucedió de la misma forma en todos los países, lugares y/o sectores de actividad. Tomemos por ejemplo el hecho de que, en pleno auge y cúspide del capitalismo en Estados Unidos, en el cual se requería de una mayor disposición de recursos, el sistema fordista logro reducir considerablemente el jornal de trabajo. La transformación histórica iniciada por el fordismo tiene como consecuencia una especie de revolución del mundo manifestado en un imparable cambio en los modos de producción que generan como consecuencia nuevas formas de consumo. Esto inevitablemente incide en la forma en que las economías se desarrollan.

Harvey, denomina “acumulación flexible” a la confrontación directa con las rigideces del sistema fordista. Apela a la flexibilidad con relación a los procesos laborales, los mercados de mano de obra, los productos y las pautas del consumo, y se caracteriza por la emergencia de sectores totalmente nuevos de producción, nuevos mercados, así como de niveles intensos de innovación comercial, tecnológica y organizativa. Este esquema de “flexibilidad”, tiene como consecuencia una serie de movilizaciones laborales caracterizadas por la urgencia y multiplicación es los esquemas de subcontratación, la expansión de sistemas de trabajo doméstico, patriarcales y artesanales, con la característica de que ahora se han convertido en piezas centrales y no solo como parte de la estructura del sistema de producción (Harvey, 1998: 176). Aun sin ser un proceso lineal, pasar del fordismo a la producción flexible ha permitido acelerar el ritmo productivo, lo que permite explorar nuevos mercados y nuevas formas de comercialización, con consecuencias no percibidas, o comprendidas con toda amplitud.

Existen tres posturas importantes en relación al esquema de producción flexible. Piore y Sabel (1986), sostienen que las nuevas tecnologías plantean la

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

posibilidad de reconstruir las relaciones laborales y los sistemas de producción sobre bases sociales, económicas y geográficas totalmente diferentes. Se habla de la “Tercera Italia”⁶² como ejemplo de estas nuevas formas de organización cooperativa de trabajadores que, provistas de las nuevas tecnologías descentralizadas de dirección y control, pueden integrar -y hasta subvertir- las formas dominantes y represivas de la organización del trabajo características del capital corporativo y multinacional. Los autores comparten la sensación de que estamos frente a una especie de “segunda división industrial”, y que las nuevas formas de organización del trabajo y los nuevos principios de localización están cambiando la cara del capitalismo de fines del siglo XX. El renacimiento del interés en el papel de la pequeña empresa, el redescubrimiento de los talleres donde se explota a los trabajadores y de actividades informales, y el reconocimiento de que esto desempeña un papel importante en el desarrollo económico actual, pareciera sostener esta perspectiva.

Existe una segunda posición que considera que la idea de la flexibilidad constituye una noción poderosa que legitima un conjunto de prácticas políticas (reaccionarias y anti-obreras), como una condición que promueve la idea de inhibir los movimientos sindicales. Para el autor, su efecto es modificar el control sobre la mano de obra y el empleo. El argumento de que se corre el riesgo de exagerar la significación de las tendencias hacia una mayor flexibilización y movilidad geográfica, distrayendo de advertir la fortaleza que aún poseen los sistemas de producción implantados por el fordismo, merece especial mención. Las consecuencias ideológicas y políticas de la exagerada acentuación de la flexibilidad, en el sentido estrecho de la técnica de producción y de las relaciones laborales, son lo suficientemente serias como para hacer cuidadosas y sobrias evaluaciones sobre la medida del imperativo de la flexibilidad. Para Harvey no

⁶² Un grupo de expertos italianos investigó en una región italiana a la que se le llamó “La Tercera Italia”, partiendo de la idea de que el crecimiento de las regiones se debe a la existencia de ciertas condiciones internas que favorecen la producción. La región agrupó a ciudades y regiones de gran éxito, para lo que usaron el concepto de “Distrito Industrial”, nombre que Alfred Marshall había usado en 1909 al publicar sus estudios referidos a dos ciudades industriales inglesas: Lancashire y Sheffield (Helmsing, 1999).

obstante, es igualmente peligroso pretender que nada ha cambiado cuando la desindustrialización y la relocalización de las plantas es una realidad, las prácticas de personal y los mercados de trabajo son más flexibles, y la automatización e innovación de toda una serie de productos, son evidentes para la mayor parte de los trabajadores.

Una tercera posición se encuentra entre ambos extremos. La acumulación flexible debe ser vista como una combinación específica de elementos fundamentalmente antiguos dentro de la lógica general de acumulación de capital y como una respuesta tradicional a las crisis. Las tecnologías y formas organizativas de la flexibilización aún no son hegemónicas en todas partes. La actual coyuntura se caracteriza por una combinación entre la producción fordista altamente eficiente y la existencia de sistemas de producción más tradicionales, que encarnan y enlazan mecanismos muy diferentes de control sobre la mano de obra, como los sistemas de producción patriarcales, la mayoría de los cuales trabaja dentro de la informalidad. Sin dejar de percibir, las ventajas competitivas bajo las cuales, por ejemplo, los sistemas de producción trabajan dentro de la influencia de un polo o espacio industrial.

Históricamente el capitalismo tuvo un fuerte empuje gracias al fordismo. Actualmente se encuentra dentro de lo que puede considerarse como una “nueva etapa”: la era de la flexibilización. De ahí la importancia de entender cuáles son los mecanismos que el capitalismo moviliza para flexibilizar, recreando formas periféricas de la organización productiva, nuevas formas de trabajo, incorporando y heterogeneizando las relaciones laborales, considerando además el proceso histórico que le ha dado origen. En ella se combinan formas de producción así como diversas estrategias socioeconómicas de procesos productivos y comerciales que no fueron capturados por la dinámica “estricta” de acumulación de capital. De esta manera la acumulación y producción flexibles, se encuentran relacionadas con la capacidad de adaptación a los cambios de acuerdo a las circunstancias socioeconómicas. Estas condiciones nos permiten interligar nuevos

significados, identificar nuevas categorías en su coyuntura o relación con la informalidad.

Lo que David Harvey (2012) define entonces como acumulación flexible presenta diversas connotaciones que van más allá del mero proceso de producción y acumulación. Se relaciona con fenómenos más amplios que incluyen las dimensiones de tiempo y espacio. En esa categoría Piore y Sabel (1986) contribuyen en su esfuerzo por definir teóricamente los espacios que se han generado en ciertas condiciones de producción. Los polos o espacios productivos descritos en sus estudios constituyen ciertas ventajas: la especialización, la externalización de los costos, el elemento empresarial, la apreciación del papel empresarial del dueño del negocio empresario, el agente activo.

Tanto la acumulación flexible como idea de una segunda revolución industrial, son fenómenos que por sí solos no alcanzan a definir las condiciones de las que surge la informalidad. Está claro que ambas vías, son dos formas diferentes de organización de la reestructuración productiva que permite una mayor acumulación de capital. Entender la informalidad nos obliga a repensar ambas categorías. Cuando se piensa en este fenómeno, es inevitable relacionar ambas perspectivas en su desarrollo histórico.

5.4. El camino de la “nueva informalidad”

Por algunos años, diversos autores han contribuido en diversas posturas y discusiones científicas tratando de explicar la informalidad. La creencia de que la informalidad sería superada por el desarrollo capitalista, fue una postura que ha demostrado no ser del todo acertada. David Hart logra anticipar en sus estudios varias cuestiones que daría pie a múltiples debates a lo largo de las décadas siguientes: la compleja relación entre informalidad y pobreza; la inexistencia de una completa identificación entre actividades informales y baja productividad, así como el potencial del sector informal en términos de su capacidad de generación

de empleos (Barbosa, 2011)⁶³. El capitalismo mantiene su inexorable desarrollo, mientras que la informalidad sin verse disminuida, continúa con su expansión y evolución. Pero, ¿Qué significa hoy el trabajo informal? ¿Existe una nueva y una vieja informalidad? ¿Lo informal es una nueva forma social de capitalismo desregulado y/o financiado? David Harvey contribuye al debate al preguntar: ¿Cuál es la relación entre los sectores formal e informal en la economía urbana? ¿Cuáles son las semejanzas y diferencias de lo informal en países desarrollados y subdesarrollados? Su postura no tiene como eje central el discutir la informalidad, más que como consecuencia de una serie de cambios estructurales.

