



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE ECONOMÍA

“CRECIENDO ENTRE COSTURAS:
EMPRESARIOS EMERGENTES EN LA REGIÓN
DE TEHUACÁN, PUEBLA (2000-2023)”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTORA EN ECONOMÍA POLÍTICA DEL DESARROLLO

PRESENTA:

Mtra. Itzel Castillo González

COMITÉ TUTORIAL:

* DR. GERMAN SANCHEZ DAZA
(DIRECTOR DE TESIS)

*DRA. MARIA EUGENIA MARTÍNEZ DE ITA

*DR. JORGE ROMERO AMADO

PUEBLA, PUE. NOVIEMBRE 2025

DEDICATORIA

A mi hijo, Gian Alessander. quien llegó en la recta final del doctorado y se convirtió en la mayor inspiración para culminar este camino.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Programa de Becas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), hoy Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI), por su contribución económica durante los cuatro años de mis estudios de Doctorado, a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a la Facultad de Economía y, de manera especial, al Centro de Estudios del Desarrollo Económico y Social (CEDES). Asimismo, agradezco al Comité Académico del Doctorado, por la dispensa de cuotas de reinscripción durante el decreto de pandemia por SARS-COV 2 y el apoyo económico para la realización del trabajo de campo, y la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado (VIEP), cuyo apoyo económico fue fundamental para la ejecución y culminación de este proyecto. Al Doctorado en Economía Política del Desarrollo (DEPD) de la BUAP, por brindarme la oportunidad de realizar, a través de su programa académico, esta investigación. Al apoyo administrativo de la coordinación, gracias, Lupix.

A la Dra. Maru por haberme guiado en las etapas iniciales de este proyecto. Su experiencia, paciencia y orientación fueron fundamentales para sentar las bases de este trabajo. Su apoyo en los momentos más cruciales me brindó la confianza necesaria para seguir adelante, y valoro enormemente su dedicación durante el tiempo que compartimos en este proceso.

Al Dr. Germán por asumir la dirección de esta tesis en una etapa crucial. Su visión, compromiso y enfoque riguroso fueron determinantes para dar forma y culminar este proyecto. Aprecio profundamente su disposición para orientarme, su apoyo constante y su capacidad para impulsar mi crecimiento académico. Sin su guía, este trabajo no habría alcanzado su pleno potencial.

Al Dr. Jorge por su constante apoyo y valiosa guía como miembro de mi comité tutorial a lo largo de todo el doctorado. Su conocimiento, consejos y compromiso con mi formación académica fueron fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Al Dr. Juan Reyes, Dra. Naxeai Luna y Dr. Alfredo García, comité revisor de esta tesis, por dedicar su tiempo y esfuerzo a revisarla. Sus observaciones, comentarios y sugerencias han enriquecido significativamente este trabajo y han contribuido a su mejora y consolidación.

A mis hermanas, a mi padre y, de manera muy especial, a mi madre. Expreso mi más sincero y profundo agradecimiento por el acompañamiento constante, el aliento en los momentos de mayor exigencia y la confianza depositada en mí a lo largo de este proceso. Cada gesto de apoyo y cada palabra de ánimo fueron fundamentales para sostener mi esfuerzo y dar continuidad a este proyecto. Esta tesis constituye no solo el resultado de un trabajo académico, sino también el reflejo del cariño, la fortaleza y la fe que mi familia ha sabido brindarme en cada etapa de mi formación.

A mi pareja: Giio, agradezco profundamente su presencia en la etapa final de este doctorado, en la que su motivación, paciencia y respaldo constante fueron un estímulo decisivo para mantenerme firme y concluir con éxito este proyecto.

A los empresarios de la región de Tehuacán, quienes compartieron su tiempo y experiencias, haciendo posible la construcción de este trabajo.

RESUMEN

La presente tesis propone una investigación social que se encuadra dentro del paradigma configuracionista, como propuesta teórica metodológica. En particular, postula el estudio de la conformación de un tipo de empresario emergente dedicado a la fabricación de prendas de vestir de marca propia en la región de Tehuacán. Asimismo, se analiza cómo a través de este proceso, estos empresarios emergentes reconfiguran sus estructuras para garantizar su permanencia en el mercado. La tesis comprende un periodo de estudio de veintitrés años (2000-2023).

La investigación definió al empresario emergente a partir de temas productivos, funciones, antecedentes, su posición frente a los medios de producción y se analizaron diversas perspectivas sobre el concepto de empresario, se retomaron argumentos de Marx, Schumpeter y del enfoque de sujeto social. De igual manera se consideraron otros escritos sobre empresarios, esto permitió conocer cómo se ha interpretado y estudiado al empresario en las últimas décadas. Debido a que se trata de un empresario inmerso en una industria de larga tradición en una región y de la reconfiguración de estructuras, se recuperó la concepción de la región como construcción social y con base en ello se delimitó geográficamente la región de estudio.

Los resultados de esta tesis nos permitieron entender el proceso de conformación empresarial como un proceso gradual y planificado. Con base en el análisis, se describen aspectos de su configuración sociotécnica y de sus unidades económicas de producción. Además, se detallan las reconfiguraciones productivas provocadas por las crisis de los últimos veintitrés años, se encontró que los empresarios emergentes para garantizar su permanencia en el mercado siguieron estrategias productivas (como la adaptación de configuraciones productivas alternativas), de ventas, de diseño y de oferta de servicios.

ABSTRACT

The present thesis proposes a social investigation framed within the configurational paradigm as a theoretical-methodological approach. Specifically, it examines the formation of an emerging type of entrepreneur dedicated to the production of self-branded clothing in the Tehuacán region. Furthermore, it analyzes how, through this process, these emerging entrepreneurs reconfigure their structures to ensure their continuity in the market. The thesis covers a study period of twenty -three years (2000-2023).

The research defines the emerging entrepreneur based on production themes, functions, background, and position concerning the means of production. It analyzes various perspectives on the concept of the entrepreneur were analyzed arguments from Marx, Schumpeter, and the social subject approach were taken up. Additionally, other writings on entrepreneurs were considered, this allowed us to know of how the entrepreneur has been interpreted and studied in recent decades. Since this is a business owner immersed in a long-standing industry in a region and in the reconfiguration of structures, the concept of the region as a social construction was recovered and based on this, the geographical delimitation of the study region was established.

The results of this thesis allowed us to understand the process of entrepreneurial formation as a gradual and planned process. Based on the analysis, aspects of its socio-technical configuration and its economic production units are described. Additionally, productive reconfigurations caused by crises over the last twenty-three years are detailed. It was found that emerging entrepreneurs, to ensure their market presence, adopted strategies in production (such as adapting alternative productive configurations), sales, design, and service offerings.

ÍNDICE

RESUMEN	IV
INTRODUCCIÓN	1
Objetivo general	4
Objetivos específicos	5
Pregunta rectora	5
Preguntas complementarias	6
CAPÍTULO 1. EMPRESARIOS EMERGENTES DE MARCA PROPIA. UNA DISCUSIÓN TEÓRICA-CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA	8
1.1 HACIA UN CONCEPTO DE EMPRESARIO	8
1.1.1 El empresario capitalista	9
1.1.2 El empresario como sujeto social	14
1.1.3 El empresario schumpeteriano	19
1.2 LA EMPRESA COMO CONCEPTO	27
1.3 POSICIONAMIENTO EPISTÉMICO	30
1.3.1 El configuracionismo como medio de conocimiento	30
1.3.2 Diagnóstico como reconstrucción de la realidad	34
1.3.3 Criterios metodológicos	36
1.4 CONCLUSIONES CAPITULARES	38
CAPÍTULO 2. CONOCIMIENTO ACUMULADO. EL EMPRESARIO COMO SUJETO DE ESTUDIO	42
2.1 ESTUDIOS SOBRE EL EMPRESARIO EN AMÉRICA LATINA	43
2.2 ESTUDIOS SOBRE EL EMPRESARIO EN MÉXICO	47
2.2.1 Relación estado-empresarios	47
2.2.2 Perspectiva histórica	49
2.2.3 Nuevos enfoques	50
2.3 APORTACIONES SOBRE ESTUDIOS DE EMPRESARIOS EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN	54
2.4 CONCLUSIONES CAPITULARES	54
CAPÍTULO 3. CONFIGURACIÓN EMPRESARIAL REGIONAL	57
3.1 LA REGIÓN COMO UNA ESTRUCTURA DE RELACIONES SOCIALES DE PRODUCCIÓN	57

3.2 CONFIGURACIÓN REGIONAL: DELIMITACIÓN GEOESPACIAL	59
3.3 INDUSTRIA EMBOTELLADORA	64
3.4 INDUSTRIA AVÍCOLA Y PORCINA	66
3.5 INDUSTRIA MAQUILADORA	67
3.6 CONCLUSIONES CAPITULARES	78
CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL EMPRESARIADO	81
4.1 DELIMITACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL EMPRESARIO EMERGENTE	82
4.2 ANTECEDENTES Y PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL EMPRESARIO EMERGENTE	88
4.3 CONFIGURACIÓN SOCIOTÉCNICA	91
4.3.1 Nivel de tecnología	91
4.3.2 Organización del trabajo	92
4.3.3 Relaciones laborales/ relaciones sociales de producción	94
4.3.4 Cultura del trabajo (laboral y empresarial)	96
4.4 UNIDAD ECONÓMICA DE PRODUCCIÓN	104
4.4.1 Relaciones con clientes y proveedores	104
4.4.2 Relación con instituciones	105
4.4.3 Relación con políticos	106
4.4.4 Relación con otros actores	107
4.5 CONCLUSIONES	109
CAPÍTULO 5. RECONFIGURACIÓN DE ESTRUCTURAS	114
5.1 RECONFIGURACIÓN INDUSTRIAL E IMPLICACIONES EMPRESARIALES	115
5.2 ACCIONES PARA GARANTIZAR SU PERMANENCIA Y RECONFIGURACIÓN DE ESTRUCTURAS	124
5.2.1 División de servicios productivos	124
5.2.2 Productiva	125
5.2.3 Mercado/ventas	126
5.2.4 Diseño	128
5.3 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y POLÍTICA ... 135	
5.3.1 Nivel de utilidades	135
5.3.2 Margen de ganancia	135

5.3.3 Competencia en el mercado nacional con productos internacionales	136
5.4 EL FUTURO DE LOS EMPRESARIOS EMERGENTES	138
5.4.1 Consolidar la marca regional	138
5.4.2 Aumento del reconocimiento	138
5.4.1 Tiendas físicas	139
5.5 CONCLUSIONES CAPITULARES	139
CONCLUSIONES GENERALES	144
BIBLIOGRAFÍA	157
ANEXOS	i

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector industrial.....	29
Tabla 3.1 Puebla: Participación porcentual de los municipios en la industria del vestido 2018	59
Tabla 3.2 Región: Población ocupada en el subsector fabricación de prendas de vestir 2018	60
Tabla 3.3 Región: La industria del vestido en la región de Tehuacán 2018.....	75
Tabla 4.1 Definición y características del concepto del empresario	82
Tabla 5.1 Reconfiguración del mercado de ventas por tamaño de empresa	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Proceso de toma de decisión	17
Figura 1.2 Empresario Schumpeteriano	20
Figura 3.1 División política de Tehuacán	61
Figura 3.2 Cadena productiva de la industria Textil-Vestido	71
Figura 3.3 Región: Comportamiento del número de establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir 2010-2020	73
Figura 3.4 Región: Edad de los establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir 2020	74
Figura 3.5 Región: Principales productos elaborados en los establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir 2020	74
Figura 5.1 Región: Posición del broker en la cadena de la industria del vestido	115
Figura 5.2 Región: Comportamiento del personal ocupado de la región de Tehuacán 2003-2018.....	118
Figura 5.3 Diagrama de flujo configuración 1	126
Figura 5.4 Diagrama de flujo configuración 2.....	127
Figura 5.5 Diagrama de flujo configuración 3.....	128
Figura 5.6 Diagrama de flujo configuración 4.....	129
Figura 5.7 Nacional: Importaciones de prendas de vestir	132

INTRODUCCIÓN

Los cambios en el modelo de acumulación a finales de siglo XX iniciaron un proceso de reestructuración productiva y generaron debates académicos acerca de las nuevas realidades del mercado de trabajo, entendiendo por este último el encuentro entre la oferta y la demanda de trabajo. Donde la oferta laboral está ejemplificada por “un actor racional que equilibra la utilidad que le dan las remuneraciones del futuro empleo con la satisfacción del ocio [...] que están acotados por estructuras diversas [...] y aspectos relacionados con la cognición” (pág.12). Por su lado, la demanda de trabajo es entendida como aquella

“construcción social, sobre todo del empresario, acotado por estructuras diversas del mercado del producto, de la oferta de trabajo externa a la empresa, construido y delimitado social, cultural y políticamente, por la interacción con otros actores como sindicatos, gobiernos u otras empresas, que se configuran y reconfiguran en torno de la construcción de la decisión y la estrategia de cuántos emplear, con qué características, y cuánto pagarles” (pág. 14).

En este contexto se centran aquellos estudios que resaltan la importancia de la actividad empresarial dentro de la discusión económica y en las políticas públicas en México (Ortiz, 2014). Esta tesis se enfoca en discutir el proceso de conformación de pequeños empresarios dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia en una región productiva con gran tradición en la industria del vestido, en especial, se centra en la conformación de un tipo de empresario que surge después de la crisis maquiladora, que inició en 2000, de la región de Tehuacán.

Analizar cómo ha sido el proceso mediante el cual un nuevo tipo de empresario en municipios del sureste de Puebla se ha conformado, tiene una profunda relación con mi trayectoria académica. El interés surge a partir de los resultados obtenidos de una investigación anterior. Durante el periodo 2016-2018 busqué caracterizar la reestructuración productiva de la industria del vestido en Tehuacán e identifiqué elementos económicos y sociales que permitieron al sector salir de la crisis de inicios de siglo.

Los resultados mostraron un proceso de formación de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir de marca propia y con ello se experimentó una reestructuración empresarial, dicha investigación abrió problemáticas de observación que requerían mayor profundidad como la derrama de conocimiento¹ durante el auge exportador, el proceso de formación empresarial, la apertura a nuevas actividades productivas como el diseño y la reconfiguración de estructuras, en ese sentido se propone la presente tesis doctoral.

Los principios que justifican esta tesis abordan dos cuestiones:

- Primera, en términos teóricos, se propone una manera diferente de hacer conocimiento sobre la conformación de empresarios. Podríamos subrayar al menos tres características de los estudios sobre empresarios en México: i) el empresario y su relación con el Estado (Luna, 1987; Garrido, 1988; Millán, 1988), ii) estudios empresariales desde la perspectiva regional, histórica y familiar (Alba, 1992; Gamboa, 2004, 2005; Cerutti, 1992, 2007; Galindo, 2002; Almaraz y Ramírez, 2018), iii) análisis en el marco de globalización económica, apertura comercial y exportación productiva (Santiago, 2011; Puga, 1994).

Esta tesis se enmarca en los estudios del empresario desde el enfoque configuracionista (Hernández, 2004, 2006a, 2012, 2015; Laval y Dardot, 2013; Maza y Ortiz, 2016; Maza, García y Pérez, 2014), se centra en el proceso de conformación de empresarios, en particular de aquellos que surgen tras una reestructuración productiva, comercial y de acumulación, además se busca analizar cómo a través de este proceso complejo los empresarios reconfiguran las estructuras en las que se desenvuelven para garantizar su permanencia. Por lo cual, la presente propuesta pretende profundizar en temas de reciente interés y poco examinado.

- Segunda, aunque esta investigación no tenga como objetivo la medición, evaluación o propuesta de una política pública se genera un posicionamiento crítico a partir de la información obtenida, se trata de una tesis que ayuda a visibilizar escenarios

¹ Transferencia involuntaria de conocimiento de empresas multinacionales hacia una o más empresas locales (Matus, Carrillo y Gomis, 2018).

concretos para la formación de una conciencia social crítica que coadyuve en la formulación de estrategias públicas.

En este sentido, realizar un análisis sobre la conformación de empresarios reclama la necesidad de generar conocimiento capaz de transformar la realidad. Por lo cual, en la presente tesis se retoma el paradigma configuracionista, método científico donde el investigador parte de un concreto y lo traslada a un plano abstracto y regresar a un concreto construido además de vislumbrar un significado del desarrollo histórico de la sociedad (De la Garza, 2018).

Con el enfoque configuracionista determinamos la conformación de empresarios como un proceso sujeto a estructuras, subjetividades y acumulación de significados, donde los empresarios además de ser sujetos que participan en un proceso de reestructuración productiva estos otorgan significado a las circunstancias y se van reconstruyendo como empresarios en búsqueda de impulsar su desarrollo.