En sus inicios, el concepto de informalidad partió de todo del debate en torno a la marginalidad. Existen, sin embargo, tres enfoques principales bajo las cuales se pueden aglutinar las posturas de estudios sobre la informalidad. La primera es denominada como “Vieja informalidad” que predominó en los años 60’s y 70’s con una perspectiva, periférica, residual, marginal. Con un punto de vista exclusivamente económico, considera el trabajo “informal” como “subempleo”, y como resultado de la condición de desarrollo del país. La segunda postura surgió en los años 80’s y se denominó “Informalidad neoclásica”, la cual propone que el trabajo informal es una consecuencia natural de las estrategias empresariales de competitividad internacional. Una tercera aparece en los albores de los años 90’s. Denominada “nueva informalidad” o también, “informalidad pos-fordista” o “informalidad de la globalización”, resultado de las nuevas relaciones de formas de gestión del trabajo, que niegan el carácter fijo de tiempo y de localización de trabajo (Veras de Oliveira, 2011). Esta nueva informalidad se sucede en el centro, pero no sólo en el centro de la economía mundial, sino en el centro más dinámico de las economías periféricas, es decir, una empresa que se reestructura, comienza a recomponerse utilizando formas de tercerización, de subcontratación que implica informalización; así la informalidad para ser el resultado de una dinámica capitalista a diferencia de antaño, que era el resultado de la *falta* de una dinámica propiamente capitalista. Esta nueva informalidad identifica un conjunto

⁶³ Todavía se cuestiona en qué medida el “sector” informal debería ser visto como problema en sí, o sea, como un trazo negativo de los países subdesarrollados.

de transformaciones que justifican la necesidad de repensarla teóricamente (Pérez-Sáinz, 1995).

Es difícil encontrar un consenso al desarrollar un concepto común sobre la informalidad, debido a que su carácter es polisémico. Esta dificultad teórica es compartida por algunos investigadores como Machado da Silva (2003), quien admite el carácter ambiguo del término en cuanto a las dificultades de trazar un perfil de la informalidad en países como Brasil. A esto habrá que sumarle que desde un punto de vista conceptual, la noción de informalidad es bastante débil (Salas, 2006).

El término “informalidad” no puede ser utilizado de forma generalizada, como si fuera un fenómeno lineal, homogéneo, ya que ocurre lo contrario. En sus inicios, se deriva de las posiciones desarrolladas por la Organización del Trabajo (OIT) en los inicios de los años 70’s, que denomina como “sector informal” a ese excedente ocupacional y la incapacidad de los sectores modernos de absorber adecuadamente los flujos migratorios. En su carácter ambiguo y dualista, y la incapacidad de considerar la heterogeneidad del concepto, fue formulada una comprensión de la informalidad como el conjunto de actividades no-típicamente capitalistas (que no están orientadas por el lucro, no basadas en clara distinción entre capital y trabajo, así como la alta presencia de trabajo familiar). Posteriormente, admite una relación de tipo más dinámica con el sector formal, más subordinado a un proceso de acumulación capitalista al aparecer la figura de trabajo autónomo, trabajador por cuenta propia, auto-empleo, producción familiar, etc. (Veras de Oliveira, 2011).

En la evolución del término aparece la idea de informalidad unida a la noción de “ilegalidad”, identificándose como economía subterránea, no registrada, la cual incluye al contingente de trabajadores contratados ilegalmente. Se buscaba analizar el significado de ese conjunto de inserciones productivas y sociales marcadas por la heterogeneidad, las cuales terminaría por generar nuevos padrones de funcionamiento en estos mercados de trabajo sui generis (Barbosa, 2011). En esta trayectoria, los impactos de la flexibilización de las relaciones de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

trabajo –principalmente en países periféricos- agravaron un esquema marcado por la precariedad que profundiza lo que consideramos anteriormente como la nueva informalidad. De esta forma, el peso de la informalidad en el conjunto de las actividades económicas difiere conforme al concepto usado, enfocado en dimensiones diversas de mercado de trabajo y tipos diversos de categorías ocupacionales. A través de su desarrollo histórico, queda en evidencia que no se puede hablar de la existencia de un solo tipo de formalidad. Esta se genera en condiciones diferentes y bajo circunstancias socioeconómicas particulares.

En los vacíos generados por el uso generalizado del concepto, las nociones de empresarialidad y emprendurismo estarían ubicando a los no-asalariados en un encuadre positivo, como una especie de compensación a declinar en el empleo formal (Veras de Oliveira, 2011: 208). La informalidad ha ganado otros sentidos en los últimos tiempos, también en los países en desarrollo como resultado de la condición de flexibilización. Como fenómeno económico, esta se puede observar en un polo de confección, donde se conjuga y estructura con la informalidad. En otras palabras, se evidencian nuevas mutaciones socioeconómicas. Las empresas impulsan ahora la informalidad, pero no por las razones de antaño que obedecían a prácticas de emprendimiento, ahora son el resultado de formas disfrazadas de remuneración o asalariamento.

La complejidad para entender la informalidad se amplía cuando la realidad empírica nos indica que el fenómeno existe dentro de situaciones diferentes y que muchas veces se combinan o depende de situaciones “formales de trabajo”. En gran medida, esta dificultad se refiere a aquel impulso de industrialización que ocurre principalmente en el tercer mundo, en los países periféricos. En los países industrializados, no obstante que viven bajo otros esquemas socioeconómicos, como estabilidad salarial y una situación claramente más formal, protegida, en la cual la informalidad es una cuestión más residual y no un fenómeno - además de que no cuenta con la evidencia e importancia (económica y social) que tiene dentro de los países subdesarrollados- para finales de los 80’s comienza a aparecer también este fenómeno, lo que se conoce comúnmente como “economía

subterránea”. Esto intensifica el debate sobre la flexibilidad y la informalidad, y esta última como resultado de la primera. La existencia de un amplio conjunto de actividades sociales y económicas permeadas por el no asalariamiento, que crecen y se desarrollan de forma conjunta con el mercado, sin tendencia a la extinción. Al contrario, existen bastantes evidencias de estudios empíricos que manifiestan el crecimiento de este fenómeno. Una de las preocupaciones actuales es mostrar que el trabajo informal no tiene nada de causal, que ha encontrado refugio en las relaciones de confianza y de cooperación entre los agentes económicos, generalmente pertenecientes a los mismos grupos y monopolizando algunos productos y nichos de mercado por medio de acceso a canales específicos de distribución y control de informaciones. Este tipo de análisis destaca el papel de las denominadas “redes sociales”, recientemente “descubiertas” por organizaciones internacionales e investigadores académicos (Lautier, 2004; pág. 37).

Para Victor Tokman (2001), ya no se trata de comprobar la existencia e importancia del sector, sino de aprender los impactos que esta traería para el funcionamiento de mercados de trabajo peculiares. La aceptación de lo que significa “informal” viene asociada con una nueva forma de concebir las posibilidades de desarrollo en la periferia del capitalismo. La informalidad debe también estar asociada con actividades no capitalistas, o sea, aquellas que no se sustentan a partir de la generación de más valor, ni por la separación entre el capital y el trabajo, cuyos ejemplos más comunes serían los trabajadores por cuenta propia y los trabajadores a domicilio, segmentos que acompañan, de punto de vista de la subordinación, los procesos más generales del capitalismo, y que disminuyen o aumentan de acuerdo con las mudanzas económicas. De esta forma, la reformulación que se exige de la informalidad desarticula el modelo dual y estático que analizaba la economía en dos sectores independientes entre sí (el moderno y el tradicional) (Pereira de Oliveira, 2015).

5.5. La sociología económica frente al racionalismo económico

Empíricamente podemos encontrar que existen sujetos sociales con diferentes niveles de inserción dentro de la informalidad. Vemos de esta manera, que existe una estrategia de sobrevivencia, utilizada por los sujetos sociales que luchan por ganar el sustento diario en su mayoría en condiciones precarias, pero que no obstante buscan la manera de insertarse y reposicionarse en su condición socioeconómica. Estos son diferentes de aquellos sujetos que cuentan con una mejor posición y que ya no luchan solamente por la sobrevivencia, sino además por la reproducción económica. Concurren otros sujetos sociales, aquellos que tienen la visión de acumulación, bien establecidos económicamente con una visión de acumulación capitalista pura.

Granovetter, llama a la urgencia de modificar radicalmente la crítica que se le puede dirigir a la ciencia económica en lugar de enfatizar el irrealismo del concepto de racionalidad, subrayando que los usuarios son totalmente incapaces de tomar en cuenta dentro de sus análisis la importancia de la estructura social (Swedberg, 2001). Este autor propone la teoría de la imbricación de lo económico en lo social, debido a un planteamiento sociológico elemental: “el ser humano es un sujeto social”. La sociología económica siguiendo a este autor, plantea que las relaciones económicas no están al margen de la vida social sino que están inmersas en un mundo de relaciones sociales, culturales, políticas e institucionales que no se encuentran ajenas al comportamiento económico de los individuos, sino que son elementos que lo condicionan, moldean, orientan, estimulan y confieren sentido; dándole sentido a la acción social y cotidiana de los sujetos. Entender el fenómeno de la informalidad como un fenómeno lineal y progresivo causado por variables económicas, es entonces una entenderlo desde una perspectiva parcializada y errónea que no toma en cuenta la influencia y actuar de los sujetos económicos.

El sujeto económico tanto para Giddens, Granovetter como para Bourdieu, es un sujeto social, productor y portador de un denso tejido de relaciones sociales conformadas a partir de su cotidianidad, en relación directa con su contexto social

inmediato y las estructuras sociales heredadas (Bourdieu, 2000; Granovetter, 1985; Mora, 2004). Las ideas centrales de la postura de la sociología económica se manifiestan en primer lugar en el carácter histórico de los mercados (Polanyi, 2005), pero también en la idea de que el actor económico es ante todo, un agente social imbricado en un denso tejido socio-cultural (Granovetter, 1985) y en las preocupaciones sobre las funciones que cumplen las instituciones sociales en el desarrollo del sistema capitalista. Estas posturas establecen que los agentes económicos están inmersos en un denso tejido de relaciones sociales que orientan su comportamiento en todas las esferas de la vida social. Lo que supone reconocer como unidad básica de análisis no al individuo aislado, sino a la red de relaciones que establecen los agentes económicos concretos a través de las interacciones sociales recurrentes ya que el comportamiento económico de los individuos se encuentra cruzado, influenciado, compenetrado y alimentado por consideraciones de orden social, cultural y político (Mora, 2004), que emergen de las cuestiones culturales de las cuales forma parte el individuo y de las características de las instituciones sociales configuradas en dicha cultura, las relaciones sociales y la red de relaciones que el individuo construye a partir de su acción cotidiana (Lomnitz, 1988). Pierre Bourdieu (2011) también contribuye a ampliar la visión e importancia del sujeto como agente activo de estas relaciones. Expuso la importancia de la acción cotidiana y de la noción de sujeto inserto en la misma y pasa “de la regla a las estrategias”, *rescata* al agente social que la produce y señala sus principios de explicación y comprensión como resultado de las condiciones objetivas de vida, externas e incorporadas. Las estrategias que proclama son explicables y comprensibles en el contexto de campos específicos, que coexisten en un espacio social global en el cual los grupos dotados de volúmenes y estructuras de capital (social, simbólico y/o cultural) luchan para reproducirse socialmente. Estos capitales constituyen para el autor, tres fuentes diferentes de “poder” que aunado al capital económico, constituirían los principios de construcción del espacio social y asimismo, del económico (2011: 26). Los esfuerzos de estos autores se han orientado en abordar la vida económica de la sociedad incluyendo una postura teórica y metodológica sociológica. Incluir una

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

genuina perspectiva social, que tenga como centro de análisis la interacción de los sujetos sociales, cuyas acciones racionales o no, suponen un punto clave del desarrollo capitalista. En los esfuerzos por revisar el engarzamiento de lo social y lo económico, la sociología económica ha tenido una fuerte renovación e impulso: estudios empíricos sobre los mercados, las industrias, el trabajo, los intercambios comerciales y los aspectos simbólicos del consumo, han convergido en una perspectiva original que se interroga acerca de la especificidad de una mirada estrictamente sociológica del mundo económico. Autores como Granovetter, Neil Fligstein, Pierre Bourdieu y Luc Boltanski, han intentado construir una alternativa teórica y metodológica a la aproximación propuesta por las corrientes dominantes de la ciencia económica (Mora, 2004).

5.6. Comentarios al capítulo

Por décadas la razón principal de la empresariabilidad ha descansado sobre un supuesto clave: Eficiencia. Por bastante tiempo esta consideración ha dominado sus discusiones y argumentos básicos. Preguntas tales como: ¿Cómo ser más eficientes? ¿Cómo mejorar los procesos organizacionales? se encuentra siempre presentes en el lenguaje industrial y comercial. Algunos teóricos han buscado discutir esa dominación conceptual en aras de ampliar las discusiones hacia temas que incluyan lo social y cultural, por encima de la máxima empresarial (Bédard, 2012).

Se considera que la noción sobre lo que se entendió como “ciencia administrativa” nació formalmente durante el auge de la revolución industrial. Sus primeros postulados teóricos surgen del pensamiento de investigadores e industriales como Frederick Taylor, Henry Ford, Henry L. Gantt y Henry Fayol, mismos que le dieron empuje en sus intentos por hacer más eficiente y eficaz el sistema industrial minimizando e ignorando el coste social. La tendencia a reducir las cuestiones empresariales a procesos que podían ser aprendidos bajo reglas y manuales acrílicos, predominó por bastante tiempo. En sus primeros inicios, este tipo de técnicas dirigidas por los grandes poderes corporativos, era la única manera de reproducción económica. De esta forma, el fordismo y sus formas de

producción, fueron una ruptura histórica que modifica el concepto e idea de trabajo, producción y comercialización.

De esta forma, colocamos la discusión en un momento que busca nombrar y entender las nuevas relaciones comerciales, administrativas y económicas presentes en el capitalismo contemporáneo. Tomemos por ejemplo el hecho de que, en las últimas décadas, América Latina ha experimentado profundas transformaciones tecnológicas, económicas, sociales, políticas y culturales dentro de las cuales se han venido modificando las formas de trabajo, la escasez de empleos satisfactorios y el surgimiento de estrategias comerciales y empresariales de sobrevivencia. En los últimos años los mercados económicos se han modificado substancialmente, cediendo terreno a nuevas formas de reproducción económica y social entendidas como “informales”, que no han sido del todo entendidas. Estas nuevas formas de sobrevivencia son dirigidas por sujetos sociales que subsisten gracias a estrategias que generan en condiciones que deben ser revaloradas teóricamente.

En la evolución de los sistemas de mercado, los individuos no siguen sus propios y particulares caminos, ni es el *laissez-faire* de Adam Smith, sino que se encuentran ligados mutuamente en la persecución de sus objetivos a través de sus interacciones en los mercados y grupos sociales, con el argumento cada vez más amplio de que el comportamiento y las instituciones económicas están tan restringidos por las relaciones sociales, que interpretarlas como independientes sería un grave malentendido (Beckert, 2013). Es claro que los sujetos pueden producir las estructuras con sus acciones y crear nuevas configuraciones: “el fin de una configuración productiva no es solamente por presiones estructurales, si no surgen sujetos alternativos con la fuerza y concepciones necesarias para revolucionarlas”. De esta forma no se habla de sujetos que actúen libremente, ya que siempre se encuentran sujetos a modos estructurales de algún tipo, “estos sujetos accionan presionados por estructuras, pero conservan márgenes más o menos amplios para decidir las formas de acción mediante un proceso de construcción de significados para dar sentido a la situación concreta y que guía

sus acciones (Neffa y De la Garza, 2010). Ambos autores continúan con el debate académico buscando la inclusión de una genuina perspectiva social que tenga como centro, la interacción de personas reales en vez del conjunto de supuestos desarrollados por visiones puramente economicistas.



Reflexiones finales

“Son las 5:30 de la mañana. Llegamos después de casi 40 horas de viajar en autobús y comprar. Me duele cada músculo de mi cuerpo y solo quiero llegar a mi cama y dormir dos días completos. Me sorprende al saber que la mayoría siguen de ruta. Algunos comienzan su actividad comercial, otros se van a “vender” lo que trajeron al tianguis de turno. Nadie, se detiene. Es un ciclo que sigue y no se detendrá”.

Reflexiones en el cuaderno de trabajo de campo.

A lo largo de estas páginas buscamos describir una actividad comercial delimitada dentro de un contexto global, con determinantes influencias de los grupos sociales que las movilizan. A través de breves renglones, narramos el trabajo experimentado en múltiples viajes y aventuras, vividas junto con los sujetos sociales comerciales quienes le dieron esencia a este estudio. Cada viaje representó agotadoras jornadas bajo las cuales, recorrimos mercados, entablamos relación con compradores, vendedores, comerciantes, fabricantes, cargadores, y un sinfín de personajes, con la finalidad de conocer su contribución y participación en estas redes comerciales.

A lo largo de todo el estudio hemos denominado a estos grupos de comerciantes bajo la denominación de *redes*, usando el término en su forma conceptual. Las percibimos como una Red Social Informal (RSI), por su dimensión organizacional, pluralista y descentralizada en un sistema de organización cuyo lazo solidario no se construye ni a través de la coacción ni a través de la culpa. Son entonces, formas organizativas en las que hay un flujo horizontal de la información y la decisión; un tejido de conexión entre iguales. Estas redes surgen en los vacíos dejados por las crisis del estado de bienestar y de la necesidad de reconfigurar los espacios de decisión generados a partir de la globalización (Motta, 1995). Asimismo, a través de las redes sociales circulan personas, bienes e información creando un continuum entre grupos y lugares (Sandoval, 2012). Como categoría de análisis, el concepto de redes, en su dimensión organizacional y

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

como canal tanto para la circulación de objetos como para la movilización de las personas, nos permitió considerar también quienes, cómo y por qué, se hace posible tales movilizaciones.