Esta construcción dialéctica no solo permite analizar la reconstrucción del empresario Tehuacanense y el proceso productivo al interior de sus empresas, sino que muestra como este proceso de conformación ha configurado el espacio regional y los diversos niveles sociales (económico, social, político, cultural, etc.). Bajo el método configuracionista profundizamos en el significado dado por los empresarios a su proceso de conformación, por lo cual los empresarios son vistos como parte activa y sustantiva del problema de investigación.

Además, esta investigación tiene como directriz una realidad como “proceso articulado y en movimiento hacia transformaciones posibles” (Zemelman, 1989, pág. 50). Por lo que, es necesario identificar las principales categorías mismas que dignifican las múltiples relaciones del sujeto con su contexto. En términos de esta tesis la principal categoría es la de empresario.

La perspectiva configuracionista da al investigador un papel central y activo en la investigación debido a que adopta un enfoque integral para interpretar dinámicas y configuraciones contextuales a través del ajuste de herramientas teóricas y metodológicas para captar particularidades del fenómeno de estudio, contrario a lo que indica el método positivista donde el investigador adquiere una postura objetiva y neutral. Por lo cual, debe

puntualizarse que, si bien esta tesis está escrita en infinitivo, es decir, de forma impersonal, sin sujeto específico ni momento concreto por ser una forma de escritura tradicional o común, no significa que en esta tesis no esté presente mi postura crítica y activa como investigadora.

En este orden de ideas, el periodo de estudio ha sido seleccionado a partir de dos premisas. Primero, el proceso de conformación empresarial que se busca interpretar, resignificar y describir obedece a un tipo de empresario de marca propia, mismo que surge en la región de Tehuacán posterior a la crisis de demanda en la industria del vestido a principios de siglo. Segundo, la tesis también busca describir las reestructuraciones que ha sufrido la industria del vestido y para ello es necesario profundizar en las crisis que le han afectado, en ese sentido consideramos la crisis de 2000 que continuó hasta el 2008 (periodo crítico del modelo maquilador), la fragmentación de actividades productivas que provocó el aumento considerable de micro establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir entre 2018-2019, y la crisis económica y sanitaria a causa del virus SARS-CoV-2, que llega a México en 2020, con la finalidad de analizar sus implicaciones y las reacciones que estas resignificaron para los empresarios.

Expuesto lo anterior, en las siguientes líneas se presentan los objetivos y preguntas de investigación que sustentan esta tesis.

Objetivo general

Describir, resignificar e interpretar el proceso de conformación de un nuevo tipo de empresario emergente que surge postmaquila dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia en la región de Tehuacán, Puebla 2000-2023.

Se trata de un empresario que se desenvuelve en la industria del vestido, un sector de larga tradición que ha experimentado diversos cambios generacionales². El empresario en cuestión representa la nueva generación, caracterizada por su origen como trabajadores en grandes maquiladoras de exportación. A este empresario lo hemos denominado emergente y

² Esta investigación recurre al concepto de generación en el sentido que lo define Dilthey (1875), “como una entidad constituida por un conjunto de individuos que han vivido en el mismo momento una experiencia histórica determinada e irrepetible, obteniendo ella la propia orientación moral y el sentido de compartir un destino común” (Donati, 1999). Es decir, este conjunto de individuos se caracteriza por experimentar ciertos acontecimientos históricos en un momento determinado, por ejemplo: generación industrial, generación exportadora y generación emergente.

no empresario de marca propia porque eso sería acotarlo solamente a su producto final, el concepto de empresario emergente está en constante tensión, condicionado por factores sociales, culturales, económicos y políticos. **No se trata de un empresario de forma impersonal** (no tiene sujeto concreto) sin referirse a un momento determinado ya que solo se describe el hecho o circunstancia. **No se trata de un empresario atípico** ya que al tener registrada una marca propia hablamos de un empresario formal. **Tampoco se trata de un empresario tradicional** cuya única función es ser el dueño de los medios de producción. **No se reduce a un subarriendo del trabajo**, es decir, el intermediario entre el capitalista y el obrero, cuya ganancia, según Marx, se obtiene de la diferencia entre el precio del trabajo pagado por el capitalista y la parte que llega a manos del obrero, este tipo de empresarios (subarriendo) surgen en el contexto del modelo de subcontratación y trabajo a domicilio donde “la explotación de los obreros por el capital se lleva a cabo aquí mediante la explotación del obrero por el obrero” (Marx, 2009.a, pág. 675).

Objetivos específicos

- Describir la reconfiguración productiva provocada por las crisis económicas y sanitaria de los últimos años, analizando las implicaciones y reacciones que esta resignificó para los empresarios
- Identificar los saberes/conocimientos asociados a la condición de empresarios que adoptaron durante su conformación como empresario
- Identificar de qué manera los nuevos empresarios emergentes establecen sus relaciones de producción
- Determinar de qué manera a través del proceso de su conformación los empresarios reconfiguran la estructura económica y política para garantizar su permanencia

Pregunta rectora

¿Cómo ha sido el proceso de conformación de un nuevo tipo de empresario emergente que surge postmaquila dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia en la región de Tehuacán, Puebla 2000-2020?

Preguntas complementarias

El proceso de conformación empresarial ha estado vinculado a diversos escenarios económicos y políticos poco favorables, para fines de esta investigación mencionaremos tres. Primero, la desaceleración de la industria del vestido a nivel internacional de principios de siglo y que se agravó en 2008, que marcó el fin del modelo maquilador para las regiones de México y con ello se experimentó la caída del sector debido a varios factores, entre los que podemos resaltar una crisis de demanda (Sosa y Rangel, 2007; Hernández, s.f.; Martínez de Ita, Sánchez y Campos, 2005), la entrada de China al mercado del vestido (Muñiz, 2014; Santiago, 2011) y el otorgamiento de preferencia unilateral a países del Caribe y África Subsahariana (Barrios y Santiago, 2003). Segundo, entre 2018 y 2019 la industria del vestido regional experimentó un incremento considerable de micro empresas debido a la fragmentación de actividades productivas, misma que propició el surgimiento de configuraciones productivas alternativas al tradicional. Tercero, a partir de 2020 se experimentó una doble crisis; económica y sanitaria a causa del virus SARS-CoV-2. Debido a esta prolongada pandemia la industria del vestido se ha visto fuertemente afectada por la reducción de ventas.

Por lo cual, es necesario hacerse el siguiente cuestionamiento:

- ¿De qué manera las crisis económicas y sanitarias de los últimos años han propiciado un contexto de retos para los empresarios y cuál ha sido la reacción de ellos?
- ¿Qué nuevos saberes/conocimientos asociados a la condición de empresarios adoptaron durante su conformación como empresario?

La reestructuración productiva de la región de Tehuacán se caracterizó por cambios tanto en la configuración sociotécnica como en las unidades económicas de producción de la industria, pero también suponemos cambios tanto en la composición de los empresarios como en las relaciones de producción (capital-trabajo), en este sentido nos preguntamos:

- ¿De qué manera los empresarios emergentes establecen sus relaciones de producción?

En el proceso de conformación empresarial, los empresarios han seguido estrategias y alianzas para garantizar su permanencia generando, de esta manera, procesos de continua reestructuración, por lo cual nos cuestionamos:

- ¿De qué manera a través del proceso de su conformación, los empresarios emergentes reconfiguran la estructura económica y política para garantizar su permanencia?

De esta manera se estructura la presente tesis en cinco capítulos. En el primero se realiza una reflexión sobre las diferentes posturas sobre el concepto del empresario y empresa. Se expone el posicionamiento onto-epistémico donde además de profundizar sobre el enfoque del configuracionismo se presenta el diseño metodológico y los criterios de selección de los entrevistados.

El segundo capítulo es un recorrido por el conocimiento acumulado. Se analiza la literatura existente que aborda temas sobre empresarios en América Latina, en México y particularmente en la región de Tehuacán. Esta exploración tiene como objetivo resaltar las principales corrientes investigativas y mostrar las transformaciones que ha experimentado la figura del empresario. En el tercer se hace un análisis por periodos del desarrollo empresarial en la región de Tehuacán. La información se centra en el tipo de empresario que se gestó en cada una de las actividades que se desarrollaron en territorio que van de los años sesenta hasta los empresarios emergentes; dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia.

En el capítulo cuatro se delimita el concepto de empresario emergente con la finalidad de diferenciarlo de otras concepciones con los que se pudiera confundir. Se describen sus antecedentes productivos y laborales. Asimismo, se analiza el proceso de construcción empresarial a través de dos niveles de abstracción: configuración sociotécnica (tecnología, organización del trabajo, tipo de comunicación, relaciones laborales y cultura del trabajo) y unidad económica de producción (relaciones con clientes, proveedores, instituciones, Estado y otros actores).

En el quinto capítulo se exponen las reconfiguraciones industriales de la región a lo largo de las dos últimas décadas, resultado de las crisis acontecidas (2000, 2008, 2018-2019 y 2020). Se exploran las implicaciones que estas tuvieron en el ámbito empresarial. De igual manera, se enlistan las acciones adoptadas por el empresario emergente con la finalidad de garantizar su permanencia en el mercado y se esquematizan las configuraciones productivas alternativas que surgieron como parte de dichas estrategias. Como cierre del capítulo, se examina la estructura económica y política actual, reconfigurada por el empresario emergente.

CAPÍTULO 1. EMPRESARIOS EMERGENTES DE MARCA PROPIA. UNA DISCUSIÓN TEÓRICA-CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA

El objetivo del presente capítulo es presentar el marco teórico conceptual y epistémico con la finalidad de apropiarnos de argumentos que nos ayuden a interpretar y resignificar el proceso de conformación de empresarios de marca propia³. Debido a la naturaleza del sujeto que se estudia es importante abrir los conceptos de empresario y empresa de manera que se formule una definición adecuada para esta realidad. Para ello el capítulo se divide en tres secciones, en la primera parte se discuten tres corrientes teóricas sobre el concepto de empresario: empresario capitalista, sujeto social, empresario schumpeteriano.

En la segunda sección se especifica que esta tesis hace uso del concepto de empresa y se diferencia de concepciones como organización, fabrica, taller y maquiladora por ser percepciones que se utilizan de manera indiscriminada como sinónimo de empresa pero que no reflejan la realidad del empresario emergente. En la última sección se desarrolla una reflexión y argumentación sobre el planteamiento onto-epistémico y el diseño metodológico que se sigue en esta investigación: el configuracionismo.

1.1 HACIA UN CONCEPTO DE EMPRESARIO

En la historia del pensamiento económico ha existido gran debate en torno al término “empresario”⁴, este ha pasado por diversas interpretaciones, desde un capitalista activo que, en la búsqueda de su propio interés, invierte y administra un negocio para mejorar su condición económica, hasta un organizador, definido como el actor principal en el proceso de producción (Santos, 1997). Lo anterior plantea la necesidad de discutir las principales

³ Para ello se debe tener en cuenta que se estudia a una región conformada por cinco municipios del sureste de Puebla cuya principal actividad económica, al menos en los últimos veinte años, ha sido la industria del vestido. Hablamos de municipios con población mayormente indígena, territorios cuyos empresarios industriales son, en su mayoría, extrabajadores de grandes maquiladoras exportadoras de donde obtuvieron el conocimiento previo. Es decir, conocer el contexto histórico, económico y social de la región de Tehuacán se vuelve trascendental para elegir la teoría ad hoc para abordar el concepto de empresario.

⁴ “La figura del empresario quizá no haya constituido uno de los temas fundamentales de la ciencia económica pero sí ha sido un motivo de reflexión para numerosos autores y las referencias e intuiciones acerca de su función han sido numerosas. Algunos economistas de primera línea situaron la función empresarial entre sus mayores preocupaciones y la convirtieron en la pieza clave de su visión económica” (Díaz, 2009, pág. 11).

perspectivas teóricas. Por ello, a continuación, se retoman tres enfoques que ayudaran a construir una definición propia de empresario.

Antes de adentrarnos en este enfoque teórico, es importante precisar que en la teoría del pensamiento económico se atribuye a Richard Cantillon la introducción del concepto de empresario en la literatura (Santos, 1997; Hoselitz, 1971 y Vilar, 1978). Cantillon es reconocido como el pionero en el uso del término *entrepreneur*, una palabra de origen francés que se ajusta de manera más precisa al significado en español de empresario. La contribución de Cantillon consiste en asignar al empresario el papel de asumir la incertidumbre. Aunque no es objetivo de este trabajo hacer un recorrido teórico-cronológico sobre el empresario, resulta relevante hacer esta precisión y discutir solo aquellos apuntes relevantes para esta investigación.

1.1.1 El empresario capitalista

El primer enfoque al que se recurre es la perspectiva de Carlos Marx, que define al empresario en el contexto de la estructura capitalista y de las relaciones sociales de producción que en él se originan; relaciones de dominio y subordinación entre capitalistas y obreros. En las obras de Marx, el concepto de empresario no se menciona de manera explícita, sino que se personifica como el representante de determinados intereses bajo la categoría económica ‘capitalista’⁵. Por lo que, a partir de este momento, en la sección dedicada a Marx, utilizaré el término ‘capitalista’ para referirme a esta figura.

El capitalista, en cuanto a las relaciones de producción, será aquel poseedor de capital⁶, “dotado de conciencia y de voluntad, en la medida en que sus operaciones no tienen más motivo propulsor que la apropiación progresiva de riqueza abstracta” (Marx, 1975.a, pág. 186). En este sentido, para que dicha riqueza surja, se requiere de un proceso de valorización y circulación del capital, en el cual el capitalista se convierte en un elemento imprescindible.

⁵ Marx desde el prólogo deja claro que no se refiere al capitalista u obrero como individuos, sino que se refiere a “personas en cuanto personificación de categorías económicas, como representantes de determinados intereses y relaciones de clase. Quien como yo concibe el desarrollo de la formación económica de la sociedad como un proceso histórico–natural, no puede hacer al individuo responsable de la existencia de relaciones de que él es socialmente criatura, aunque subjetivamente se considere muy por encima de ellas” (Marx, 1975.a, pág. 8).

⁶ Capital que surge del proceso de circulación simple de mercancías

Este proceso capitalista al que se hace referencia Marx lo denomina ‘Primer ciclo del capital’ y está delimitado por las siguientes tres fases: i) el capitalista compra los medios de producción y la fuerza de trabajo necesaria para realizar el proceso de trabajo y vigila que el obrero consuma, trabajando eficientemente, los medios de producción sin gastar más allá de lo racional, ii) con la adquisición de los medios productivos se crean las mercancías y se genera un valor que en sí mismo contiene el valor de la mercancía y la plusvalía; iii) el capitalista vende las mercancías producidas y obtiene capital monetario a cambio. Este ciclo está representado bajo la siguiente forma:

$$D - M \dots P \dots M' - D'$$

Donde D' es el valor de M' y puede representarse como $D' = D + \text{plusvalía}$, y M' representa las mercancías producidas (ya sea que estén destinadas a servir como medios medios de producción o su propósito sea la de consumo final) cuyo valor es superior a M y D . “Las tres fases del proceso del capital corresponden a dos esferas diferentes, la circulación y la producción (lugar donde se crea una mercancía nueva, así como un plusvalor)” (Marx, 2009, pág. 655).

Marx asegura que, de este proceso de producción capitalista, lo que verdaderamente le interesa al capitalista “no es el propio producto palpable, sino el excedente de valor del producto por encima del valor del capital consumido por él” (Marx, 1976, pág. 47). En este sentido, la elaboración de mercancías constituye, para el capitalista, un recurso de apropiación de ganancia y para que el capitalista se apropie de la plusvalía, el capital adelantado que el capitalista invirtió debe perder su condición de mercancía y recobrar su forma de dinero⁷, tal y como se explicó en el ciclo del capital.

Según Luxemburgo (1913), si bien la obtención de ganancias es el motor que impulsa al capitalista, la verdadera fuerza impulsora radica en la absorción, a través de la producción capitalista, de ganancia ilimitada⁸. Por lo tanto, con el fin de que el capitalista pueda

⁷ Aquí el dinero aparece como “la forma común en la que todas las mercancías como valores de cambio se transforman [...] el dinero no nace de una convención [...] Nace naturalmente del cambio y en el cambio, es su producto” (Marx, 2007, pág. 93). Debemos recordar que el dinero, según Marx, tiene tres formas; como medida de valor, como medio de circulación y como valor autónomo.

⁸ El término ilimitado se emplea para describir el deseo del capitalista de obtener ganancias en constante aumento.

apropiarse de una cantidad cada vez mayor de ganancias, este capitalista mediante sus acciones, dentro de las relaciones sociales de producción, debe propiciar los siguientes escenarios:

- 1. Reproducción ampliada.** Este proceso ampliado se da cuando una parte de la plusvalía se capitaliza para incrementar el volumen de producción, con esta ganancia acumulada el capitalista adquiere medios adicionales de producción y fuerza de trabajo, así es como se da un proceso espiral constante y monótono de acumulación con cada ciclo. De esta manera, conforme va creciendo el capital global se produce un “aumento absoluto en el volumen del capital dinerario [...] se vuelve también más fácil la segmentación del mismo, de manera que lo invierte más rápidamente en un negocio determinado, sea en manos del mismo capitalista, sea en otras manos” (Marx, 2009, pág. 609).