Los sujetos sociales siempre se han movilizado buscando conseguir lo que necesitan para subsistir. Las tensiones económicas surgidas en los periodos de crisis, pueden ayudarnos a entender la movilización de flujos de personas, mercancías, objetos y mensajes, de un lugar a otro. No obstante, la existencia de nuevas posibilidades o de redes creadas para la movilización ha posibilitado el acceso de los mismos hacia nuevos espacios comerciales. Por décadas, el comercio se centraba principalmente en las grandes urbes, detonando con ello toda una serie de condiciones socioeconómicas particulares. Por ejemplo, la Ciudad de México aunque mantiene una considerable posición hegemónica en la distribución de productos nacionales y globales, un gran número de los fabricantes y sus productos establecidos en este espacio, se ha movilizado hacia otros lugares permitiendo el desarrollo de nuevos mercados y espacios comerciales. Acercarse a estos otros “nuevos” espacios, ha permitido que el comercio se multiplique, se replique y se desborde en otras localidades, desarrollando nuevas alternativas económicas.

En el caso mexicano, creemos que estas movilizaciones han creado, desarrollado y/o transformado gran parte de las principales zonas de comercio en el país, cambiando la geografía económica. Tenemos el caso del municipio de Cuitzeo, que con la llegada de comerciantes radicados en el estado de México con el proyecto “Texticuitzeo”, ha cambiado parte del panorama de comercio de los municipios de Moroleón e Uriangato, con los cuales colinda. Es importante destacar que este tipo de movilizaciones no son exclusivas de una región, comunidad o país. A lo largo de Latinoamérica y ciertas zonas de Europa y Asia encontramos como los sujetos sociales movilizan y distribuyen productos de forma similar al caso mexicano. Es entonces, parte del conjunto de estrategias que han generado los sujetos sociales buscando responder al capitalismo predominante, y para entrar en el juego económico de acumulación y subsistencia. Este devenir es

una muestra del como el capitalismo ha encontrado una vía para mantenerse. Así, el capitalismo “desde abajo” se manifiesta en estas redes (Lins-Ribeiro, 2012). Los sujetos que se encuentran dentro, no pretenden destruirlo, sino beneficiarse de su modelo económico, generar movilidad social ascendente y lograr el acceso a los flujos monetarios y de oportunidades. Un capitalismo que no es impulsado solamente por la gran empresa, sino por sujetos sociales que desde sus posibilidades socioeconómicas movilizan productos globalizados y sujetos ante los ojos del Estado, lo que crea nuevas tensiones y retos analíticos. Lins Ribeiro (2015) enfatiza utilizar el concepto de “globalización desde abajo” porque para él, el hecho de denominar como “economía informal” a lo que existe, no define lo que sucede de manera completa en la realidad que nos atañe. Ya no es posible distinguir entre el sector formal e informal con claridad absoluta. Aventurar que todas las sociedades son informales en cierto grado es arriesgado teóricamente. No obstante, en la realidad que se presenta, nos da evidencia de que en cierta medida esta relación se encuentra presente incluso en países con economías desarrolladas.

La condición de ser (in)visibles ante los controles del estado abre nuevas posibilidades, aunque estas crean además, tensiones que vale la pena mencionar. En el caso mexicano, la inseguridad fue una condición que estuvo siempre presente. Realizar viajes periódicos con cantidades monetarias considerables, así como transportar grandes cantidades de mercancía hasta su destino final, lleva implícita una fuerte noción de riesgo. Para muchos de los comerciantes, el viajar en el autobús y en grupos, es una forma de contrarrestar este riesgo. Es una opción pensada como forma de protección contra las eventualidades que se puede llegar a presentar. A lo largo del tiempo de estudio, sufrimos robos de mercancías, accidentes y en mayor medida, la usual “mordida” por trasladar la mercancía dentro de las unidades de transporte. Aunque ninguno de estos problemas implicó alguna situación insalvable, asumirlos en grupo representa una importante posibilidad de solventarlos. De esta forma, existen ciertas diferencias entre rutas; En el viaje a la ciudad de México y el colindante Estado de México, para movilizar los productos es común el pago de múltiples cuotas: pagos a

franeleros, a pequeños grupos criminales asentados en los espacios de los tianguis o centros, además del pago recurrente de cuotas para autoridades viales y federales para el tránsito de las mercancías. En todos los viajes realizados a esa zona para esta investigación, se tuvo que realizar algún tipo de desembolso monetario. En el caso de la ruta Cuitzeo-Moroleón-Uriangato, los comerciantes de los autobuses no pagan las numerosas cuotas que se pagan en la zona cercana a la capital del país; estas son cubiertas por los vendedores y fabricantes que venden sus productos en los centros de comercio y/o tianguis. Estos pagos son realizados como “cobro de piso” o cuotas de seguridad a grupos delictivos más grandes que operan en la zona, con lo que pueden desarrollar su trabajo. Este tipo de prácticas engloban numerosas conductas siempre enunciadas y conocidas, pero casi nunca bien definidas y tipificadas por la ley. Es una “conducta” que pudiera entenderse como delictiva que se da en un contexto generalizado de corrupción e impunidad. En un sistema corrupto, se permiten actos de esa naturaleza: extorsión, robo, contrabando, y un indeterminado etcétera. Si entender la corrupción es un ejercicio complejo, medirla lo es aún más. Descubrir un acto de corrupción que por definición busca ser encubierto, requiere de voluntad, recursos y capacidades de investigación y análisis importantes (Casar, 2015). En un sistema donde reina el desinterés, opacidad, complicidad e impunidad, es casi imposible medir o entenderla en su totalidad.

Para Casar (2015), en los resultados plasmados en su “Informe sobre la anatomía de la corrupción en México”, todavía queda mucho por hacer al respecto. Para esta autora, los políticos y empresarios no monopolizan los actos de corrupción en nuestro país. Son los ciudadanos comunes los que participan de ella ya que su proceder cotidiano reporta niveles de corrupción extendidos. Concordando con lo que observamos en nuestro trabajo de campo, ocurre un fenómeno en la percepción del problema entre los ciudadanos ya que para ellos, si sus círculos de relación cercanos como familiares, vecinos o compañeros participan de este tipo de prácticas, no lo consideran como corrupción (ídem., pág. 32). Para la opinión pública mexicana, la culpa del problema la tienen los políticos y empresarios, mientras que los ciudadanos comunes solo son víctimas del

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

sistema. En el caso de los comerciantes que viajan en los autobuses, ven el pago de cuotas o prácticas de corrupción de las autoridades como un mal necesario y parte del costo-beneficio de utilizar estos servicios. Ahondar sobre el tema de la corrupción merece especial atención. Esta se encuentra estrechamente relacionada con el funcionamiento de estas redes de distribución. Sin ella, la naturaleza de su funcionamiento no podría entenderse de la misma forma. No podemos de ninguna manera justificar su existencia como parte de esta estrategia económica, pero tampoco podemos negar que la corrupción que prevalece, permite su funcionamiento e influye en su desarrollo.

Los procesos que dan vida y forma a las redes de suministro de mercancías se reproducen gracias a una serie de vacíos en las normas establecidas. Las coyunturas legales, y las relaciones de poder entre las autoridades y grupos comerciales, son aprovechadas por los sujetos sociales que las integran para reproducirse y subsistir económicamente. En este caso, la informalidad entendida como la ausencia de un marco legal o su denominación de ilegalidad, es una visión limitada del problema. Pudimos constatar que no existe una ausencia de reglas, sino que estas son aprovechadas e interpretadas para aprovecharse de sus debilidades e inconsistencias, para afianzar y desarrollar sus actividades y procesos.

En el mismo tenor, el trabajo realizado en los centros de comercio nos habla de otro fenómeno socioeconómico importante: la invasión asiática. Aunque ríos de tinta han versado sobre este tema en el ámbito académico, es importante destacar su influencia en estas redes de suministro de mercancías. En los principales centros de comercio, es evidente y obligatoria la presencia de productos del mercado “chino”. Estos productos son más económicos y fáciles de transportar y de vender. De esta forma, nos enfrentamos a un cambio lento pero constante de una economía de producción por una economía comercial. En este sentido encontramos un giro importante; años atrás comunidades enteras de ciudadanos asiáticos movilizaban en exclusiva productos de su país de origen hacia México. En investigaciones realizadas por académicos se pudo evidenciar

la complejidad de estas cadenas de suministro (Alarcón, 2008). Dichas comunidades tenían el monopolio de estos productos. Ahora, sus cadenas de suministro se han transformado. La resistencia presentada en comunidades textiles por los fabricantes de productos nacionales, ha impactado en cierta medida en la forma en que se distribuyen este tipo de mercancías. Advertimos en los principales centros de comercio que quienes comercializan ese tipo de productos ya no son exclusivamente asiáticos; existen también cadenas de movilizadas por ciudadanos mexicanos, comunidades de israelitas e hindúes (asentados en el país) que contribuyen a mover este tipo de mercancías. Existen además diferentes categorías de productos, cuya calidad varía de acuerdo con el distribuidor. Actualmente, la calidad de los mismos, compite con la de los fabricantes nacionales. En ocasiones es difícil distinguir un producto pirata del original, lo que se suma al hecho de que sea difícil diferenciar un producto asiático de uno nacional. La complicación se suma al hecho de que muchos comerciantes quitan las etiquetas de origen cambiándolas por etiquetas personalizadas, lo que hace creer al consumidor final que el producto tiene una calidad y origen diferente al original de producción. La fuerte influencia y posicionamiento de la “fábrica China”, y gracias a la complejidad en su cadena de suministros y distribución, los comerciantes y fabricantes del país se encuentran frente a un reto que no debe dejarse a la ligera.

Además de esos grupos dentro de la cadena de suministro que ofrecen los grandes volúmenes de mercancías, encontramos como grupos enteros ayudan en la movilización y complejidad de estas redes específicas. Entendemos y afirmamos que no podrían ser movilizadas sin la acción conjunta de múltiples personajes. En esta orden, encontramos dentro la mismas, sujetos sociales que han diversificado sus actividades económicas. Aunque en su mayoría, los que viajan en autobús son comerciantes cuya fuente de ingreso es primordialmente la venta de productos, existen otro grupo de sujetos que combinan un trabajo estable y remunerado con esta actividad. De esta forma contribuyen a mejorar su calidad de vida y aumentar sus ingresos. Esto no es exclusivo de estas redes. En múltiples estudios sobre el trabajo, se analiza que en ciertas condiciones

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

socioeconómicas los sujetos cuentan con dos o más empleos para alcanzar un nivel de vida aceptable. Lo que es importante destacar es que en esta relación, este tipo específico de actores se han acercado más fácilmente a esta opción económica a través de las redes y facilidades ofrecidas por los viajes en autobús, ya que estas ofrecen el acceso a mercados que de otra manera, sería más complicado o prácticamente imposible acceder. Para estos sujetos, la decisión de desarrollar una alternativa económica como forma de manutención no viene de un discurso de empresariedad o emprendurismo. Viene de una simple noción: Buscar los elementos y/o actividades necesarias para subsistir económicamente dentro de una sociedad de libre mercado, la cual tiene en la informalidad a más de la mitad de su población económicamente activa.

El sociólogo Pierre Bourdieu, ha debatido por décadas la noción de la racionalidad económica. Para el sociólogo las prácticas económicas que son tomadas comúnmente como fruto de cálculos conscientes y decisiones “racionales”, están ellas mismas constituidas por lo que denomina el sentido práctico. “La observación muestra que, aun en ese universo en que los medios y fines de la acción y su relación se llevan a un grado muy alto de explicitación, los agentes se orientan en función de intuiciones y previsiones de sentido práctico, que muchas veces deja implícito lo esencial y, a partir de la experiencia adquirida en la práctica, se embarca en estrategias “prácticas”, en el doble sentido de implícitas, no teóricas y, cómodas, adaptadas a las urgencias de la acción” (Bourdieu, 2001: 22). El tipo de sujeto social comerciante que utiliza estas redes, sabe movilizarse y mover productos, con quien acudir, cuando y como hacerlo, gracias al conocimiento que ha acumulado y acceso especializado de los mercados y mercancías que ha desarrollado a partir de la experiencia y práctica. Cuenta con información valiosa que un usuario común desconoce. Caracterizarlos como empresarios o comerciantes, es caer en determinismos epistemológicos que limitan el entendimiento de sus acciones. En ese mismo tenor, Bourdieu intenta romper con las representaciones tradicionales de una jerarquía social al presentar el mundo social estructurado. Así, su noción de capital (con sus categorías), permite representar al espacio social como “un espacio multidimensional de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

posiciones, de modo tal que toda posición pueda definirse en función de un sistema multidimensional de coordenadas”. Un sistema de posiciones dentro del cual los agentes se posicionan de acuerdo a su aportación de capital al campo; Una especie de cartografía social y no una jerarquía lineal basada determinismos económicos. Encontramos dentro de estas redes sujetos que se movilizan por condiciones y razones diferentes. De esta forma, tenemos a los sujetos se desarrollan bajo estrategias de sobrevivencia. Buscan simplemente ganar el pan de cada día. Estos sujetos luchan, pelean y buscan en los intersticios legales y económicos posicionarse para subsistir, insertarse y reposicionarse dentro del campo, más no hacen cálculos racionales. Una segunda nominación nos muestra a sujetos mejor posicionados. Su lucha es para posicionarse y reproducirse económicamente. En una tercera nominación, colocamos a los sujetos que tienen una visión de acumulación. Muy bien establecidos económicamente, con visión capitalista. Tienen una perspectiva de acumulación e inversión. Tres grupos diferentes de sujetos que encuentran dentro de la informalidad, la ruta para desarrollar una actividad comercial delimitada resultado de una dinámica puramente capitalista.

Como reflexión, la existencia de estas redes de comercio y suministro, son una especie de laboratorio de fenómenos socioeconómicos que nos muestran la posibilidad de entender fenómenos socioeconómicos diversos y actuales. Respondiendo a la hipótesis bajo la cual se sustenta este trabajo de investigación, podemos determinar sin duda que estas redes, más que determinantes económicos, se mantienen y desarrollan gracias a su contraparte social. Así, constatamos que el surgimiento y desarrollo de estas redes comerciales informales de distribución de mercancías, son resultado y evolución de una combinación diversa y a la vez contradictoria de dinámicas socioeconómicas, dentro de las cuales sus integrantes tienen una función determinante. Hablamos de la combinación de sujetos sociales diversos y estrategias de actuación por parte de los mismos, que tienen dentro de la combinación formal-informal una oportunidad y/o condición central de subsistencia. Los procesos que se encuentra en la base de estas redes, se sustentan en la reproducción y actualización de su

carácter informal. De esta forma, se mantiene así un proceso informal que tiende a reproducirse, persistir y evolucionar.



Referencias Bibliográficas

- Abraham, I. (2006). Illegal but licit. *International Institute for Asian Studies (IIAS) Newsletter*, 42, 1–4.
- Achilli, E. (2005). *Investigar en antropología social. Los desafíos de transmitir un oficio*. Laborde editor.
- Aghón, G. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. Santiago de Chile.
- Alarcón, S. (2008). *El tianguis global* (Universidad Iberoamericana). México, D.F.
- Alba-Vega, C. (2012). Las condiciones sociopolíticas de la globalización no hegemónica en México, D.F. *Nueva Sociedad*, 241. Recuperado a partir de www.nuso.org
- Alba-Vega, C., Lins-Ribeiro, G. L., y Mathews, G. (2015). *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Alexander, J. (1988). El nuevo movimiento teórico. *Estudios Sociológicos*, Vol. 6, 259–307.
- Alves, G. (1999). *Trabalho e mundialização do capital. A nova degradação do trabalho na era da globalização*. (2da. Edição). Praxis.
- Andrade, L., y Bedacarratx, V. (2013). La construcción del objeto de estudio en la obra de Hugo Zemelman: apuntes introductorios. *Folios. Segunda Época*, 38, 15–34.
- Appadurai, A. (1990). Introducción: las mercancías y la política del valor. En *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (pp. 17–87). México: Grijalbo.
- Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, S.A. de C.V.
- Arias, P. (1988). La pequeña empresa en el occidente rural. *Estudios Sociológicos*, 6(17), 405–435.
- Arias, P. (1997). Crisis metropolitana, especialización económica y nuevas relaciones espaciales en México. Espiral.