Es la misma estructura capitalista⁹ quien provee un escenario donde se elaboran todo tipo de mercancía y medios de producción, así como la disposición de obreros. El capitalista puede generar esta ampliación a través de la competencia y el resultado será que el capitalista que consiga incrementar su producción absorberá los medios de producción y obreros que han quedado libre por la exclusión del mercado de otros capitalistas.

A raíz de lo anterior, las relaciones sociales de producción generan, en el proceso de circulación, una estructura en la que se originan relaciones de competencia, competencia entre capitales. En dicha estructura, los capitalistas no se enfrentan al capital en sí, sino a su esencia misma. Es por ello por lo que para Mandel (1969) la competencia determina la dinámica del capitalismo.

- 2. Modificación de la composición orgánica del capital (COC)¹⁰.** Lo que realmente se busca con esta estrategia es la reducción del tiempo necesario de producción a través del cambio tecnológico. De acuerdo con Marx, el éxito consiste en que la introducción de maquinaria más sofisticada origina un aumento en el rendimiento laboral.

⁹ “La apetencia de plusvalía que sienten los capitalistas individuales y la concurrencia entablada entre ellos, así como los efectos automáticos de la explotación y concurrencias capitalistas” (Luxemburg, 1913, pág. 12).

¹⁰ Marx denomina Composición orgánica del capital (COC) a la relación entre la composición de valor y composición técnica.

3. Sobreexplotación de la fuerza de trabajo¹¹. En este punto se hacen notables las **relaciones de dominación**¹² y **subordinación** que se establecen en las relaciones sociales de producción. En la estructura capitalista, el capitalista compra la fuerza de trabajo en el mercado, el valor de esta depende del tiempo de trabajo necesario para la producción y reproducción de cierta mercancía y está determinado por el trabajo medio social objetivado en ella. El obrero adelanta al capitalista el valor de su fuerza de trabajo y este último paga por la fuerza de trabajo después haberla consumido.

El proceso laboral se divide en dos etapas, en la primera el obrero produce el valor de su fuerza de trabajo y en la segunda el obrero gasta su fuerza más allá del trabajo necesario generando plusvalor para el capitalista. De ahí que **los capitalistas**, como clase social, **buscan incrementar sus ganancias prolongando ilegalmente el tiempo de trabajo necesario**. Es decir, mediante la prolongación o intensificación del uso cotidiano de la fuerza de trabajo es posible producir más sin necesidad de que el capitalista desembolse capital dinerario adicional.

Asimismo, la prolongación de la jornada laboral acorta el tiempo durante el cual debe adelantarse el valor del capital fijo para generar cierta ganancia¹³, de ahí que para Marx las condiciones de vida de los obreros sea un método para aumentar la tasa de ganancia del capitalista. Otro aspecto de suma importancia es la **obtención de plusvalía mediante la reducción del salario por debajo de su valor**, considerando todo lo demás constante, una disminución en el salario crea un nuevo valor cuya distribución favorece al capitalista.

Respecto a la sobreexplotación de la fuerza de trabajo es necesario visibilizar dos fenómenos que se presentan en el proceso de consumo de fuerza de trabajo. Primero, **el**

¹¹ Por fuerza de trabajo o capacidad de trabajo se entiende un “conjunto de las facultades físicas y mentales que existen en la corporeidad, en la personalidad viva de un ser humano y que él pone en movimiento cuando produce valores de uso de cualquier índole” (Marx, pág. 203).

¹² El análisis de Marx no se refiere a la dominación entre personas, sino a la dominación de personas por estructuras sociales que son creadas y sostenidas por las propias personas.

¹³ La ganancia de los capitalistas será mayor cuando mayor sea el número de horas durante las cuales se mantenga en funcionamiento la maquinaria ya que “el espacio de tiempo en el cual se reproduce el valor de la maquinaria [...] se halla prácticamente determinado no por el transcurso de su mera duración, sino por la duración total del proceso laboral durante el cual actúa y se consume” (Marx K. , 2009.c, pág. 95).

obrero trabaja bajo el control del capitalista y este vigila que el proceso de trabajo se realice economizando los medios de producción¹⁴. Segundo, la mercancía producto del proceso de producción es propiedad del capitalista, no del obrero. **El capitalista paga al obrero el valor de su fuerza de trabajo y por consiguiente le pertenece el uso de esta.**

Este tercer escenario adquiere una relevancia fundamental en el contexto de esta investigación, ya que, como lo menciona Marx en el capítulo 24 del tomo I de El Capital; **es a través de la explotación de la fuerza de trabajo y su acumulación correspondiente que pequeños artesanos y/u obreros asalariados se transformaron en pequeños capitalistas.** Esta situación es la que se experimenta la región de Tehuacán, ya que muchos de los empresarios industriales actuales fueron asalariados durante el auge exportador.

- 4. Economización.** Algunas de las estrategias economizantes que menciona Marx son: instalaciones estrechas e insalubres, falta de medidas y medios de protección en el proceso productivo y para los obreros, así como la concentración de obreros en gran escala que permite el ahorro en materia de construcción, calefacción, alumbrado y demás servicios.

Esta lógica de acción permite establecer el primer supuesto que retomaremos para la investigación; el fin último de cada capitalista es la búsqueda de ganancias ilimitadas. La investigación recurre a este principio porque se coincide con Mandel (1971) cuando asegura que para poder comprender el comportamiento racional¹⁵ de los capitalistas es necesario considerar la teoría de la plusvalía de Marx.

Hasta aquí cristalizamos tres características del capitalista; i) poseedor de capital, ii) dueño de los medios de producción y de la fuerza de trabajo, y iii) directivo, vigilante y mediador del proceso de trabajo¹⁶.

¹⁴ Este último punto es lo que Marx define como subsunción formal, misma que “consiste en que el trabajador pasa a estar bajo la vigilancia y por tanto el mando del capital o del capitalista [...] en cuanto el trabajador vende por un salario y para un tiempo determinado su capacidad de trabajo al capitalista debe él mismo, como trabajador, entrar en el proceso de trabajo en calidad de uno de los dos factores con los que trabaja el capital” (Marx, 2005, pág. 19) .En resumen, se le llama subsunción formal al proceso mediante el cual el trabajo y el obrero están bajo el control del capital.

¹⁵ Prolongación de jornada laboral, acumulación ilimitada de capital, reducción de costos mediante la incorporación de tecnología.

¹⁶ Este último punto está ligado al tema de la explotación, situación que a Marx le interesa visibilizar: el capitalista aumenta su plusvalía absoluta mediante la prolongación de la jornada de trabajo, el capitalista

Siguiendo este argumento encontramos que, **para lograr la obtención de ganancias, el capitalista se enfrenta a ciertas restricciones**, mismas que están definidas por estructuras económicas, sociales, políticas, culturales, construidas que delimitan o trazan la ruta de cada acción. Respecto al último punto Marx en el Dieciocho Brumario¹⁷ argumenta que “los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido delegadas del pasado” (Marx, 2003, pág. 13). Por lo tanto, estas restricciones delimitan un escenario individual del capitalista -como persona-, por lo cual cada capitalista toma acciones concretas que se definen con racionalidad¹⁸. **Este es el segundo supuesto que nos ayuda entender la lógica diferenciada de los empresarios de la región de Tehuacán.**

Por último, es importante destacar que, si bien los supuestos de Marx sobre el capitalista reflejan aspectos de la realidad, no la acotan en su totalidad. Esto sugiere la búsqueda de mayor conocimiento acumulado, ya que los empresarios no solo se constituyen en lo productivo o comercial sino también en el plano social. Por lo que, teniendo en cuenta las restricciones expuestas en líneas anteriores, se retoma la postura marxista del empresario como sujeto social, misma que explica la acción del empresario en función de sus relaciones entre estructuras.

1.1.2 El empresario como sujeto social

A inicios del presente siglo empezó a cobrar relevancia, dentro de la línea de estudios laborales, la postura de ver al empresario como sujeto social¹⁹ (Hernández, 20006.a, 2006.b,

“Impone a la clase obrera la ejecución de más trabajo del que prescribe el estrecho ámbito de sus propias necesidades vitales” (Marx, 1975.a, pág. 376).

¹⁷ El dieciocho Brumario de Luis Bonaparte es una de las obras más importantes del Marxismo su objetivo es explicar el golpe de Estado del 2 de diciembre de 1851.

¹⁸ Dichas restricciones, a mi entender, podrían denominarse estructuras ajenas a la voluntad de los empresarios, este es un concepto que se amplía en el siguiente apartado.

¹⁹ “El abordar al empresario desde esta perspectiva implica [...] analizarlo en el proceso por el cual el empresario se constituye o no como sujeto colectivo” (Hernández, 2004, pág. 13). “La fuerza conceptual de la palabra ‘sujeto’ reside en su capacidad de nominar no a un grupo o a una persona, sino la relación compleja entre ese grupo o a esa persona con el mundo circundante y, especialmente, el papel que desempeña en ese mundo de su actividad” (Tarín y Rivas, 2018, pág. 14). En resumen, esta perspectiva teórica se aleja de la visión tradicional al afirmar que el sujeto no puede considerarse simplemente como un individuo, un actor o una

2012, 2015; García, 2018). Esta postura marxista recupera elementos olvidados por otros enfoques de reciente difusión, surgen con el objetivo de “explicar la acción empresarial a partir de las relaciones entre las estructuras, su subjetividad y sus prácticas” (Hernández, 2006.b, pág. 178). Para comenzar la discusión de este enfoque es necesario recordar dos principios. Primero, Marx buscó expresar, con la categoría de sujeto, el carácter activo y transformador de los seres humanos, destacando lo histórico y social de las estructuras que ejercen acción sobre la acción de estos.

Segundo, **esta postura acentúa el concepto de configuración²⁰ de De la Garza** de la cual recupera algunos elementos teóricos entre los que destacan una concepción de realidad construida por niveles en continuo movimiento y la idea de que las estructuras no determinan la acción de los sujetos, pero si ejercen presión sobre ellas. El concepto de configuración permite entender como los sujetos toman decisiones con base en un conjunto de estructuras interrelacionadas que se van configurando.

La perspectiva de sujeto social plantea a un sujeto que se mantiene en constante interacción con otros y en este proceso genera significados, no solo económicos. Un “sujeto social mediado por subjetividad en interacción con las estructuras, generando acciones en un espacio de posibilidades” (Hernández, 2015, pág. 20). Es decir, presenta a los empresarios como “sujetos situados en relaciones múltiples y heterogéneas, las cuales conforman el espacio que los determina en la naturaleza de su movimiento” (Zemelman, 2010, pág. 357).

Se trata de una perspectiva que considera la **acumulación de significados subjetivos²¹** que “actores como los empresarios emplean para configurar significados en la actividad diaria, movilizandolos, recreando significados y legitimando valores colectivos, dando así sentido al mundo de la empresa, la economía, la familia, la sociedad” (Hernández, 2006.a, pág. 222).

persona definida por sí misma. En cambio, se reconoce que el sujeto está constantemente condicionado por una compleja estructura de relaciones sociales.

²⁰ “La configuración se puede definir como un arreglo de relaciones entre diversos elementos ubicados en distintos niveles que pueden estar en relaciones fuertes o débiles, que no conforman un sistema dual sino un constructo continuo en articulación y desarticulación con diferentes grados de estructuración” (García, 2018, pág. 54).

²¹ Área poco abordada en estudios empresariales.

Este **proceso de subjetivación** implica, para los empresarios, descubrir elementos anteriormente estructurados apropiadas para cada sujeto. Es decir, es necesario reconocer que hay estructuras en diversos niveles (sociales, culturales y personales) y que las relaciones entre ellas deben ser interpretadas, significadas y diferentes para cada sujeto²².

La **subjetividad**, desde esta perspectiva se constituye por: i)) la carga social de significados que los sujetos tienen; ii) mediaciones de los diversos niveles de las estructuras en las que se insertan; iii) de sus acciones individuales. Todos estos elementos en constante interacción.

Ahora bien, el proceso a través del cual el empresario da significado²³, construye el conocimiento y configura su acción está estrechamente relacionado con lo que De la Garza llama procesos de selección de significación socialmente aceptados en el que diversos códigos se mezclan, se afrontan, se equilibran o rompen (Hernández, 2006.a). “Los sujetos dan significación a los conflictos en la estructura a través de una visión del mundo (De la Garza, 1992, pág. 39).

Para sistematizar estos significados se recurre al concepto de **configuración subjetiva** entendida como “el arreglo o red específica de códigos provenientes de los campos de la cognición, valorativos, sentimentales, expresados -o no- discursivamente, y combinados en parte en forma pseudoinferencial, a través de categorías de razonamiento cotidiano” (De la Garza, 2018, pág. 195) y constituye un filtro mediante el cual los empresarios realizan procesos reflexivos.

Siguiendo con los planteamientos expuestos es importante resaltar que esta perspectiva supone que cada empresario tiene ciertas restricciones que guía su proceso de conformación, dichas restricciones contienen entramados de significados que a través de

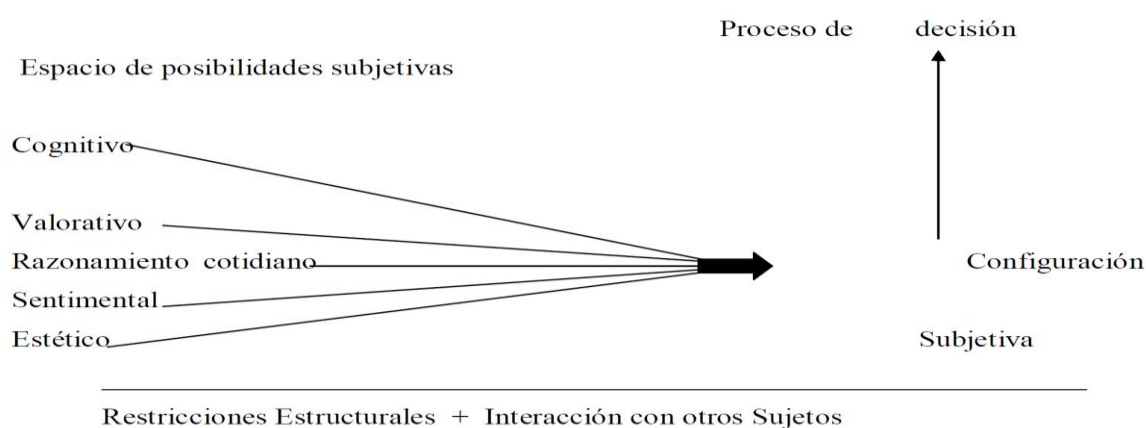
²² “La subjetividad no es la suma de estas estructuras que entran en juego para dar significado” (De la Garza, 1992, pág. 40). La subjetividad es “el proceso de dar sentido, de interpretar la realidad; este concepto no se asimila a lo arbitrario, ni a lo irracional, sino que supone que toda relación del sujeto con sus mundos de vida presupone una interpretación, incluidos los sentidos que provienen del conocimiento científico y la meta del máximo beneficio” (Hernández, 2006.b, pág. 180).

²³ Respecto al proceso de apropiación de significados los autores que siguen esta postura hacen referencia a la apropiación de “propiedades de campos de relaciones específicos y diversos; cada uno con sus propios entramados de códigos altamente estructurados que constituyen prioridades que presionan al sujeto y lo influyen” (García, 2018, pág. 66).

procesos de interpretación interactúan con diferentes estructuras (De la Garza, 2015). Estas restricciones ejercen presión sobre la toma de decisiones de los empresarios, les genera un espacio de posibilidades. Es decir, la acción del empresario se fundamenta en un “conjunto de variables estructurales y relacionales que se configuran respecto a diferentes campos subjetivos [...] conocimiento, valores, razonamiento cotidiano, sentimientos y estética” (Hernández M. , 2006.a, pág. 221). (ver, Figura 1.1)

Figura 1.1

Proceso de toma de decisión



Nota. De Hernández, 2006.b, pág. 179.

Respecto a este último punto donde el accionar del empresario se encuentra presionado por estructuras -objetivas, subjetivas e intersubjetivas- cabe resaltar que estas ejercen presión en diversos grados, esto sucede porque las estructuras al entrar en interacción generan contrapeso y en algunos casos la transferencia de presiones estructurales²⁴.