- Arias, P. (2002). Hacia el espacio rural urbano; una revisión de la relación entre el campo y la ciudad en la antropología social mexicana. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 363–380.
- Arias, P. (2011). Reseña de: “Texcoco en el nuevo milenio. Cambio y continuidad en una región periurbana del Valle de México” de Magazine, Roger Magazine y Tomás Martínez Saldaña (Coords.). *Estudios Demográficos y Urbanos*, 26(2), 515–524.
- Arroyo, M. del P., y Cárcamo, M. de L. (2010). La evolución histórica e importancia económica del sector textil y del vestido en México. *Economía y Sociedad*, XIV, 51–68.
- Barbosa, A. de F. (2011). O conceito de trabalho informal, sua evolução histórica e o potencial analítico atual: para não jogar a criança fora junto como a água do banho. Em *Marchas e contramarchas da informalidade do trabalho: das origens as novas abordagens* (Editora Universitária da UFPB). Joao Pessoa.
- Bayona, E. (2011). Comercio y consumo en la periferia de la zona metropolitana de Guadalajara. Recuperado a partir de <http://www.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/20bayona11.pdf>
- Bayona-Escat, E. (2011). Comercio y consumo en la periferia de la Zona Metropolitana de Guadalajara. *Revista de Antropología Experimental*, (11). Recuperado a partir de <http://www.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/20bayona11.pdf>
- Becattini, G. (2002). Del distrito Industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales*, 9–32.
- Beckert, J. (2013). El orden social de los mercados. *Comunicación, Cultura y Política*, 1(2), 147–172.
- Bédard, R. (2012). Los Fundamentos del Pensamiento y las Prácticas Administrativas.». *AD-Minister*, 3, 68–88.
- Belausteguigoitia, R. (2004). *Empresas familiares. su dinámica, equilibrio y consolidación*. McGraw-Hill.

- Blim, M. (1990). *Made in Italy: small-scale industrialization and its consequences*. New York: Praeger Publishers.
- Boltanski, L., y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, España: Akal.
- Bordieu, P. (2000). *Las Estructuras Sociales de la Economía*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Manantial.
- Bueno, C. B. (1999). Una Mirada Antropológica a la Globalización. Recuperado a partir de <http://www.cebem.org/biblioteca/toluca/bueno-mx.pdf>
- Cacciamali, C. (1982). *Um estudo sobre o setor informal urbano e formas de participação na produção*. Universidade de São Paulo, São Paulo, Br.
- Cacciamali, M. C. (2000). Globalização e processo de informalidade. *Economía e sociedade*, 14, 153–174.
- Cachón, F. (2000). Comercio Internacional de los textiles y el vestido: reestructuración global de las fuentes de oferta en EE.UU durante la década de los noventa. En *Impacto del TLCAN en las exportaciones de prendas de vestir de los países de América central y República Dominicana* (Eds. Rudolf Buitelaar y Ennio Rodríguez). Instituto para la integración de América Latina y el Caribe BID y CEPAL.
- Calonge-Reillo, F. (2014). Movilidades capitalistas e identidades subalternas. Te mueves porque te mueven. *Sociológica*, 29(83), 129–164.
- Cámara de Diputados. (1993) Ley de caminos, puentes y autotransporte federal.
- Cámara de Diputados. (2015). Reformas a la Ley de Impuesto sobre la Renta (LISR). Recuperado a partir de http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/normatividad/Paginas/leyes_2016.aspx
- Cardin, E. (2014). La historia de una vida en situación de frontera: migración, superación y trabajo en el “circuito sacoleiro”. *Revista de Estudios Sociales No.35*, 48, 100–109. <https://doi.org/10.7440/res48.2014.08>
- Carneiro-Araujo, Á., y Vêras de Oliveira, R. (2011). *FORMAS DE TRABALHO NO CAPITALISMO ATUAL: CONDIÇÃO PRECÁRIA E POSSIBILIDADES DE REINVENÇÃO* (1era. edición). Annablume.

- Casar, M. A. (2015). *México: anatomía de la corrupción*. México, D.F.: Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C.
- Castel, R. (1998). *As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário*. Petrópolis: Vozes.
- Castells, M. (1999). Prólogo la red y el yo. *La era de la información-Economía, Sociedad y Cultura*, 1.
- Castillo, H. C. (2004). *Comercio ambulante y políticas públicas en la Ciudad de México*. Recuperado a partir de http://unesjuv.org/PUB_L3_L2_doc1.pdf
- Cervantes, J., y Sandoval, E. (2010). Emprendedores de la informalidad: tres casos desde la teoría del escape. En *Cuando México enfrenta la globalización: permanencias y cambios en el área metropolitana de Monterrey*. Monterrey, Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León en coedición con el Colegio de la Frontera Norte, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de Monterrey y el Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.
- Chew, M. (2010). Delineating the emergent global cultural dynamic of “lobalization”: The case of pass-off menswear in China. *Continuum*, 24(4), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10304310903222599>
- Collado Agudo, J. (2004). La estructura de las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores en canales de distribución: un enfoque basado en la teoría de economía política. Recuperado a partir de <http://www.tesisenred.net/handle/10803/10590>
- Cortés, F. (2001). La metamorfosis de los marginales: discusión sobre el sector informal en América Latina. En *Entre Polis y Mercado: el análisis sociológico de las grandes transformaciones políticas y laborales en América Latina* (Primera edición, p. 210). México, D.F.: El Colegio de México.
- Cota, R. (2005). Construcción de redes comerciales: el caso de la industria de la confección en Zapotlanejo, Jalisco. En *Integración regional y globalización: impactos económicos y sindicales*. México: Centro Americano para la solidaridad sindical internacional.

- Cota, R. (2012). *Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco*. Universidad Autónoma de Guadalajara.
- Cresswell, T. (2006). *On the move: mobility in the modern western world*. New York: Routledge.
- De la Garza. (2012). La metodología marxista y el configuracionismo latinoamericano. En *Tratado de Metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales* (Primera edición). Fondo de Cultura Económica.
- De la Garza, E. (1987). *El método del concreto abstracto concreto*. UAM-Iztapalapa.
- De la Garza, E. (1994). Las teorías de la elección racional y el marxismo analítico. En *Estudios Sociológicos*. El Colegio de México.
- De la Garza, E. (1997). Trabajo y mundos de vida. En *Subjetividad: umbrales del pensamiento social*. Barcelona: Anthropos.
- De la Garza, E. (2000). Subjetividad, Cultura y Estructura. *Universidad Autónoma Metropolitana UAM-I*.
- De Oliveira, F. (2003). *Crítica a razão dualista: O ornitorrinco*. Sao Paulo, Br.: Boitempo.
- De Soto, H. (1989). *The other path: the informal revolution*. New York: Harper and Row.
- Denham, D., y Tilly, C. (2013). Sueños de éxito, realidades estancadas: aspiraciones y movilidad en el comercio informal y formal en México. *Revista Latinoamericana de Estudos do Trabalho*, 30, 9–42.
- Elias, N. (1995). *Sociología fundamental*. Barcelona: Gedisa.
- Espinosa, M. (2014, abril 15). Y el transporte ¿para cuándo? *Excélsior*. México, D.F. Recuperado a partir de <http://www.excelsior.com.mx/opinion/martin-espinosa/2014/04/15/954134>
- Estrada, M. (2007). Transformaciones productivas en el Estado de Guanajuato (México). Empresarios locales y globalización. En *Globalización y localidad. Espacios, actores, moviidades e identidades* (p. 615). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

- Featherstone, M. (1990). *Global culture, nationalism, globalism and modernity*. Londres: Sage.
- García A. (2015). Fotografías de trabajo de campo. (Inédito)
- García-Castro, B. (2004). Debilidades del sector manufacturero mexicano. *El Cotidiano. Universidad Autónoma Metropolitana*, 19, 8–18.
- García-Macías, A. (2013). *Capital social relacional en enclaves de la industria del vestido en México* (Tesis Doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, España.
- García-Macías, A., y Maza, O. (2013). El prestigio ocupacional en “La tienda de ropa más grande de México”. Elementos para la estimación del Capital Social en Uriangato, Guanajuato. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (26), 117–148.
- Garfinkel, A. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Prentice Hall.
- Garofoli, G. (2002). Local development in Europe : Theoretical models and international comparisons. *European Urban and Regional Studies*, 9(3), 225–239.
- Gereffi, G. (2000). *El tratado de libre comercio de América del Norte en la transformación de la industria del vestido: ¿bendición o castigo?* (Desarrollo productivo). Santiago de Chile: CEPAL.
- Gereffi, G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. *Problemas del desarrollo*, 32(125).
- Gil-Paredes, L. (2014). *Afortunados los Trabajadores precarios* (Primera). Alemania: Publicia.
- Gómez-Galvarriato, A. (1999). *La Industria textil en México*. México, D.F.: Instituto Mora. El Colegio de México.
- Gortari, R., y Santos, M. J. (2010). Saberes y parientes en la formación de microempresas rurales: empresarialidad, redes locales y contextos culturales. En *Empresa y familia en México: una visión desde la antropología* (Primera). México, D.F.: Universidad Iberoamericana, A.C.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American journal of sociology*, 481–510.

- Grossetti, M. (2004). Concentration d'entreprises et innovation : esquisse d'une typologie des systèmes productifs locaux. *Géographie, économie, société*, 6(2), 163–177. <https://doi.org/10.3166/ges.6.163-177>
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Gutiérrez, C. (2000). *Experiencias contrastadas: industrialización y conflictos en los textiles del centro-oriente de México (1884-1917)*. México, D.F.: El Colegio de México.
- Habitat, U. (2003). *The challenge of the slums: global report on human settlements*. United Nations Human Settlements Program. Recuperado a partir de http://scholar.google.com.mx/scholar?q=the+challenge+of+the+slums&btnG=&hl=en&as_sdt=0%2C5
- Hart, K. (1990). The idea of economy: six modern dissenters. En *Beyond the marketplace: Rethinking economy and society* (pp. 137–60). Recuperado a partir de http://scholar.google.com.mx/scholar?q=keith%2C+hart.+The+idea+of+economy&btnG=&hl=en&as_sdt=0%2C5
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Argentina: Amorrortu Editores.
- Harvey, D. (2012). *El enigma del capital y la crisis del capitalismo*. Madrid, España: Akal.
- Helmsing, A. H. J. (1999). Teorías de desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación. *EURE (Santiago)*, 25(75), 5–39.
- Hernández, M. (2006a). La estructura del empresariado en México: un análisis para el sector público y privado. En *La situación del trabajo en México, 2006*. México, D.F.: Plaza y Valdés.
- Hernández, M. (2006b). La perspectiva sociológica de los actores empresariales. En *Tratado Latinoamericano de Sociología*. Barcelona. México: Anthropos, UAM-I.

- Hirai, S. (2009). *Economía política de la nostalgia: un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*. Juan Pablo Editor/ Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa-Departamento de antropología.
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la globalización*. México: Siglo XXI Editores.
- Ianni, O. (2014). *Teorías de la globalización*. México, D.F.: Siglo XXI, México.
- INEGI. (2005) Municipios de Moreleón e Uriangato. Marco geoestadístico.
- INEGI. (2009). *Censos Económicos 2009*. Recuperado a partir de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/tabulados-empresa.asp>
- INEGI. (2014). Resultados oportunos de los censos económicos 2014. Recuperado a partir de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>
- INEGI. (2015) Mapa de las Delegaciones políticas del Distrito Federal. Recuperado http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=09
- INEGI. (2016) Mapa del centro-occidente de México. Marco geoestadístico.
- Kosik, K. (1980). *Dialéctica de lo concreto*. México: Grijalbo.
- Kowarick, L. (1981). *Capitalismo e marginalidade na América Latina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Lash, S., Urry, J. (1987). *The end of organized capitalism*. Buenos Aires, Argentina: University of Wisconsin Press. Amorrortu.
- Lautier, B. (2004). *L'économie informelle dans le tiers monde*. La Découverte.
- Lins-Ribeiro, G. (2007). El sistema mundial no hegemónico y la globalización popular. *Serie antropológica*, 410.
- Lins-Ribeiro, G. (2012). La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico. *Nueva Sociedad*, 241. Recuperado a partir de http://nuso.org/upload/articulos/3893_1.pdf
- Lomnitz, L. (1988). Redes informales de intercambio en sistemas formales: un modelo teórico. *American Anthropologist*, 90, 42–55.

- Lukács, G. (1969). Qué es marxismo ortodoxo. En *Historia y conciencia de clase*. México: Grijalbo.
- Machado da Silva, L. (2003). Mercado de Trabalho, ontem e hoje: informalidade e empregabilidade como categorias de entendimiento. En *Além da Fábrica: trabalhadores, sindicatos é a nova questão social*. Sao Paulo, Br.: Boitempo.
- Mantecón, A. (1993). Globalización cultural y antropología. *Alteridades*, 3(5), 79–91.
- Marcus, G. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111–127.
- Martinez de Ita, M. E., Sánchez Daza, G., y Ríos, G. C. (2005). El trabajo en la industria textil y del vestido en México: 2000-2003. *La situación del trabajo en México, México: Universidad Autónoma Metropolitana*. Recuperado a partir de <http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/libros/actlst06/3de3.pdf>
- Martínez de la O., M. (2006). Geografía del trabajo femenino en las maquiladoras de México. *Papeles de Población*, 12, 91–126.
- Marx, K. (1975). *El Capital. Crítica de la Economía política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mayo, E. (2000). *The social problems of an industrial civilization*. Routledge.
- Maza, O. (2011). Las ventas multinivel vistas desde la perspectiva del debate de la precariedad. En *Trabajos atípicos y precarización del empleo* (Primera edición). El Colegio de México.
- Maza, O., y Lazcano, D. (2015). En el mismo barco. Reflexiones sobre la producción, el trabajo y las redes sociales: el caso de Uriangato, Guanajuato. (Primera edición). Uriangato, Guanajuato: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Medeiros, C., Rodríguez-Carmona, A., Ferrufino, G., y Tassi, N. (2013). Ensanchando los intersticios. Institucionalidades y estrategias económicas del comercio popular. *Tínkazos*, 33, 27–46.

- Montiel, M. (2014). *Sobrevivir a la crisis. Los comerciantes de ropa de la región Puebla-Tlaxcala en el contexto de la crisis económica de 2008*. CIESAS. (Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social), México, D.F.
- Mora, M. (2004). Hacia una visión sociológica de la acción económica: desarrollos y desafíos de la sociología económica. *Economía y Sociedad*, 8(24). Recuperado a partir de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/1012>
- Motta, R. (1995). Las redes sociales informales y la búsqueda de la ecuación interactiva entre la toma de decisiones locales y la responsabilidad de la gobernabilidad global. En *Redes. El lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Naim, M. (2006). *Ilícito*. Colombia: Random House Mondadori.
- Neffa, J. C., y De la Garza, E. (2010). Modelos económicos, modelo productivo y estrategias de ganancia: conceptos y problematización. *Trabajo y modelos productivos en América Latina*. Buenos Aires. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Colección Grupos de Trabajo.
- Nickl, M. (2005). La evolución del concepto “Logística” al de “Cadena de Suministros” y más allá. *Compras y Existencias*, (140), 1.
- Pacheco, E., de la Garza, E., y Reygadas, L. (2011). *Trabajos atípicos y precarización del empleo* (1era. edición). México, D.F.: El Colegio de México.
- Parra, J. (2012). El Business. Sistema social en el comercio ambulante mexicano. Centro de Estudios Interdisciplinarios, jurídicos, sociales y humanistas. Recuperado a partir de <http://ecaths1.s3.amazonaws.com/labetnografico/1378015170.JohannaParr aColoquioCIES2012.pdf>
- Pavón Cuéllar, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las pymes en México, 2000-2009*. Santiago de Chile: CEPAL, Sección de Estudios del Desarrollo : AECID. Recuperado a partir de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/3/40603/lcl3238e.pdf>

- Pereira de Oliveira, J. (2015). *A capital goiana do jeans: flexibilidades, subcontratação e gênero no setor de confecção do município de Jaraguá* (Tesis Doctoral). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, Sao Paulo.
- Pérez Lizaur, M. (2010). *Empresa y familia en México: Una visión desde la antropología*. México: Universidad Iberoamericana.
- Pérez Lizaur, M., y Zamora, S. (2006). Los comerciantes empresario del tianguis de Chinconcuac en un entorno de globalización. Universidad Iberoamericana. Recuperado a partir de http://ceape-suj.leon.uia.mx/documentos/eventos_2006_proyectos/16_marisol_perez.doc
- Pérez-Lizaur, M., & Zamora, S. (2010). El Tianguis de ropa de mujer de Chiconcuac. En *Consumos Globales: de México para el mundo* (1era. edición). México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Pérez-Sáinz, J. P. (1995). Globalización y neo-informalidad en América Latina. *Nueva Sociedad*, 135.
- Perry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., y Saavedra-Chanduvi, J. (2007). Informalidad: Escape y exclusión. Banco Mundial, D.C. Recuperado a partir de <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Informalidad%20escape%20y%20exclusion.pdf>
- Pinheiro-Machado, R. (2008). China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal. *Revista brasileira de ciências sociais*, 23(67), 117–133.
- Pintaudi, S. (1997). Las Metrópolis y los grandes equipamientos comerciales. VI *Encuentro de Geógrafos de América Latina*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Recuperado a partir de <http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal6/Geografiasocioeconomica/Geografiaeconomica/71.pdf>
- Piore, M., y Sable, C. (1986). *The second industrial divide. Possibilities for property*. Nueva York: Basic Books.