Derivado de lo anterior, es necesario aclarar que **esta postura de sujeto social no busca negar que el empresario es un ser racional que busca la ganancia, sino que integra al discurso que su decisión no está determinada por un solo principio, sino que está mediada por el sentido que se le da a una situación determinada y a la acción per se. De**

²⁴ Maza y García afirman que los sujetos no solo actúan porque se encuentren en determinadas condiciones sino porque estas “son traducidas en términos subjetivos, antes de emprender las acciones los sujetos siempre tienen algún tipo de reflexión sobre ellas, que no depende únicamente de las condiciones materiales y estructurales, sino que en ellas puede influir la cultura, religión, estética u otros insumos de la subjetividad” (Maza y García, 2016, pág. 25).

esta manera se gesta una **configuración cultural**, este concepto es retomado por esta investigación ya que engloba la “acumulación de significados históricamente entendidos y que en la práctica diaria ayudan a crear significado, legitiman valores colectivos dando sentido al mundo de la empresa y del trabajo” (Hernández, 2010, pág. 203).

Asimismo, la postura de sujeto social implica analizar al empresario por niveles de abstracción a través de dimensiones interrelacionadas entre sí, dentro y fuera de la empresa. Para ello esta investigación se apoya en los conceptos de **configuración sociotécnica** y **unidad económica de producción**. El primer nivel hace referencia al proceso interno de la empresa que tiene como objetivo el aumento de la productividad o calidad de procesos productivos, De la Garza (2012) la define como la combinación de elementos como el nivel de tecnología utilizado en el proceso productivo, la forma de organización del trabajo, las relaciones laborales, el nivel de calificación de mano de obra y la cultura gerencial y laboral. Dicha configuración, puede entenderse como una estructura microeconómica de la empresa, la cual influye en sus perspectivas de crecimiento o crisis. El segundo nivel engloba particularidades que surgen fuera de la empresa y que si bien influyen en lo interno corresponde a otros procesos e incluye:

“las relaciones con clientes y proveedores, con el mercado de trabajo local, con culturas e instituciones y actores sindicales y políticos, con el mercado del dinero y de la tecnología, enmarcados en cierta normatividad jurídica no solo laboral, formando o no clústers y cadenas productivas”
(De la Garza, 2012, pág. 119).

Desde el punto de vista teórico-metodológico, esta propuesta se sitúa en el marco reconstructivista, es decir, la visión del empresario como sujeto permite “la reconstrucción del sentido subjetivo de la acción, donde **los sujetos sociales son vistos como parte activa y sustantiva de ésta, al generarla y transformarla**” (Hernández, 2006.b, pág. 181). Es importante subrayar esta característica del enfoque debido a que son los empresarios emergentes quienes se van constituyendo a través de sus acciones mediadas por subjetividades y estructuras.

Otro concepto central para la investigación que se retoma de la postura del sujeto social es el de **configuración productiva**. Neffa y De la Garza (2010) presenta una discusión

sobre lo que en la literatura conocemos como modelos productivos que están presentes fuera de las racionalidades capitalistas. En términos generales los modelos productivos son entendidos como la manera en que las empresas determinan ciertas actividades para obtener su ganancia y que están definidas por cada realidad productiva específica. Sin embargo, este concepto “trae consigo la noción de la coherencia entre los elementos que entran en juego en el manejo de la empresa, así como la aceptación por parte de los actores involucrados” (Maza, García, y Pérez, 2014, pág. 183). Por ello, **Neffa y De la Garza proponen el concepto de configuración productiva como una alternativa flexible que reconoce la presencia de posibles contradicciones en los elementos de gestión de la empresa y que por tanto hay un sujeto (empresario) que participa en el ajuste de dichas contradicciones para que el proceso siga en funcionamiento.** Esta tesis revela que empresario emergente, como resultado de sus acciones, modifica la configuración productiva tradicional. Por lo tanto, esta tesis utiliza el concepto de 'configuración productiva' en lugar de 'modelo productivo.

Este enfoque busca evitar todo reduccionismo, además entiende a la **experiencia** como significativa, experiencia que se construye a partir de la constante interacción entre estructuras y subjetividades. En resumen, para analizar al empresario, desde esta postura, es necesario ahondar en su subjetividad y comprender de qué manera el sujeto empresario está haciendo frente a las presiones estructurales.

1.1.3 El empresario schumpeteriano

La siguiente postura que discutiremos es el **empresario innovador**²⁵ (Schumpeter, 1997). Joseph A. Schumpeter es uno de los economistas más relevantes del siglo XX, mostró interés por analizar cómo funciona la estructura capitalista y explicar cómo evoluciona a largo plazo. Entre los trabajos más importantes de Schumpeter se encuentra la obra “Teoría del Desarrollo”, en la que Schumpeter, a través de un enfoque dinámico y endógeno, critica la corriente circular²⁶, afirma que el desarrollo no es circular ni de movimientos

²⁵ La teoría del empresario innovador de Schumpeter ha sido mayormente aceptada en los estudios dedicados a la creación de empresas y el *management*. El impacto de esta teoría ha sido tan significativo que ahora un empresario innovador es conocido como un ‘empresario schumpeteriano’.

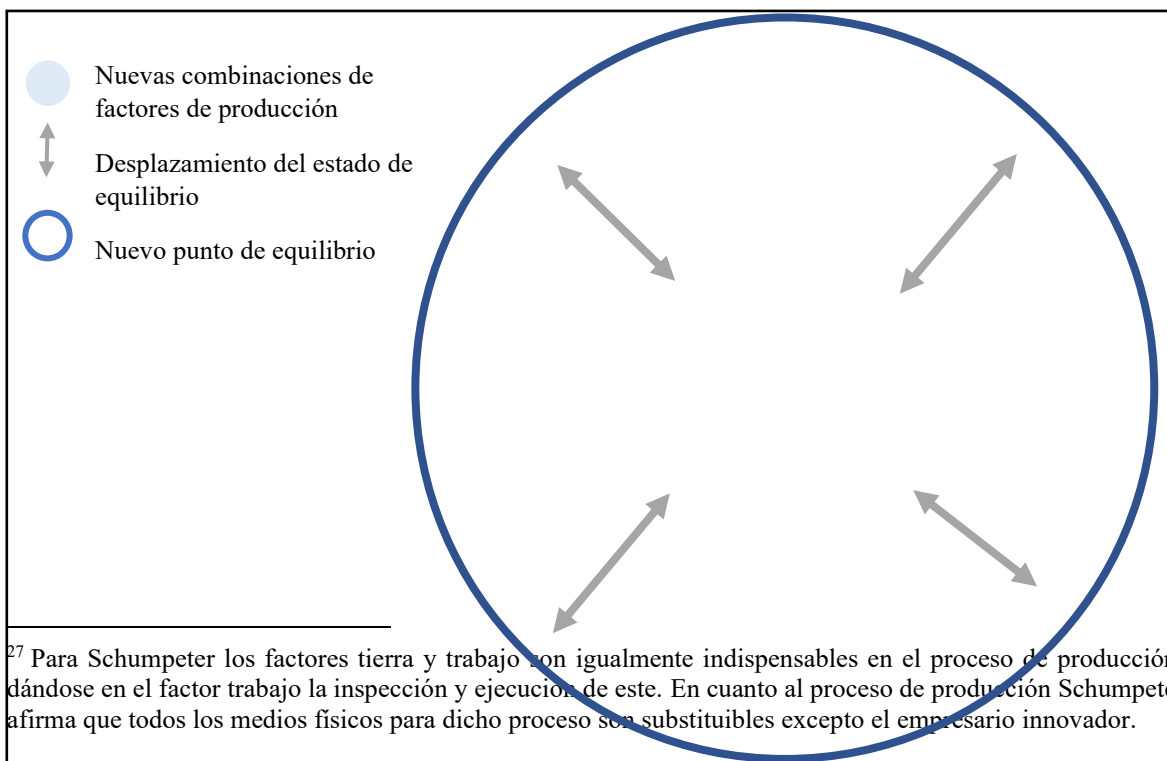
²⁶ Teoría que sostiene que “Un cambio no da lugar a cambios compensadores, sino que, por lo contrario, da lugar a cambios coadyuvantes que mueven al sistema en la misma dirección que el cambio original, impulsándola más lejos. Esta causación circular hace que un proceso social tienda a convertirse en acumulativo y que a menudo adquiera velocidad a un ritmo acelerado” (Schumpeter, 1997, pág. 24).

alrededor de un centro y tampoco es determinado por el incremento de los factores de producción²⁷, sino que existen alteraciones espontáneas, discontinuas e internas derivadas de la existencia de nuevas combinaciones de dichos factores generando alteraciones del centro de equilibrio.

Estas alteraciones a las que hace referencia Schumpeter son impulsadas/creadas por empresarios, el autor afirma que es la función empresarial lo que determina el desenvolvimiento e incluso condiciona que el capitalismo se desarrolle cada vez más rápido, con base en ello Schumpeter presenta su teoría de la destrucción creativa. Dicha teoría establece que **los empresarios son los responsables de generar alteraciones espontáneas y discontinuas que desplazan el estado de equilibrio** (Ver, Figura 1.2), los empresarios buscan imponer nuevas combinaciones estableciendo su cooperación e iniciar el cambio económico a través de la innovación²⁸.

Figura 1.2

Empresario Schumpeteriano



²⁸ Antes de seguir avanzando con esta perspectiva, resulta interesante visibilizar que los empresarios de marca propia de la región de Tehuacán surgen como respuesta a la reconfiguración de las nuevas configuraciones en la industria del vestido, buscando imponer nuevas combinaciones. Sin embargo, es necesarios cuestionarnos hasta qué punto el enfoque Schumpeteriano explica el contexto actual de los empresarios de la industria del vestido en la región de Tehuacán.



Nota. Elaborado a partir de los textos revisados citados a lo largo de este apartado.

De acuerdo con Schumpeter las nuevas combinaciones de factores de producción puestas en práctica por los empresarios y que supone un desarrollo consisten en la introducción de un nuevo bien o una nueva calidad de un bien, en la introducción de nuevos métodos de producción no antes probados, en la apertura de nuevos mercados, o en una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas y en la creación de nuevas formas de organización (Schumpeter, 1997).²⁹

A partir de estas afirmaciones observamos al empresario como una fuerza desequilibradora de un determinado flujo circular en equilibrio, como Kirzner menciona “el empresario de Schumpeter actúa para perturbar una situación existente de equilibrio. La actividad empresarial desbarata el círculo cadencioso” (Kirzner, 1998, pág. 26).

Para que lo anterior pueda cumplirse el empresario schumpeteriano debe tener las siguientes características:

²⁹ Es preciso mencionar que la nueva combinación de factores productivos impone, en la mayoría de los escenarios, mayor esfuerzo por parte de los empresarios, mismo que podría ser visto como un sacrificio temporal. Estos nuevos productos o métodos son descritos por Schumpeter como desequilibradores.

1. **Innovador.** El espíritu del empresario schumpeteriano es la innovación, este debe tener una conducta innovadora mediante la cual pone en práctica nuevas combinaciones y con ello el empresario debe enfrentarse con la tarea de romper con lo que tradicionalmente se ha realizado. Primero el empresario Schumpeteriano debe iniciar esta transformación contando solamente con su intuición y/o experiencia, después debe incursionarse hacia lo desconocido, así como enfrentarse a desaprobaciones sociales. La innovación mantiene al empresario en constante evolución.

En este sentido, Schumpeter deja claro la diferencia entre descubrir e implementar nuevas combinaciones. El empresario innovador al que hace referencia esta postura teórica consiste no solo en crear, pensar y descubrir sino en transformar ese invento en algo susceptible de comercializarse. En este sentido, si las ideas no se ponen en práctica carecen de importancia económica. Con relación a esta característica, es importante destacar que mientras Schumpeter enfoca su análisis de la innovación en el sujeto, Marx aborda este concepto a nivel empresa.

2. **Líder.** La postura de Schumpeter reconoce al empresario como un hombre líder. El liderazgo que presenta el autor consiste en una clase especial de función, el cumplimiento de una sola tarea específica:

“... conducir los medios de producción a nuevos caminos. Pero no lo hace convencido a los hombres de la deseabilidad de llevar a la práctica sus planes, ni por la creación de confianza en su liderazgo [...] sino comprándolos a ellos o sus servicios, para utilizarlos en la forma que juzgue necesaria, además de llevar a otros productores tras de sí”
(Schumpeter, 1997, pág. 98).

El liderazgo, en esta postura, se presenta como la oportunidad de ayudar a aquellos hombres no pueden desenvolverse por sí mismos, es decir, aquel ‘hacer’ que ejerce una influencia personal. De acuerdo con Schumpeter, la conducta de este líder estará siempre en función de ‘poner en práctica’ nuevas combinaciones (Schumpeter, 1967). Respecto a este punto es necesario recordar que, si bien en la teoría marxista el objetivo de los empresarios es lograr una mayor ganancia, el escenario para lograrlo es diferente para cada uno, en este sentido cabría la oportunidad de cuestionarnos si

el liderazgo que plantea Schumpeter se cumple, toda vez que se trata de una trayectoria individual y no todos los empresarios se relacionarán con las mismas estructuras y subjetividades.

3. **Competitivo.** La teoría de Schumpeter señala que el empresario innovador actúa en función de la competencia. Bravo (1998) afirma que “para Schumpeter la competencia es una función básica del empresario, aun cuando esté solo en su ramo o aun cuando, a pesar de no estar solo, ocupa una investigación de ventaja y de predominio respecto de sus competidores” (pág. 21). Además, el empresario fomenta la competencia ya que sus adversarios deben estar alertas a nuevas oportunidades de innovar.
4. **Sujeto económico e inmaterial.** La ganancia del empresario Schumpeteriano no es meramente utilitarista sino también inmaterial, por ejemplo: el placer por ganar o estar por delante de otros (líder), entusiasmo por crear nuevos bienes, servicios o procesos, construcción de imperios familiares, por querer pertenecer a un estatus social por arriba del actual o reconocimiento público. Lo anterior justifica la idea de Ebner (2003) al afirmar que los empresarios de Schumpeter “ parecen seguir un conjunto de motivos más bien aristocráticos” (pág. 29). En este sentido, a diferencia de la postura de Marx, **la utilidad tiene un doble carácter, uno como fin o resultado de su función y otro como medio para lograr otros fines.**

En este punto es preciso aclarar, en cuanto a las ganancias, que esta teoría recurre a planteamientos walrasianos la cual establecen que en una economía en equilibrio estático el empresario no obtiene ni ganancia ni pérdida y es solo en el momento en que el empresario genera, a través de nuevas combinaciones, una situación de desequilibrio, donde él obtendrá ganancias.

5. **Funcional.** Para el Schumpeter el empresario no solo es una persona de negocios autónomo. Schumpeter afirma que independientemente del rol que tiene dentro de la empresa, y sin relaciones permanentes con el sistema financiero este es capaz de cumplir con la función de llevar a cabo nuevas combinaciones³⁰. Llevar a cabo nuevas combinaciones es ejecutar decisiones estratégicas (Schumpeter, 1967).

³⁰ Para Schumpeter “solamente se es empresario cuando se ‘llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones’, y se pierde el carácter en cuanto se ha puesto en marcha el negocio [...] ser empresario no es una profesión ni, por lo general, una condición perdurable, y los empresarios no constituyen una clase social en

De ahí que no todos los empresarios en el sentido actual son empresarios schumpeterianos, lo que hoy en día se hace es continuar con los procesos ya conocidos. El empresario schumpeteriano está definido por su función empresarial, la cual “implica ideas [...] y la capacidad para una actuación en solitario” (Durr, 1987, pág. 9). **Ser empresario para Schumpeter es una función/condición que se ejerce en la estructura productiva**, por ello es por lo que comúnmente se habla de la función del empresario o función empresarial³¹. Esta es otra de las particularidades que diferencian al empresario schumpeteriano de un empresario capitalista o un sujeto social.

A partir de lo anterior, podemos concluir que Schumpeter busca remarcar que la condición de empresario innovador es diferente a las demás funciones que existen en la estructura productiva, aunque dichas funciones pueden estar a cargo del mismo sujeto.

Finalmente mencionaremos dos críticas a la postura de Schumpeter. La primera crítica radica en su falta de consideración del papel del empresario como alguien que asume riesgos, especialmente en términos económicos y jurídicos ante un fracaso empresarial. Con su definición de empresario, Schumpeter buscó diferenciar al capitalista del empresario, separando la propiedad y el control de una empresa. Sin embargo, al introducir en su teoría el concepto de riesgo, Schumpeter expresa que para llevar a cabo nuevas combinaciones el empresario debe recurrir al crédito otorgado por capitalistas³². Por lo que, ante cualquier

sentido técnico” (Schumpeter, 1967, pág. 88). “Los empresarios no constituyen [...] un estamento sectorial como los terratenientes, los industriales o los proletarios [...] los empresarios pueden pertenecer a cualquier estrato social y administrar micro, medianas o grandes empresas sin que pesen sobre ellos requisitos étnicos, raciales o religiosos” (Jeannot, 2002, pág. 50). Finalmente, agregaremos las palabras de Ebner (2003) al referirse que la función de empresario puede ser cumplida por “aquellos actores que ocupan la posición de liderazgo y mando en su entorno social e institucional particular” (pág. 29).