- Platas, D. A. F., y Santamaría, S. Y. (2012). Deconstruir la globalización desde la economía solidaria. *Revista de Paz y Conflictos*, 5, 93–119.
- Polanyi, K. (2005). *The great transformation the political and economic origins of our time*. Princeton, N.J.: Recording for the Blind & Dyslexic.
- Portes, A. (2000). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *LESSER, Eric L. Knowledge and Social Capital. Boston: Butterworth-Heinemann*, 43–67.
- Portes, A., y Haller, W. (2004). *La economía informal*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Social.
- Portes, A., y Schauffer, R. (1993). De la mano de obra excedente a la empresa dinámica: perspectivas de competencia del sector informal latinoamericano. *Estudios Sociológicos*, 817–850.
- Ramírez-Pasillas, M. (2007). *Global spaces for local entrepreneurship. Stretching clusters through networks and international trade fairs* (Tesis Doctoral). Växjö University, Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Management and Economics, Gothenburg.
- Ríos-Granados, G. (2008). *Las infracciones tributarias en el sistema tributario mexicano* (Boletín Mexicano de Derecho Comparado No. 114). México: UNAM. Recuperado a partir de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/114/art/art7.htm>
- Rivera-Ríos, M. Á. (2004). La reestructuración de la industria de la confección en México. En *La industria de la confección en México y China ante la globalización* (Eds. Isabel Rueda Peiro, Nadima Simón Rodríguez y María Luisa Gonzáles Marín, p. 70). México, D.F.: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Robichaux, D. (2002). El sistema familiar mesoamericano. testigo de una civilización negada. En *La antropología sociocultural en el México del milenio: búsquedas, encuentros y transiciones* (Fondo de Cultura Económica, pp. 107–161). México, D.F.
- Sá, M. (2011). *Feirantes: Quem São? Como Administram seus Negócios?* Editora Universitária da UFPE. Recuperado a partir de http://www.anpad.org.br/trabalho_popup.php?cod_edicao_trabalho=11935

- Sáinz, J. (1995). Globalización y neoinformalidad en América Latina. *Nueva Sociedad*, 13. Recuperado a partir de http://www.nuso.org/upload/articulos/2388_1.pdf
- Saiz, J. y Jiménez, S. R. (2008). Capital social: una revisión del concepto. *Revista CIFE*, 13, 250–263.
- Salas, C. (2003). Trayectorias laborales entre el empleo, el desempleo y las microunidades en México. *Papeles de Población*, 38, 159–194.
- Salas, C. (2006). El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina. *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevo enfoques.*, 130–148.
- Sandoval, E. (2008). Infraestructuras transfronterizas: un concepto para su análisis. *Trayectorias*, 10(26). Recuperado a partir de http://trayectorias.uanl.mx/26/pdf/03_5_dosier_infraestructuras_fronterizas.pdf
- Sandoval, E. (2012). *Infraestructuras fronterizas. Etnografía de itinerarios en el espacio social Monterrey- San Antonio* (Primera edición). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).
- Santiago-Nabor, E. (2011). *“Para ser maquilador se necesita no tener corazón”: Neoliberalismo y diversificación empresarial en la industria maquiladora del vestido del sur de Puebla* (Tesis Doctoral). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Guadalajara, Jalisco, México.
- Sassen, S. (2008). Actores y espacios laborales de la globalización. *Papeles de*. Recuperado a partir de http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/cfrodrig/Archivos/Soc_Organizaciones_dade/S_Sassen.pdf
- SAT. (2016). Página oficial del Servicio de Administración Tributaria [Oficial]. Recuperado a partir de <http://www.sat.gob.mx/Paginas/Inicio.aspx>
- Seele, E. (1983). *Mercados semanales en la región Puebla-Tlaxcala, México* (Fundación Alemana para la investigación científica, Vol. 9).

- Serna, M. G. (2003). *“Aquí no hay seguro contra la crisis...”: empresarias, empresas y hogares en dos zonas metropolitanas de México*. México, D.F.: Instituto Mora: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Simón, N. (2004). Competencia de las prendas de vestir mexicanas en el mercado de Estados Unidos. *Contaduría y administración, UNAM*, 213, 1–32.
- Smith-Doerr, L., & Powell, W. W. (2005). Networks and economic life. En *The handbook of economic sociology* (2da. Edición). New York: Princeton University Press.
- Swedberg, R. (2001). Hacia una nueva sociología económica: Balance y perspectivas. *Trabajo. La Construcción social del mercado*, 4.
- Temkin, B., y Zarembeg, G. (2006). Explorando el mercado informal ¿Qué hay entre la elección voluntaria y la determinación social? En *El reto de la Informalidad y la pobreza moderada* (Vol. VI). México, D.F.: Editorial Porrúa.
- Tokman, V. (2001, diciembre). Las relaciones entre los sectores formal e informal. Una exploración sobre su naturaleza., *Economía. Revista del Departamento de Economía*.(XXIV). Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/viewFile/917/887>
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies. Mobilities for the twenty-first century*. Florence: Routledge.
- Van Dijk, T. (1997). *El discurso como Estructura y Proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Vangstrup, U. (1995). Moroleón: la pequeña ciudad de la gran industria. *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*, 2(4), 101–134.
- Vela, S. (2014, abril 17). Operan al menos 11 línea de autobuses pirata en el Centro. *La Razón de México*. México, D.F. Recuperado a partir de www.razon.com.mx/spip.php?article211927
- Venacio, L. (2010). Los distritos industriales: modelo de desarrollo económico local que promueve el capital social. *Centro Argentino de Estudios Internacionales (CAEI)*. Buenos Aires. Recuperado a partir de http://www.caei.com.ar/sites/default/files/working_paper_ndeg_20.pdf

- Veras de Oliveira, R. (2011). Para discutir os termos da nova informalidade: sobre sua validade enquanto categoria de análise na era da flexibilização. Em *Marchas e contramarchas da informalidade do trabalho: das origens as novas abordagens*. Joao Pessoa, Br.: Editora da UFPB.
- Véras de Oliveira, R. (2013). O polo de confecções do agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. Em *Trabalho em territórios produtivos* (p. 462). Joao Pessoa, Br.: Editora da UFPB.
- Véras de Oliveira, R., y Santana, M. (2013). O polo de confecções do agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. Em *Trabalho em Territórios Produtivos reconfigurados do Brasil*. Joao Pessoa: Universidade Federal de Paraíba.
- Young, R., y Esqueda, P. (2009). Vulnerabilidades de la cadena de suministros: consideraciones para el caso de América Latina. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (34), 63–78.
- Zamarrón, I. (2015, abril 6). Cuauhtémoc, territorio del comercio informal. *Diario 24 Horas*. México, D.F.
- Zamorano, R. (2016). Calles con vocación: comercio especializado en el centro. Recuperado a partir de ww.guiadelcentrohistorico.mx/kmcero/el-centro-fondo/calles-con-vocaci-n-comercio-especializado-en-el-centro
- Zemelman, H. (1990). *Horizontes de la razón* (Vol. Vol. III). Barcelona: Anthropos.
- Zemelman, H. (1992). *Los horizontes de la razón II: Historia y necesidad de utopía*. Barcelona: Anthropos. El Colegio de México.
- Zemelman, H. (1994). *Memoria y utopía. El sujeto como constructor de realidades y racionalidad y ciencias sociales*. Barcelona: Anthropos.
- Zemelman, H. (1996). *Problemas utópicos y antropológicos del conocimiento*. México: El Colegio de México.
- Zemelman, H. (2007). *El ángel de la historia: Determinación y autonomía de la condición humana* (Primera edición). Anthropos.

ANEXO A. Carta de aceptación de artículo



Unidad
Académica en
Estudios del Desarrollo

Zacatecas, Zac., México, 9 de noviembre de 2016

A quien corresponda:

Por mi conducto, el Comité Editorial de *Observatorio del Desarrollo* (ISSN 2448-5039), revista editada por la Unidad Académica de Estudios del Desarrollo de la Universidad Autónoma de Zacatecas hace constar que el artículo titulado "Paradigmas de la ciencia administrativa: el sujeto social empresario", de la autoría de Armida Concepción García, ha sido aceptado para publicarse en el vol. V, número 16.

ATENTAMENTE


Dr. Humberto Marquez Covarrubias
Director



ANEXO B.



Unidad Académica de Ciencias Sociales

Universidad Autónoma de Zacatecas
"Francisco García Salinas"

A QUIEN CORRESPONDA:

El que suscribe, **Dr. Rubén de Jesús Ibarra Reyes**, Director de la Unidad Académica de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Zacatecas, "Francisco García Salinas", por el presente.

HACE CONSTAR:

Que el (la) **C. ARMIDA CONCEPCIÓN GARCÍA**, participó en el Tercer Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales "Reestructuración y vigencia del modelo neoliberal en América Latina", llevado a cabo los días 3,4 y 5 de junio en la Mesa 3.14 Estructura productiva y cambio social en Zacatecas, con la ponencia: *La dinámica comercial formal e informal*, la cual aparece en libro electrónico con número de ISBN 978-607-9165-99-4.

Se extiende la presente para los usos y fines legales a que haya lugar en la ciudad de Zacatecas, Zac., a los cinco días del mes de junio del año dos mil quince.