³¹ En consecuencia, el concepto de empresario de Schumpeter se puede diferenciar de otros agentes económicos llámense dueños de empresas, gerentes, directores o demás trabajadores “que se limitan a desarrollar actividades rutinarias en la explotación del negocio” (Bucardo, Saavedra, y Camarena, 2015, pág. 106).

³² En este punto Schumpeter incorpora la figura de banquero, a quien lo define como el intermediario “entre aquellos que desean formar nuevas combinaciones, y los poseedores de medios productivos [...] Hace posible la realización de nuevas combinaciones, y parece como si autorizara a los hombres en nombre de la sociedad a realizarlas” (Schumpeter, 1978, pág. 84).

eventualidad que lleve a la quiebra a una empresa, el riesgo económico -financiero- lo asume el capitalista o banquero, mientras que el riesgo moral es asumido por el empresario.

Por lo que, desde esta teoría, cada sujeto económico asume una parte del riesgo en el proceso productivo. La confusión surge cuando se plantea que, si el capitalista prestamista cubre el costo de los medios de producción, es él quien absorbe el riesgo, sin embargo, si el empresario realiza nuevas combinaciones con sus propios recursos, ante un fracaso, la pérdida la absorbe él como capitalista y no como empresario (Valencia y Patlán, 2011).

Esta crítica resulta interesante porque entonces, como lo interpreto, se pierde la condición de empresario y por ello cabría aquí preguntarse; Para Schumpeter ¿Qué función o condición dentro de su teoría tiene mayor peso en cuanto al fracaso de un sujeto que lleva a cabo nuevas combinaciones? Resulta importante para nuestra investigación esta crítica debido a que los empresarios emergentes de Tehuacán son, casi en su totalidad, empresarios con la doble función de ser innovadores y dueños de los medios de producción.

La segunda crítica a la que nos referiremos es que la postura de Schumpeter se caracteriza, a diferencia de posturas clásicas, por romantizar al empresario lo cual impide tener una visión crítica sobre su función y la manera en la que se sustentan las nuevas combinaciones de factores de producción. El autor muestra a la función empresarial como una función del hombre ideal; “que innova para generar excedente organizacional primero y ventaja competitiva después” (Jeannot, 2002, pág. 70). Se trata de un empresario asociado a la iniciativa, innovación y emoción que rompe con esquemas tradicionales; un individuo especial, heroico, creador, revolucionario, agente de cambio y motor de crecimiento. Se trata de una función de descubridor o inventor de ideas, de la oportunidad de ser creador de nuevas conductas y/o cambios en la configuración del proceso hacia el desarrollo (Santos, 1997).

Para finalizar este apartado, cabe destacar la noción de la obsolescencia de la función empresarial que el mismo Schumpeter plantea tres décadas después de introducir al debate económico la figura del empresario. En su obra titulada ‘Capitalismo, socialismo y democracia’, Schumpeter afirma que a medida que avanza el progreso técnico y la sociedad adquiere mayor control sobre hechos y diversos cálculos, la función empresarial va perdiendo importancia. El autor asegura que:

“[...] la innovación en sí misma está siendo reducida a una rutina. El progreso tecnológico se está convirtiendo cada vez más en un asunto de grupos de especialistas que producen lo que se les pide y realizan su trabajo de manera predecible. El romanticismo de las antiguas aventuras comerciales está rápidamente desaparecido [...] La acción de los individuos tiende a ser remplazada por el trabajo de comités y departamentos” (Schumpeter, 1971, pág. 182).

En resumen, Schumpeter considera que, con el progreso económico la resistencia al cambio, que años atrás permitió que la destrucción creativa del empresario schumpeteriano fuera determinante para generar desarrollo, va desapareciendo. De acuerdo con Santos (1997), los nuevos postulados de Schumpeter dieron pauta a la idea de que el capitalismo sería reemplazado por un tipo de socialismo en el que ningún sujeto ejerce un poder individual dominante.

Para intereses de la presente investigación se retoma la categoría propuesta por Marx, debido a que en la estructura organizacional de la pequeña empresa el dueño es quien generalmente cumple con el rol administrativo, gerencial y tomador de decisiones sobre la valorización y circulación del capital. Por lo que, de la perspectiva schumpeteriana solo recuperaremos la condición de creador debido a que los empresarios emergentes, a través de nuevas combinaciones para garantizar su permanencia en el mercado, dan origen a nuevas configuraciones.

Respecto a este último punto cabría especificar la evolución de la función del capitalista (como clase social) dentro de la gran y pequeña empresa. Marx en el Tomo III del Capital desarrolla la distinción de dicha evolución, su tesis apuntaba que la estructura capitalista se dirigía hacia la concentración de las grandes empresas (cárteles, monopolios) y en este sentido al crecer la figura capitalista las funciones de este se delegaban. Es decir, se presenta una división del trabajo interna en las fábricas y ahora las funciones de vigilancia, administrativas, compra y venta de insumos quedarían en manos de cuerpos administrativos que de acuerdo con la teoría crítica sería considerado como trabajo improductivo cuyo

propósito, al igual que la del capitalista, estaba dirigido a la maximización de ganancias³³. De esta manera, vislumbramos en la gran empresa una estructura jerárquica.

Sin embargo, los empresarios a los que esta investigación hace referencia siguen una estructura de libre competencia en la que, a diferencia de la gran empresa, el capitalista en funcionamiento está, hasta cierto punto, involucrado en el proceso de producción mismo, además de concentrarse en su figura funciones de vigilancia, administrativas y gerenciales.

A partir de la identificación de estas posturas, **mi propuesta conceptual define al empresario emergente como: sujeto social³⁴ situado en una estructura económica característica de la estructura capitalista, con antecedentes productivos en la industria del vestido, propietario de los medios de producción como empresas (establecimientos físicos) o maquinarias, que emplea a trabajadores para generar valor y se apropia de un excedente. El empresario emergente es directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, dueño de su propia marca de ropa que le permite un mayor nivel de ganancia, subcontratado para realizar otras actividades de la cadena productiva, que realiza funciones productivas, comerciales y administrativas, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios, sus acciones -restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas y maximizar la acumulación de capital.**

1.2 LA EMPRESA COMO CONCEPTO

Las evoluciones en el mercado productivo actual globalizado, su reconfiguración local y la flexibilidad de las relaciones laborales han ido transformando el concepto de empresa y la ha llevado a ser usado de manera indiscriminada como sinónimos de palabras como: fabrica,

³³ Duménil y Lévy (2018), parten de la reflexión de que Marx no considera a los cuerpos administrativos como clase social y proponen una configuración jerárquica capitalista de tres niveles: la clase capitalista como clase alta, la clase gerencial como clase intermedia y las clases populares como clase inferior. Asignando, así, a la clase gerencial un estatus intermedio, dirigente, alternativo y más cercano a las clases populares contemporáneas.

³⁴ No se utiliza el término sujeto como sinónimo de individuo, agente o actor, sino que es entendiendo como un sujeto con inicio, formación e historia, es decir, como constructor de la historia. Como lo mencionan Escorcía y Arévalo (2019) “un ser racional y autoconsciente que se autodetermina y determina y condiciona toda actividad según sus intereses; por ello es, entonces, fuerza creadora”(pág. 119).

taller, organización y maquila (como simplificación de maquiladora). Empresa es un concepto dinámico que refleja los cambios que ocurren en los entornos en los que se establece. Es decir, la empresa es adaptada al nuevo contexto económico.

Históricamente, la empresa fue vista como aquel espacio ya sea físico o virtual donde se establecen relaciones de producción de una estructura económica basado en la propiedad privada, dentro de ella se busca lograr un proyecto y materializarlo. Desde una perspectiva jurídico-laboral, la empresa se define como un “espacio natural en el cual se desarrollaban las relaciones de producción a las cuales estaba destinado el derecho del trabajo, de tal manera que era ahí donde patrón y trabajador coincidían en el tiempo y el espacio, no sólo para hacer funcionar los procesos de producción, sino que también era ahí donde se expresaban de manera objetiva las contradicciones clasistas que han caracterizado las relaciones obrero-patronales” (Reynoso, 2014, pág. 137).

Para Ricossa (1990) la empresa es considerada el agente y lugar típico donde se realiza la producción con la finalidad de que venda su producción en el mercado. En este sentido, una empresa puede, no necesariamente, involucrar diversas actividades operacionales que van desde la idea hasta su comercialización. Esta característica hace a la empresa un concepto más amplio porque no solo se queda en lo productivo, como una fábrica. De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), una fábrica es un “establecimiento dotado de la maquinaria, herramienta e instalaciones necesarias para la fabricación de ciertos objetos, obtención de determinados productos o transformación industrial de una fuente de energía” (RAE, 2024), una de las funciones de la fábrica es la transformación de insumos en mercancía.

El concepto de empresa no debe confundirse con la palabra organización. La organización, por su parte, es definida como una institución social en la que todos sus integrantes desempeñan, de manera coordinada, consciente y racionalmente, ciertas actividades para lograr un objetivo en común. En una organización hay una estructura organizativa formal ya sea implícita o explícita.

De manera similar, en algunos escritos dedicados a la industria del vestido, aparece la palabra ‘taller’ como equivalente de empresa. Sin embargo, el taller está, mayormente, asociado a actividades artesanales, manuales, artísticas o de reparación. En cuanto al trabajo realizado por los empresarios emergentes se visualizó que ni las prendas de ropa que llevan algún

bordado están bordadas a mano, por el contrario, su confección se realiza a través de máquinas especializadas. Dado lo anterior, esta investigación no recurre a este concepto.

Otro concepto que se utiliza en el sector del vestido es ‘maquiladora’ debido a que la expansión de dicha industria se experimentó bajo el modelo de maquila. Según Mendiola (1999), la maquiladora es una unidad económica de producción industrial que “ensambla, manufactura, procesa o repara materiales temporalmente importados para su posterior exportación” (pág.7). En este sentido, se reconoce que en la región de Tehuacán existen unidades económicas que manufacturan prendas de vestir y exportan su producción, sin embargo, los empresarios emergentes, objetos de esta investigación, producen prendas de vestir con capital propio y para el mercado nacional. Situación por la cual, la palabra maquila no refleja los intereses de esta investigación.

Derivado de estas precisiones, esta investigación recurre al concepto de empresa entendiéndola como propiedad del empresario, espacio diseñado donde además de realizar un proceso productivo, se crean relaciones sociales de producción, es decir, donde se relacionan personas con diferentes intereses y posición frente a los medios productivos. En este sentido, es preciso aclarar que dicha definición es independiente al número de obreros que dentro de ella vendan su fuerza laboral.

Para finalizar la teorización del concepto de empresa que se utiliza en esta investigación, se precisa que, a lo largo de ella, también, se utilizan los términos: microempresa, pequeña empresa, mediana empresa, gran empresa. Lo anterior se hace conforme el ACUERDO por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2009 y queda de la siguiente manera:

Tabla 1.1

Estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector industrial

Tamaño de empresa	Número de trabajadores
Microempresa	Hasta 10
Pequeña empresa	Desde 11 hasta 50

Mediana empresa	Desde 51 hasta 250
Gran empresa	A partir de 251

Nota. Elaborado a partir del ACUERDO por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, DOF, 2009.

1.3 POSICIONAMIENTO EPISTÉMICO

La siguiente sección está dedicada a enfatizar el posicionamiento onto-epistémico de nuestra investigación. En un primer momento se desarrolla la discusión sobre el método configuracionista como propuesta metodológica para crear conocimiento, se busca justificar la utilización de este enfoque debido a que permite captar la conformación de empresarios emergentes dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia como un proceso dinámico.

Asimismo, se brinda una atención minuciosa al diagnóstico como una reconstrucción de la realidad y se establecen los criterios metodológicos que se siguen en la investigación. Lo que se busca con esta sección es establecer un vínculo entre la discusión teórica presentada anteriormente, así como en el segundo capítulo, con la parte más concreta de nuestro estudio. Esta sección además de presentar una discusión sobre el paradigma configuracionista expone el proceso que como investigadora llevé a cabo para construir conocimiento, visibilizando los problemas que se presentaron.

1.3.1 El configuracionismo como medio de conocimiento

La presente investigación busca situarse fuera de lo impuesto por la totalidad del método hipotético-deductivo, por el contrario, el tema de la conformación de empresarios exige ser analizada a través de un pensamiento crítico con fundamentos ontológicos que permitan ver a la realidad en movimiento en función del sujeto objeto, es decir, una realidad donde se considera que la relación entre sujeto y objeto no es siempre la misma, sino que tiende a su evolución. La acción se configura a través de elementos subjetivos relacionales (Hernández, 2004). Por lo cual, retomaremos la propuesta de De la Garza (2015) del paradigma configuracionista.

El configuracionismo surge a partir de la crítica al positivismo y se convierte en un “concepto central metodológicamente que permite escapar del determinismo, del objetivismo y del estructuralismo sin caer en lo aleatorio o el subjetivismo” (De la Garza y Leyva, 2012, pág. 255). Se trata, esencialmente, de un “método de la reproducción espiritual e intelectual de la realidad, el método del desarrollo, o la explicación, de los fenómenos sociales partiendo de la actividad práctica objetiva del hombre histórico” (Kosík, 1967, pág. 37).

La metodología configuracionista es la guía metodológica y epistemológica para construir conocimiento bajo una concepción marxista de transformación. Este enfoque, recupera la idea del marxismo clásico sobre la reconstrucción de una realidad que se presenta en continuo proceso de cambio, movimiento y desarrollo, es decir, se considera que la relación entre sujeto y objeto no es siempre la misma, sino que tiende a su evolución.

La realidad según la concepción de Marx, a la que aquí hacemos referencia, se diferencia de la postura positivista en al menos tres aspectos. 1) una realidad en movimiento en donde es ese movimiento el que transforma la realidad; 2) la realidad se transforma en diversos niveles de realidad y al cambiar de nivel también deben cambiar los conocimientos para dar cuenta de la nueva realidad³⁵; 3) los sujetos sociales tienen un papel activo, son participes del desarrollo de procesos (De la Garza, 2018). La realidad a la que hacemos referencia incluye estructuras y subjetividades, pero no se reduce únicamente a su aspecto estructural o subjetivo.

Hablamos de una realidad que es construible, donde sujetos mediante su praxis³⁶ la construyen. “La praxis del hombre [...] es la determinación de la existencia humana como transformación de la realidad” (Kosik, 1967, pág. 196). De esta manera, sin praxis no hay realidad humana y por ende tampoco conocimiento.

³⁵ “El cambio de la realidad puede implicar la transformación de la teoría, en cuanto al contenido conceptual, al de las relaciones entre conceptos, sus jerarquías, así como la necesaria inclusión de niveles conceptuales cada vez más específicos al objeto” (De la Garza, 2018, pág. 142).

³⁶ La praxis, de acuerdo con Kosík, constituye el movimiento real del mundo producido por los hombres, es decir, la praxis es “en su esencia y generalidad, la revelación del secreto del hombre como ser onto-creador, como ser que crea la realidad (humano-social), y comprende y explica por ello la realidad (humana y no humana, la realidad en su totalidad)” (Kosik, 1967, pág. 196).

En este sentido, el sujeto además de construir su realidad tiene ante él la posibilidad de acceder a procesos viables de cambio. Esta interpretación dialéctica permite interpretar procesos y fenómenos y el conocimiento generado sobre estos otorga la posibilidad de transformar la realidad.

La investigación reconstruye la totalidad metodológica mediante la articulación entre lo genérico y específico del objeto, de niveles conceptuales de abstracción, de procesos de temporalidad diferentes y entre los diversos ámbitos sociales (De la Garza, 2018), “cada uno de estos niveles constituye universos de significación que representan desafíos de conocimiento con sus propios parámetros” (Zemelman, 2011, pág. 23).

De acuerdo con De la Garza (2015) el método configuracionista analiza la realidad por niveles, donde además de lo empírico se considere lo abstracto y estos, a su vez, contiene diferentes subniveles intermedios (multiniveles). Dicha consideración no se hace con el objetivo de crear un modelo teórico sino como un intento de reconstruir dicha totalidad del objeto concreto. En el caso preciso de la investigación es muy importante considerar a la totalidad como configuración de configuraciones³⁷.

La teoría, en este sentido, se presenta como un modelo teórico general aplicado a situaciones contenidas dentro del mismo (De la Garza, 2005). Se trata de un ángulo de discurso que “a diferencia del discurso centrado en la construcción de contenidos, se define en la articulación de planos de realidad, pues su particularidad no es la construcción de predicados sino la referencia a campos de potenciación posible” (Zemelman, 2011, pág. 31).

Por lo cual, como se presenta en la primera parte de este capítulo, la teoría se presenta como una estructura conceptual abierta y estructurada por niveles de abstracción. Este paso es conocido como la articulación de niveles conceptuales de abstracción y tiene como objetivo “pasar de una menor a una mayor complejidad del concepto, en cuanto a las determinantes del mismo” (De la Garza, 2018, pág. 143).

Abrir el concepto de empresario fue una tarea compleja, lo primero que dificultó este ejercicio fue mi formación como investigadora positivista, en la parte teórica buscaba agotar

³⁷ Contemplar la articulación entre procesos de temporalidad, entre espacios de relaciones sociales y entre conocimiento y praxis.

cada uno de los debates en torno al empresario con la finalidad de crear un basamento que guiara la investigación de forma lineal y causal. Otra dificultad que se tuvo fue el nivel de abstracción de conceptos porque, aunque entendía la diferencia de niveles entre clase y sujeto social no quedaba claro a la hora de leer la estructura conceptual. Este ha sido un largo proceso de reestructuración a una nueva forma de construir conocimiento.

Otro concepto importante al que hace referencia el método configuracionista es el de subjetividad³⁸. De acuerdo con De la Garza (2018), la subjetividad no solo tiene por tarea estudiar el proceso del cómo se da el pensamiento el objeto o de la estructura, sino que como la misma subjetividad se revierte sobre la propia estructura a través de la acción (praxis)³⁹. En este sentido, la subjetividad es una configuración.

Lo anterior hace pensar en que la acción de los empresarios tiene una lógica de reflexión. Por lo que, la conformación de empresarios está sujeta a estructuras, subjetividades y acumulación de significados, donde además de ser sujetos que participan en un proceso de reestructuración productiva estos otorgan significado a las circunstancias y se van reconstruyendo como empresarios.

Esta construcción dialéctica no solo permite analizar la reconstrucción del empresario Tehuacanense y el proceso productivo al interior de sus empresas, sino que muestra como este proceso ha configurado el espacio regional y los diversos niveles sociales (económico, social, político, cultural, etc.), lo anterior a partir de la crisis de la industria del vestido.

Se trata, en resumen, de comprender, interpretar y resignificar las formas en las que se conforma un tipo de empresario emergente que surge en un contexto de reestructuración productiva, e implica profundizar en el significado dado por los sujetos (empresarios) de manera que estos son vistos como parte activa y sustantiva del problema de investigación.

Otro punto que desarrollar es el papel que el método configuracionista da al sujeto investigador. El investigador, a diferencia de otros enfoques, tiene la “premisa de hacer

³⁸ De acuerdo con De la Garza (2018) la subjetividad es el proceso mediante el cual el sujeto social construye significados. Es importante no confundir subjetividad con cultura, la cultura refleja los significados acumulados y esta puede ser considerada una estructura, mientras que la subjetividad son aquellos significados que se van creando en la práctica.

³⁹ Esta afirmación de De la Garza resalta la doble intervención del sujeto.

conocimiento para la acción y no para la contemplación” (De la Garza, 2018, pág. 20). Este papel del que se habla supone un vínculo más amplio entre el investigador y los sujetos investigados.

De esta manera, el configuracionismo asigna al investigador nuevas tareas. Primero, el investigador en la construcción del conocimiento debe determinar posibles escenarios de acción de los sujetos⁴⁰; segundo, para la reconstrucción de la realidad el investigador está consiente que los sujetos intervienen en el “proceso de conocimiento de sus potencialidades (De la Garza, 2018, pág. 327). Por lo cual, mi papel como investigadora frente a la realidad se establece una relación de sujeto-investigador, lo que significa que mediante la creación de nuevas formas de construir conocimiento⁴¹ me posiciono dentro de la realidad, con una mirada crítica hacia un proceso de conformación de empresarios en movimiento.

1.3.2 Diagnóstico como reconstrucción de la realidad

Con el propósito de construir conocimiento que nos permita generar una tesis políticamente viable, el configuracionismo propone captar la realidad en el momento presente. Para lograr lo anterior se requiere reconstruir el contexto del problema de interés o también conocido como diagnóstico. Dicho diagnóstico es abordado en esta investigación a partir de la propuesta de Zemelman (1989) sobre la reconstrucción articulada de planos interrelacionados.

La perspectiva del diagnóstico como reconstrucción permite analizar los aspectos subjetivos mediante los cuales la población dinamiza cierta región. El diagnóstico que Zemelman (1989) propone:

“reconoce, como su función más importante la reconstrucción del contexto, entendido como el marco de las alternativas de estrategias posibles, ya que [...] se considera que la relación más significativa con la realidad es aquella que refleja las potencialidades que presenta una situación dada,

⁴⁰ El sujeto investigador “será realmente activo, sólo si es capaz de distinguir lo viable de lo puramente deseable, es decir, si su acción se inscribe en una concepción del futuro como horizonte de acciones posibles” (Zemelman, 2000, pág. 17)

⁴¹ El enfoque configuracionista enfatiza que el conocimiento dinámico, situado, emergente y que se construye a través de la interacción con la participación activa de los sujetos y el entorno.

cuyo conocimiento, en el corto plazo, debe servir de base para organizar en forma efectiva la intervención sobre la realidad” (pág. 36).

Lo anterior significa que las posibles soluciones de las que hemos estado hablando a lo largo de esta sección tienen atributos de la realidad y consideran una noción más amplia de racionalidad social anulando el bagaje teórico que acompañó a realidades pasadas. El análisis del presente, muchas veces confundido por la cotidianidad, está obligado a ser analizado sin teoría (Zemelman, 1989).

Un aspecto considerable en el diagnóstico, desde esta perspectiva, son los indicadores, mismos que son asociados a operatividad y medición, es mediante estos y su contenido que el investigador logra tener un referente sobre la realidad y deben analizarse desde diversos campos posibles, asimismo, los indicadores deben ser críticos y flexibles ya que es a partir de ellos que se construye una realidad como campo de posibilidades.

El diagnóstico dota a los indicadores de un lugar importante en la reconstrucción de la realidad. Los indicadores, desde esta perspectiva, son la base para organizar la mediación sobre la realidad, su función debe ser lograr una conexión entre lo real y lo empírico, el diagnóstico no debe plantearse como un cúmulo de diversos tipos de indicadores.

En este sentido, “la pertinencia de datos cuantitativos o cualitativos, así como de las imágenes que no pueden expresarse en palabras, de los signos que ayudan en las interpretaciones, depende del nivel de abstracción requerido en la reconstrucción de la totalidad” (De la Garza, 2018, pág. 359). Es decir, los indicadores deben estar en todo momento en vigilancia crítica y cierta flexibilidad.

El diagnóstico de la presente investigación se desarrolla en el tercer capítulo, en dicho capítulo se realiza una exploración teórica sobre el concepto de región como construcción social y económica, a partir de esta conceptualización se analizan las características cuantitativas y cualitativas por periodos de cada una de las actividades económicas que se han desarrollado en la región de estudio y la conformación de empresarios en cada una de las actividades económicas, se hace especial énfasis en la conformación de empresarios durante el auge maquilador por ser un periodo que antecede a los empresarios emergentes. Como se ha descrito en esta sección, lo que se busca con el diagnóstico es romper con la tradición ser

un conjunto de información pasada y en su lugar ser una herramienta para un análisis más abierto y enriquecedor de la realidad.

1.3.3 Criterios metodológicos

En el método configuracionista en lugar de establecer una metodología propiamente se habla de criterios metodológicos. Dichos criterios:

“tratan de propiciar la apertura del pensamiento a la realidad para reconocer el campo de opciones posibles, con base en una exigencia de objetividad, la cual es un requisito epistemológico para captar las diferentes modalidades a través de las cuales la realidad objetiva se concreta” (Zemelman, 2000, pág. 65).

Desde esta perspectiva se reconocen cinco criterios metodológicos:

1. Definición del problema eje: Este primer criterio tiene el objetivo de hacer explícito la intención de la investigación, en palabras de Zemelman (2000) “sirve de punto de partida para la reconstrucción articulada, y vincular al sujeto social con la realidad objeto de su praxis” (pág. 67).

En este criterio también se establece el tiempo y el espacio en el que se estudia el problema. Para fines de esta investigación el problema eje se definió en la introducción de la tesis, se problematizó la conformación de un nuevo tipo de empresario que surge en el periodo de reestructuración en una región con larga tradición en la industria del vestido y que se dedica a diseñar, producir y comercializar su marca propia.

2. Delimitación de la problemática: La finalidad del segundo criterio es abrir el problema, para ello es necesario tener una visión crítica del problema eje y con ello se forma una red de relaciones que se articulan entre niveles y a partir de ello identificar todo aquello que nos interesa investigar y delimitarlo.

Con visión crítica nos referimos a la formulación de preguntas que surgen a partir de la problematización, dichas preguntas también se presentan en la introducción de esta investigación. Cada una de las preguntas está contextualizada, dicha contextualización forma parte de abrir el problema y delimitar hacia lo que nos interesa saber. Abrir el problema sobre

la conformación de empresarios facilitó no solo su delimitación, sino que permitió establecer los conceptos ordenadores.

3. Definición de los observables: Este criterio consiste en “transformar el conjunto de relaciones posibles contenidas en el problema eje, en recortes de la realidad que cumplan la función de observables empíricos articulables” (Zemelman, 2000). Este criterio está relacionado con la discusión de indicadores que se presentó en líneas anteriores.

El orden de los criterios hasta aquí descritos ha facilitado el proceso de investigación configuracionista. La definición de los observables de la investigación se realizó a partir del significado y relación de los conceptos, el ejercicio consistió en tomar de cada objetivo y pregunta de investigación conceptos y del universo de observables que conforman el concepto en cuestión delimitar el dato que articula diferentes niveles de realidad (económico, político, social y cultural).

4. Determinación de los puntos de articulación: El cuarto criterio une las partes (universos) económicas, sociales, políticas y culturales de la realidad y nombramos a esos puntos de articulación entre ellas. Cada una de estas articulaciones “se determinan mediante el análisis del contenido de cada universo de observables[...] con base en un razonamiento de relaciones posibles” (Zemelman, 2000, pág. 84).

El análisis de contenido se presenta en los capítulos cuatro y quinto. Para dicho análisis se recurre al método interpretativo, se observó el fenómeno de investigación como los sujetos de estudio lo viven e interpretan. En la búsqueda de significados posibles aparte del proceso de interpretación mi experiencia propia para evitar hacer cualquier juicio respecto a lo que tradicionalmente se concibe como realidad, lo cual favorece el análisis del contenido de los observables de manera crítica.

Para realizar el análisis de contenido fue necesario, en primera instancia, la recopilación de información mediante el trabajo de campo. Dicha actividad tuvo por objetivo participar directamente en la recolección de datos e información primaria sobre la conformación de un tipo de empresario emergente en la región de Tehuacán, mismo que se llevó a cabo en cinco municipios poblanos durante el periodo comprendido del 09 al 27 de octubre de 2023. En este lapso se entrevistó a 10 empresarios: cinco emergentes y cinco

atípicos; al presidente de la Cámara Nacional del Vestido delegación Tehuacán-Puebla-Tlaxcala y a una broker. De igual manera se visitaron las bibliotecas municipales de la región de estudio.

5. Campo de opciones viables y elección de alternativas: El último criterio hace referencia a proponer una tesis políticamente viable. Este criterio se encuentra en la parte conclusiva de la tesis toda vez que se haya realizado el análisis previo.

A partir de la discusión previa sobre el método configuracionista y los criterios metodológicos a continuación se sustenta la técnica de investigación utilizada en esta tesis. El análisis del proceso de conformación de empresarios se realiza a través de entrevistas semiestructuradas, debido a que permite darles profundidad a los significados de los empresarios, amplitud al tema, dota al estudio de riqueza interpretativa y permite contextualizar el fenómeno. Por ello se definieron algunas preguntas –en un guion de entrevista- se tuvo la libertad de profundizar en un tema relevante para la investigación y generar nuevas preguntas que surjan en el momento de la entrevista. En este sentido, la duración y profundidad de cada entrevista fue determinada por la dinámica con cada uno de los actores entrevistados.

Este instrumento se aplicó a empresarios que cumplan con los siguientes criterios de selección:

- 1) Ser un empresario dedicado a la fabricación de prendas de vestir; tradicionales y de marca propia
- 2) Que su empresa esté geográficamente ubicada en alguno de los cinco municipios que comprenden la región de estudio delimitada en apartados anteriores
- 3) Que su empresa se haya constituido a partir del año 2000, periodo de reestructuración industrial
- 4) Que el empresario acceda a formar parte de la presente investigación

1.4 CONCLUSIONES CAPITULARES

Definir el concepto de empresario resultó una tarea compleja debido a las tres diversas posturas citadas. En la crítica de Marx situamos al empresario como sinónimo de capitalista, el empresario adquiere, bajo esta postura, un nivel macro de clase social y definido como

poseedor de capital, dueño de los medios de producción, directivo, vigilante y mediador del proceso de trabajo. De esta postura retomamos dos supuestos. Primero, para Marx el único objetivo del empresario es la apropiación de ganancia ilimitada.

La mayor crítica y que se sigue resaltando hasta el presente es que el capitalista acumula ganancia a través de la sobreexplotación de la fuerza de trabajo ya sea pagando salarios injustos, por debajo de su valor o prolongación de la jornada laboral más allá de lo estipulado por la ley además de ofrecer instalaciones estrechas e insalubres, falta de medidas y medios de protección en el proceso productivo y para los obreros.

El segundo supuesto de la teoría crítica está relacionado con la ideología de que para que el empresario obtenga ganancias se debe enfrentar a ciertas restricciones las cuales están definidas por estructuras económicas, sociales, políticas, culturales, construidas que delimitan o trazan la ruta de cada acción empresarial individual.

La postura del empresario como sujeto social es una postura marxista que recupera elementos teóricos del método configuracionista propuesto por De la Garza. Aquí el empresario es definido como un sujeto social en constante interacción con otros y que mediado por su subjetividad genera acciones en un determinado espacio de posibilidades. De esta manera las acciones empresariales son tomadas con base en cierta acumulación de significados que los empresarios van empleando en su actividad diaria.

Esta postura, a diferencia del enfoque de Marx, tiene una postura micro e individual, en ella se desarrollan conceptos claves que nos ayudaran para comprender el proceso de conformación de empresarios como: acumulación de significados, proceso de subjetivación, subjetividad, configuración subjetiva, configuración cultural, configuración productiva y experiencia. Esta visión es de reciente interés, fue pensada como el puente entre el estudio del empresario y la empresa, es una postura que se mueve entre niveles de estudio y se inscribe en los estudios sobre cultura empresarial.

La postura de Schumpeter romantiza la figura del empresario. La tercera postura que contraponemos es la de Joseph A. Schumpeter quien a través de su obra “Teoría del Desarrollo” establece que los empresarios son los responsables de generar alteraciones y desplazan (incrementan) el estado de equilibrio. Para Schumpeter el empresario no es una clase o un sujeto, como en los enfoques anteriores, sino una

función/condición. Es decir, el empresario es definido como aquel que sin importar el rol que tiene dentro de la empresa es capaz de cumplir con la función de llevar a cabo nuevas combinaciones.

Hay tres características del enfoque schumpeteriano que el empresario debe cumplir. Innovador; la innovación mantiene al empresario en constante evolución. El empresario innovador al que hace referencia esta postura teórica consiste no solo en crear, pensar y descubrir sino en transformar ese invento en algo susceptible de comercializarse. Líder; el empresario, según Schumpeter, debe conducir los medios de producción a nuevos caminos y llevar a otros a innovar. Competitivo; el empresario fomenta la competencia ya que sus adversarios deben estar alertas a nuevas oportunidades de innovar.

De la perspectiva schumpeteriana retomamos la idea de que el empresario tiene la capacidad de creación, a través de nuevas combinaciones, de nuevas configuraciones. Después de analizar estas tres posiciones teóricas conceptuales definimos al empresario como: Sujeto social situado en una estructura productiva característica de la estructura capitalista, propietario y jefe de la empresa, capitalista; dueño de los medios de producción y de la fuerza de trabajo, directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, capaz de encontrar quien consuma su mercancía final, quien asume el riesgo, creador de nuevos escenarios, cuyas acciones -restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas.

En este capítulo también se presenta el posicionamiento onto-epistémico de esta investigación. Se sostiene que para realizar el análisis sobre la conformación de empresarios se reclama la necesidad de generar conocimiento capaz de transformar la realidad. Por lo cual, la presente tesis retomó el paradigma configuracionista, método científico donde el investigador parte de un concreto y lo traslada a un plano abstracto y regresar a un concreto construido además de vislumbrar un significado del desarrollo histórico de la sociedad.

Desde el método configuracionista, la realidad se presenta en continuo proceso de cambio, movimiento y desarrollo, es decir, se considera que la relación entre sujeto y objeto no es siempre la misma, sino que tiende a su evolución. Dicho cambio se transforma en diversos niveles de realidad en donde el sujeto tiene un papel activo, de esta manera la acción de los sujetos se configura a través de elementos subjetivos relacionales.

La teoría, por su parte, se presenta como un modelo teórico general aplicado a situaciones contenidas dentro del mismo. Se trata de un ángulo de discurso que busca articular diversos planos de realidad, es una estructura conceptual abierta que se va construyendo en constante relación con la realidad. Otro concepto importante del método configuracionista es el de Praxis, de acuerdo con Kosík, la praxis constituye el movimiento real del mundo producido por los hombres. La praxis del hombre es la determinación de la existencia humana como transformación de la realidad. De esta manera, sin praxis no hay realidad humana y por ende tampoco conocimiento.

Se recurre a este método onto-epistémico debido a que la conformación de empresarios está sujeta a estructuras, subjetividades y acumulación de significados, donde además de ser sujetos que participan en un proceso de reestructuración productiva estos otorgan significado a las circunstancias y se van reconstruyendo como empresarios en búsqueda de impulsar su desarrollo.

Para lo cual, el método configuracionista propone generar un diagnóstico como reconstrucción de la realidad, con el diagnóstico se busca organizar la mediación sobre la realidad, su función debe ser lograr una conexión entre lo real y lo empírico, el diagnóstico no debe plantearse como un cúmulo de diversos tipos de indicadores. Por lo que el diagnóstico debe estar en constante vigilancia crítica y cierta flexibilidad.

Para la reconstrucción de realidad se hizo uso de entrevistas semiestructuradas, con ello se buscó dotar de profundidad a los significados de los empresarios respecto a su proceso de formación. Respecto a la selección de empresarios estos deben cumplir con ciertos criterios de selección. El análisis de contenido se hace a través del método interpretativo y los resultados se presentan en los capítulos cuatro y quinto.

CAPÍTULO 2. EL EMPRESARIO COMO SUJETO DE ESTUDIO DESDE EL CONOCIMIENTO ACUMULADO

La orientación del mercado de trabajo hacía un carácter más humano y creativo, la importancia de las clases operacionales y el abandono de una estructura jerarquizada, así como el resurgimiento de establecimientos de menor tamaño, a menudo familiares, antiburocráticos y flexibles han dado origen a reflexiones sobre la figura de empresario las cuales se han cristalizado en publicaciones de trabajos a escala mundial.

Esta sección está pensada como un espacio para el encuentro de diversas propuestas de generar conocimiento, en los siguientes renglones se presenta una revisión de literatura que nos permite identificar algunas aportaciones que nutran nuestra investigación. Dicha literatura aborda diversos temas sobre empresarios.

Cabe destacar que este apartado no busca ser exhaustivo o agotar todos los estudios que se han realizado, sino que busca destacar las principales corrientes que han seguido las investigaciones, en específico el análisis se centra en las transformaciones que ha experimentado la figura del empresario. Este capítulo se aborda desde el conocimiento acumulado considerando que el configuracionismo propone que el conocimiento no surge de manera aislada, sino que es el resultado de procesos históricos, sociales e institucionales que se relacionan con distintas particularidades de práctica social y que se configuran a través del tiempo, es decir, la generación de conocimiento sobre cierto tema es un proceso dinámico y acumulativo, este espacio busca establecer “las relaciones entre las diferentes formas del conocimiento social que, en su conjunto, aseguren una comprensión profunda, matizada y viva de la realidad” (Zemelman, 1984, pág. 170).

Por lo cual, el presente capítulo se divide en tres secciones. Primero, se debaten los principales estudios sobre la figura del empresario en América Latina. Segundo, se expone un balance de los estudios sobre empresarios en México, se hace especial énfasis en aquellos estudios que se centran en la región de Tehuacán, lo que se busca en estos dos apartados es

discutir los acercamientos teóricos, conceptuales y metodológicos que se han desarrollado en los estudios sobre empresarios. Por último, se presentan las conclusiones del capítulo.

2.1 ESTUDIOS SOBRE EL EMPRESARIO EN AMÉRICA LATINA

Las investigaciones sobre empresarios en Latinoamérica han dado pauta a una diversa literatura multidisciplinar. Aunque se conocen artículos de años anteriores, es a partir de los años ochenta, cuando las sociedades latinoamericanas experimentaron una etapa de incertidumbre derivado del agotamiento del modelo de crecimiento sustentada en el mercado nacional, que estos trabajos se observan con mayor frecuencia. De acuerdo con Cerutti (2007), los estudios empresariales en escenarios latinoamericanos se caracterizaron en esos años por: a) abordar nuevas fuentes de la información públicas y privadas; b) su preocupación se centra en lo teórico y comparativo; y c) con su discusión, se ampliaron los espacios de reflexión en torno al tema en instituciones públicas y privadas.

Los primeros estudios sobre empresarios en Latinoamérica, según la evidencia documental, **se inscriben en la perspectiva de historia empresarial**. El desarrollo de la historia empresarial en Latinoamérica es de corta data, bajo la influencia de los postulados de Schumpeter, las investigaciones sobre la historia empresarial dan inicio en Estados Unidos, posteriormente en Europa y finalmente llegaron a nuestro continente en la segunda mitad del siglo XX.

Desde los años sesenta y setenta hubo algunos trabajos sobre el empresariado⁴², sin embargo, debido a su escasa reproducción la historia empresarial no se logró consolidar como área disciplinar. A partir de la década de los noventa se acrecentó la bibliografía sobre el tema, además aparecieron espacios de debate e interacción entre investigadores, con lo cual se reivindicó, hasta cierto punto, la figura del empresario dominante años atrás.

⁴² El surgimiento de estos análisis se debió a que durante la industrialización latinoamericana el empresario adquirió un importante papel en el debate académico, ello llevó a la CEPAL a considerar a este personaje. Sin embargo, la CEPAL y las corrientes dependencistas difundieron la concepción en contra del empresario definiéndolo como lumpenburguesía, y así fue como se dio la expansión no solo en términos de reproducción académica, sino que se impuso como ideología dentro de las Ciencias Sociales.

En este contexto, situamos a Carlos Dávila (2007), quien hace una recopilación sobre la historia empresarial en América Latina del 2000 al 2004⁴³, como resultado de su trabajo, el autor encontró una amplia variedad de temáticas, sectores y temporales. De la obra de Dávila podemos resumir los siguientes **ocho elementos conclusivos sobre los estudios empresariales con enfoque histórico en América Latina:**

1. El grueso de la bibliografía se concentra en México, Brasil y Argentina. Por el contrario, hay una baja expansión bibliográfica de la historia empresarial en Bolivia, Paraguay y Venezuela
2. La mayoría de los artículos son escritos por investigadores extranjeros⁴⁴
3. Gran número de trabajos tratan temas sobre la economía institucionales: contratos, redes sociales y empresariales
4. La mayoría de estos estudios se centran en el periodo de análisis comprendido entre 1880-1930
5. Hay una creciente presencia de mujeres investigadoras
6. Las fuentes de información más comunes descansan en la historia oral: entrevistas en profundidad a empresarios
7. Múltiples artículos son el resultado de tesis doctorales de los años noventa
8. Se visibiliza una institucionalización de la historia empresarial

Asimismo, en los estudios sobre historia empresarial se distinguen elementos de una visión positiva y optimista sobre el papel del empresario, destacan la resiliencia de los empresarios frente a continuos cambios en el mercado. Lluch y Barbero (2016) presentan un balance sobre la trayectoria de la historia empresarial en América Latina e identifican tres etapas en la expansión de estos estudios, dos de ellas ya fueron abordadas en líneas anteriores y la última se presentó en las décadas de 2000 y 2010, estos textos “vienen renovando el

⁴³ Para su análisis Dávila (2007) examina “la presencia de la historiografía empresarial de América Latina en los principales *Journals* de *Business History* y de historia latinoamericana publicados en Estados Unidos, el Reino Unido, Países Bajos y España” (pág. 39).

⁴⁴ “Se explica por qué, a diferencia de los historiadores latinoamericanos, los anglosajones siempre han estado articulados al circuito académico de las publicaciones internacionales que -justamente- tienen asiento en Estados Unidos y el Reino Unido” (Dávila, 2007, pág. 59) Lo anterior recordando que su exploración bibliográfica lo realizó en estos países.

estudio de empresas, empresarios, familias empresariales e infraestructura de transporte en la región” (Zuluaga, 2021, pág. 190).

En cuanto a las críticas a los estudios sobre empresarios con enfoque histórico podemos mencionar su bajo rigor teórico y metodológico, así como su escasa intervención en temas internacionales.

Además de la historia empresarial hay, en América Latina, otras proximidades al estudio del empresario, podemos identificar al menos otras dos. Por una parte, **se encuentran los trabajos desde la perspectiva de elites económicas y la relación Estado-empresarios** (De la Garza, 2010, Luna y Puga, 2007). Por otra parte, aquellos **estudios desde la perspectiva organizacional referente al interior de la empresa y la cultura empresarial** (Dávila y Miller, 1999; Hernández, 2003, 2004, 2010).

Respecto a los estudios sobre **elites** podemos mencionar dos características. Primero, **estos trabajos han estado, mayoritariamente, en manos de investigadores extranjeros**. Segundo, **metodológicamente son analizados como estudios de caso**. La búsqueda bibliográfica sobre el estudio de elites empresariales en América Latina arrojó una gran variedad de artículos que comparten una postura crítica sobre la figura del empresario, asignándoles el sinónimo de dueños de Latinoamérica, grupos de poder y promotores de desigualdad (Alonso, 2010; Cárdenas, 2020; Cárdenas, Robles, y Martínez, 2020).

En los artículos sobre elites empresariales se analizan, entre otros aspectos, las redes de los empresarios (Cárdenas, 2016), poderío económico y político (Cárdenas, 2020) y cambios en las hegemonías, es decir, cambios en la composición en los perfiles clásicos de empresarios (Serna, 2013). Finalmente, hay dos aspectos más sobre los estudios desde el enfoque de élites que destacaremos⁴⁵: 1) estos artículos, por su magnitud, estudian a propietarios de las grandes empresas, 2) la mayoría de los textos encontrados fueron escritos en un periodo no mayor a veinte años.

Otro enfoque que con mayor frecuencia ha emergido, durante los últimos veinte años, en los debates empresariales es la relación entre **empresarios y el Estado**. El interés por este

⁴⁵ Estos aspectos fueron identificados a partir de una exhaustiva búsqueda en línea sobre artículos de elites empresariales en América Latina.

tipo de estudios tiene su justificación en la ideología sobre que el nuevo modelo de desarrollo que se gestó desde los años ochenta supuso mayor participación de los gremios empresariales dentro de instituciones públicas y con ello los empresarios asumieron una posición de liderazgo en la estructura.

Los estudios de este enfoque se dividen en dos. Por una parte, aquellos que **examinan las relaciones entre los empresarios y el Estado por periodos presidenciales** (Alba, 1996, 2006). Por otra parte, los artículos que analizan como los **empresarios cada vez más ocupan puestos gubernamentales** como el de presidente de la república o dentro de sus gabinetes (Nercesian, 2020).

Cabe destacar que esta visión, a pesar del interés por los investigadores por un tema provocador, aún no ha logrado consolidarse. Generalmente estos estudios se realizan a escala de países y son de tinte histórico, para su elaboración se utiliza información sobre redes empresariales y suelen ser difícil de diferenciar con el estudio de élites.

El último enfoque al que haremos referencia y de reciente reproducción en Latinoamérica es el referente a la **cultura empresarial**. Aquí incluimos a todos aquellos estudios donde se analizan las estrategias empresariales ya sea dentro (formas de organización) o fuera de la empresa (relación con clientes, proveedores, mercado laboral, instituciones). Dentro de estos textos se concentran conceptos como: cultura, gestión, decisiones, modelos de organización, bienestar social y desarrollo sustentables.

Uno de los temas que nos encontramos en este enfoque es la promoción, por organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales, de prácticas empresariales social y ambientalmente responsables. Gran parte de estos artículos están enfocados en mostrar la responsabilidad social de los empresarios, su observación toma como unidad de análisis a grandes empresas (sea nacionales o internacionales) o a países (Cardoso, 2019; Correa, 2004; Vives y Peinado-Vara, 2011).

Otro tipo de estudios importantes dentro del enfoque cultural son aquellos que examinan el concepto de cultura empresarial. Metodológicamente este tipo de escritos son discutidos como estudios de caso, ya sea entre empresas en un mismo lugar geográfico o entre países, para determinar el modelo de cultura empresarial que siguen los empresarios e incluso caracterizarlos, a partir de ello diferenciar su postura en el mercado (Varela, 2003).

El interés por el enfoque de cultura empresarial ha sido mayor en México (Hernández, 2003, 2004, 2010). Estos dos últimos temas sobre estrategias empresariales **son de reciente interés por lo que su transcripción en América Latina es escasa.**

Después de esta lectura bibliográfica latinoamericana destacamos su carácter multidisciplinar. Sin embargo, reconocemos que hay trabajo por hacer, aún quedan perspectivas por consolidar y nuevos marcos conceptuales por desarrollar. A partir de estas particularidades situamos los estudios empresariales mexicanos en un contexto más amplio; el latinoamericano, tomando lo anterior de base, en las líneas siguientes haremos referencia a los estudios del empresario en México, especialmente en Tehuacán.

2.2 ESTUDIOS SOBRE EL EMPRESARIO EN MÉXICO

México es uno de los países latinoamericanos que cuenta con gran número de estudios sobre empresarios, en la mayoría de ellos se ha caracterizado al empresario como factor de crecimiento económico. Dentro de los estudios sobre empresarios en México se ha identificado, al menos, tres corrientes: 1) relación entre Estado y empresarios (Arriola y Galindo, 1984; Alba, 1996, 2006; Luna, 1986; Puga, 1989; Luna y Puga, 2006; Zabludovsky, 1993), 2) con perspectiva histórica (Almaraz, 2007; Cerutti, 1999; Galindo, 2002, 2017; Gamboa, Ramírez, 2018; Romero, 2003, 2018) y 3) nuevos enfoques que se están configurando (Alonso y Fernández, 2018; Duménil y Domenique, 2018; García, 2018; Hernández, 2004, 2006a, 2012, 2015; Laval y Dardot, 2013; Maza y Ortiz, 2016; Maza, García y Pérez, 2014).

2.2.1 Relación estado-empresarios

A partir de los años setenta los estudios sobre el sector empresarial empezaron a desarrollarse de manera importante, ello debido al cambio de modelo económico. Con la entrada del modelo neoliberal distinguimos tres aspectos importantes: 1) la economía se vuelve más competitiva, 2) el Estado reduce su participación en la economía, su nueva función reside en el fomento de políticas que estimulan las exportaciones, 3) la modernización de las empresas

es responsabilidad del empresario, por lo que a este personaje se la ha asignado un papel importante en la economía⁴⁶.

Estas modificaciones económicas en conjunto con políticas públicas tomadas durante el periodo de Echeverría (1971-1976)⁴⁷ originaron un distanciamiento entre el Estado y los empresarios. Como medida de respuesta, los empresarios se involucraron no solo en temas económicos sino también políticos, como lo fue la conformación de asociaciones empresariales ejerciendo presión política desde dentro de ellas. De acuerdo con Alba (1996), fue hasta la crisis del mercado petrolero en 1982 cuando la participación política de los empresarios se orientó hacia afuera de la empresa y con ello se constituyeron en nuevos actores políticos⁴⁸, a partir de ese momento surgen los estudios sobre la relación que guarda el Estado y los empresarios.

Estos estudios, generalmente, suponen que al no existir una representación en la estructura económica y el Estado era incapaz de proporcionar un espacio político para los empresarios, estos buscan su participación activa en la formulación de políticas. En términos generales, **estas investigaciones tratan por un lado de describir el surgimiento de organizaciones empresariales y su manera de ejercer poder político, y por otra parte destacan el proceso de los empresarios como militantes en la política**⁴⁹.

Respecto a este último punto, estos estudios destacan las estrategias políticas⁵⁰ que empresarios, ejercen como parte de las acciones partidarias. Puga (1989) por ejemplo, destaca que su condición de empresarios les una mirada particular de resolver conflictos económicos. Así es como la relación entre Estado y empresarios ha sido evaluada a través de los puestos

⁴⁶ De acuerdo con Favela (1991), la propuesta de Carlos Salinas asignó a la clase empresarial la responsabilidad de fomentar el nuevo crecimiento de México, este se basaría en la modernización de la planta productiva a través de la reconversión tecnológica y sistemática.

⁴⁷ Echeverría “suspendió las consultas gubernamentales a los empresarios antes de tomar decisiones en materia económica, lo que era un acuerdo institucionalizado desde el fin de la posrevolución” (Alba, 1996, pág. 32).

⁴⁸ Esto no implica que los empresarios no hayan participado en asuntos políticos antes de este período, sino que su participación no fue tan visible o directa como lo fue a partir de 1982.

⁴⁹ Casi siempre afiliados a grupos de oposición al partido en turno.

⁵⁰ Programas, alianzas, motivación hacia la participación ciudadana en términos de democracia, creación o movilización de organizaciones.

ocupados por estos sujetos en entidades públicas (Arriola y Galindo, 1984; Alba, 1996, 2006; Luna, 1986; Puga, 1989; Luna y Puga, 2006).

Cabría aquí reconocer también el esfuerzo de Zabludovsky (1993) por analizar la participación de mujeres empresarias en la política de México, dado que como ella misma menciona “la ausencia de reflexión académica sobre la participación de la mujer en la vida empresarial de México es bastante drástica [...] no encontramos siquiera alguna mención secundaria o colateral” (pág. 173). La autora realiza una investigación de carácter exploratorio, analiza específicamente a las empresarias de la Asociación Mexicana de Mujeres de Empresa (AMMJE), y a través de la aplicación de cuestionarios, Zabludovsky llega conclusiones que nos permiten inferir que, a diferencia de los empresarios, en el mismo periodo político, estas mujeres empresarias ejercen una limitada participación con el Estado⁵¹.

2.2.2 Perspectiva histórica

Los trabajos que se hacen con enfoque histórico tienen su origen en la ciencia histórica y la económica. En el grueso de estos trabajos identificamos aquellos enfocados en el estudio de las familias y élites empresariales. De acuerdo con Romero (2003), el interés por la historiografía en México fue alentado esencialmente desde Estados Unidos hacia 1960, pero es a partir de la década de 1990 que se ha observado un aumento considerable de estos estudios, con diversos enfoques y sectores económicos⁵², privilegiando el análisis a largo plazo y la perspectiva regional. Esta nueva historiografía ha recuperado discusiones sobre distritos industriales, cadenas globales de valor y características individuales y/o familiares.

Los primeros trabajos de esta índole se dedicaron a **reconstruir, a través de archivos notariales, el proceso de acumulación de fortuna de empresarios consolidados tiempo atrás** (Marichal, 2006). Posteriormente, el objetivo de los estudios de historia empresarial fue **examinar el papel que desempeñan los empresarios extranjeros en la conformación de la sociedad capitalista de los lugares en donde estos se establecieron a su llegada**

⁵¹ Aunque dentro de sus conclusiones se afirma que el 36% de las empresarias entrevistadas simpatizan con algún partido político no hace referencia si las empresarias tienen una participación activa y/o militante en ellos.

⁵² “Estudios sobre empresas bancarias y sistemas financiero, empresas por ramas de producción, privadas, pero también públicas, grandes y medianas, grupos y tejidos empresariales” (Romero, 2003, pág. 813).

(Almaraz, 2007; Cerutti, 1999; Galindo, 2002, 2017; Ramírez, 2018), estableciendo prototipos de empresarios, generalmente, del norte (Basave, 2001).

Sin embargo, el grueso de la nueva historiografía se centra en **exponer la reconfiguración de los empresarios frente a los diversos procesos históricos, generalmente para estas investigaciones la familia⁵³, sus relaciones y el contexto regional determinan el éxito de los empresarios**. Sus fuentes de información son archivos de empresas o personales de índole familiar, también dominaron la prosopografía a través de fuentes notariales y testamentales (Cerutti, 2001, 2018; Gamboa, 2004; Palacios, 2018; Romero, 2018).

Romero (2018), realiza un destacado trabajo sobre el proceso de transformación y consolidación del grupo Coppel, S.A. de C.V., explica como este corporativo a lo largo de tres generaciones de empresarios ha pasado de ser una tienda local en el norte del país a ofrecer servicios bancarios y financieros, convirtiéndose en una de las tiendas más importantes de América Latina. Su análisis enfatiza como la construcción de redes empresariales y el desarrollo de un modelo mixto de operaciones bajo la modalidad *just in time*, han sido la clave del éxito de Coppel.

En este sentido, es importante diferenciar dos aspectos importantes de esta corriente. Primero, al empresario se le asigna un papel activo y romantizado con capacidades sobrenaturales que le permiten superar cualquier tipo de restricción en la estructura. Segundo, pareciera que el éxito depende de las condiciones históricas, económicas, familiares e incluso del lugar geográfico en el cual desarrollan sus actividades económicas.

2.2.3 Nuevos enfoques

Dentro de los debates actuales sobre empresarios se pueden identificar algunos temas que están en proceso de consolidación, **algunos nuevos campos de estudio que identificamos son el de la cultura empresarial** (Hernández, 2004, 2006.a, 2012; 2015), **los estudios con perspectiva de género** (García, 2018; Maza y Ortiz, 2016; Maza, García, y Pérez, 2014) y

⁵³ “La familia no es vista al interno, sino como recurso que permite consolidar y generar lazos económicos o políticos” (Hernández, 2006.b, pág. 172).

gestión empresarial (Alonso y Fernández, 2018; Duménil y Dominique, 2018; Laval y Dardot, 2013).

Los estudios sobre la cultura empresarial generalmente abarcan temas sobre configuración productiva, estrategias empresariales, financiamiento, relaciones salariales. Teórica y metodológicamente están inscritos en el método configuracionista de Enrique de la Garza centrando su análisis en la relación estructura-subjetividad-acción. Estos estudios a diferencia de las dos corrientes descritas en líneas anteriores realizan un gran esfuerzo por **definir al empresario y lo presentan como un sujeto social**⁵⁴.

Los estudios con perspectiva de género son relativamente nuevos y tiene que ver con el reciente interés por parte de la academia por estos enfoques. Entre las conclusiones más importantes a las que llegan los investigadores es que las empresas dirigidas por mujeres conservan esquemas tradicionales en pequeña escala, lo que comúnmente se lo conoce como autoempleo con lo cual difícilmente ellas mismas llegan a considerarse empresarias. Asimismo, ponen de manifiesto que sus relaciones productivas son locales. Ambos puntos tienen que ver con estructuras subjetivas, sociales o discursivas que se mantienen al pasar el tiempo.

Otra característica importante de estos trabajos es que los autores describen a estas empresarias como atípicas. El concepto de **empresarios atípicos** nace de la idea de De la Garza cuando hace referencia al trabajo atípico, por lo que cuando los académicos hablan de empresarios y empresarias atípicas se refieren a empresarios inmersos en una comunidad productiva atípica donde se desarrollan modelos de producción atípicos fundamentados en la modificación de la naturaleza del trabajo típico⁵⁵. Les llaman empresarias atípicas porque se trata de mujeres que en busca del autoempleo y modo de sobrevivencia practican el trabajo a domicilio (Maza y Ortiz, 2016; Maza y Ortiz, 2016). En ambas perspectivas la información es obtenida de la aplicación de cuestionarios, de entrevistas en profundidad, historias de vida y de participación activa en las empresas.

⁵⁴ No ampliamos la discusión dado que la perspectiva de ver al empresario como sujeto social se desarrolló en el primer capítulo de esta tesis.

⁵⁵ Algunos ejemplos de trabajos atípicos son: Teletrabajo, Servicios personales (a domicilio), Call-centers, Manipulación de símbolos e información, etc.

La literatura de gestión empresarial constituye, actualmente, el principal vehículo de difusión y divulgación de “una determinada imagen de la empresa, de la sociedad y de los individuos” (Alonso y Fernández, 2018, pág. 22). Sus dos principales objetivos son guiar la acción de los individuos para hacer a las empresas más competitivas y eficaces y justificar, teóricamente, dichas opciones.

Los documentos sobre gestión empresarial o management abarca diversas dimensiones no solo técnicas, sino que contiene particularidades morales de aquello que debe ser. Generalmente estas publicaciones practican el ejemplo; **seleccionan casos de empresarios exitosos y a través de narrativas dejan al descubierto las estrategias de estos sujetos con la finalidad de que sean vistos como figuras modelos y, a su vez, critican las grandes empresas jerarquizadas.**

En esta filosofía, el empresario, sujeto con intuición creativa, es el nuevo espíritu de la sociedad, una figura heroica dentro de una estructura económica saturado de emprendedores cuya función es “extender y sistematizar el espíritu de empresa en todos los dominios de la acción colectiva [...] haciendo de la innovación el principio universal de organización” (Laval y Dardot, 2013, pág. 156). Es decir, esta figura asume el liderazgo en la conducción de las tareas en las que se fundamenta las principales formas de sociabilidad con una parte de la población (Duménil y Dominique, 2018).

Podemos observar hasta aquí como la literatura de gestión empresarial constituye una ciencia de producción-sociabilización de ideas que se alejan de formas de organización jerárquicas, buscando una igualdad y el respeto de las libertades individuales. Esta ideología originó el aumento de empresarios bajo el discurso de empleabilidad, empresarialidad y adaptabilidad.

Desde una postura crítica, se visualiza que **este enfoque de desarrollo (gestión empresarial)** propone la transición de una estructura de producción antigua a una nueva mediante el discurso del emprendimiento y la gestión empresarial. Sin embargo, **se basa en la expropiación de trabajadores autónomos y busca adquirir el control de recursos productivos y medios de subsistencia del país.**

A partir de lo descrito hasta aquí podemos concluir que, **en las corrientes presentadas, excepto en los trabajos de cultura empresarial, pareciera complicado**

visibilizar una definición exacta sobre el concepto de empresario, así como de una teoría (enfoque teórico) que oriente la investigación. Además, estos estudios en su mayoría reflejan la realidad de empresarios del norte del país y del Bajío y ello cuestiona ¿A qué se debe la escasa literatura sobre empresarios del centro y sur? En un primer momento se puede inferir que se debe a las actividades económicas que se desarrollan en estas latitudes y al tamaño de sus empresas.

Referente al tipo de actividad económica esto tiene que ver con la división económica regional del país ya que como lo afirma Alba (1990) “los empresarios participan en forma notable en la conformación de ciertas regiones, aunque también éstas dan origen al surgimiento y consolidación de hombres de negocios con determinadas características” (pág. 19). La región del norte se ha caracterizado, aún en sus disparidades, por su estrecha vinculación con el mercado estadounidense y con ello la expansión industrial a gran escala lo que ha permitido considerarla como la región más industrializada del país visibilizando a una elite empresarial fuerte y unificada, ejemplo de ello es Monterrey donde se utilizan alianzas matrimoniales para conservarse como un grupo hegemónico.

El bajío, por su parte, muestra una estrecha relación con el Estado, sus establecimientos mayoritariamente son pequeños con actividades económicas más tradicionales y con empresarios diversos e independientes. Una de las particularidades de esta región es que coexisten los capitales transnacionales y locales dotándola de gran importancia industrial.

Referente a este punto ya lo afirmaba Cerutti (2007) cuando distingue que el desarrollo de estudios empresariales por regiones en México coincide con las transformaciones que se generaron desde fines del siglo XIX con el desenvolvimiento de lo que el autor lo denomina “el desarrollo de bolsones empresariales”. Lo anterior, justifica el amplio número de estudios dedicados a éstas dos zonas económicas.

La concentración económica y empresarial de la región centro, que es en la que geográficamente se sitúa la presente tesis, sigue un padrón económico colonial; abundante mano de obra barata y localización geográfica estratégica que permite la conexión entre insumos y mercado, los empresarios de esta región están inmersos, mayoritariamente, en actividades industriales. En la región sur predominan los empresarios dedicados al comercio,

servicios y turismo además de que la zona cuenta con grandes zonas cafetaleras, por lo que el foco de estudios sobre esta región está puesto en la ecología, agroecología, desarrollo sustentable, desarrollo rural y escasamente encontramos análisis sobre empresarios.

En cuanto al tamaño de empresas, la mayoría de estudios están enfocadas en el desarrollo de la gran empresa. Lo anterior se debe a que con el análisis de las grandes empresas se pone de manifiesto la importancia histórica y económica que estas tienen para el país y las presentan como modelos a seguir mientras que las pequeñas empresas tienen un corto periodo de vida⁵⁶ lo que ha impedido estudiar al pequeño empresario a lo largo del tiempo.

2.3 APORTACIONES SOBRE ESTUDIOS DE EMPRESARIOS EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN

En cuanto a estudios de empresarios en la región de Tehuacán, Eduardo Santiago Nabor realizó en 2011 una investigación sobre el empresario maquilero de Santiago Miahuatlán. Su objetivo fue analizar las características del proceso de construcción de un tipo de empresario que se conforma con la apertura comercial y que alcanza auge en la segunda mitad de la década de los noventa, con la firma del TLCAN. Hablamos de empresarios especializados, principalmente, en la exportación. Derivado de su estudio, el autor caracterizó a un empresario capaz de diversificarse en la medida en que va formando parte de las nuevas formas empresariales resultantes de los procesos de globalización, el cual basa su éxito en la explotación laboral y de recursos naturales (Santiago, 2011).

2.4 CONCLUSIONES CAPITULARES

Como punto de partida mencionaremos que este capítulo visibiliza que el estudio del empresario pareciera ser un tema fronterizo, estos trabajos trascienden el ámbito económico e histórico, en ellos se reúnen diversas disciplinas como la sociología, la psicología, y la administración. Lo anterior ha permitido que la figura del empresario sea estudiada desde diversas áreas.

⁵⁶ La corta vida de las pequeñas empresas se debe, en gran medida, a que “subsisten en medio de un mercado agresivo, demandante, con insuficiente acceso para actualizar su tecnología, trámites administrativos complejos, pocas facilidades para obtener créditos” (Cruz, López, Cruz, y Meneses, 2016, pág. 330).

El propósito de las líneas anteriores es mostrar cómo ha sido este análisis en América Latina, en México y específicamente en la región de estudio. El gran grueso de estudios sobre empresarios en América Latina se inscribe en el enfoque histórico e incluso se identificaron balances sobre la presencia de la historiografía empresarial cuya principal función es exponer las temas y perspectivas de dicha bibliografía (Dávila, 1996; 2003; 2007).

Los estudios con perspectiva histórica en América Latina han tenido mayor reproducción en México, Brasil y Argentina y se caracterizan por: ser escritos por investigadores extranjeros, tratan temas sobre la economía institucionalista, se centran en el periodo de análisis comprendido entre 1880-1930 y la mayoría de ellos son el resultado de tesis doctorales de los años noventa.

Las otras dos proximidades sobre los estudios de empresarios latinoamericanos tienen características similares, por ejemplo, son perspectivas de reciente interés por lo que no se considera que su enfoque de estudio esté consolidado. Metodológicamente los artículos con perspectiva de elites económicas, relación Estado-empresario, perspectiva organizacional y cultura empresarial son analizados como estudio de caso.

Los estudios empresariales en México fueron clasificados en tres perspectivas: histórica, Estado-empresarios y nuevos enfoques. Los estudios dedicados al análisis de la relación entre el Estado y el empresario, por su parte, destacan el poder político que tienen los empresarios a través de organizaciones empresariales, así como el proceso de los empresarios como militantes en la política. Generalmente el periodo de estudio de estos documentos es por sexenios presidenciales. El desarrollo de este enfoque se debió al debilitamiento del Estado en la economía.

La perspectiva histórica es el enfoque de mayor tradición en el país, estos escritos se enfocaron en el estudio de las familias y élites empresariales, privilegiando el análisis a largo plazo y la perspectiva regional. El análisis del enfoque histórico se nutrió de la prosopografía buscando exponer la reconfiguración del empresario frente a escenarios nada favorables, dándole un plus de superhéroe.

Los nuevos enfoques sobre estudios empresariales en México son de reciente existencia, algunos nuevos campos de estudio que identificamos son el de la cultura empresarial, los estudios con perspectiva de género y gestión empresarial. Hay dos

particularidades sobre estas orientaciones. Por una parte, la visión de cultura empresarial es la única visión que cuenta con una definición de empresario y con una base teórica, estos estudios se sustentan en el método configuracionista. Por otra parte, el tema de gestión empresarial es el enfoque de mayor reproducción, tanto así que se ha expandido, no solo en México o Latinoamérica, como una estructura de producción-sociabilización de una sola ideología para alcanzar el éxito⁵⁷, mientras que los estudios con perspectiva de género son poco trabajados.

Referente a los estudios sobre empresarios en la región de Tehuacán se encontró uno para el municipio de Miahuatlán, el análisis se realizó desde una perspectiva sociológica con una visión crítica hacia el empresario maquilador del auge exportador. Este estudio es fundamental para la presente investigación porque crea un antecedente y explora a un tipo de empresario previo al de nuestro interés.

Después de analizar parte de la bibliografía sobre empresarios se encontraron cuatro propiedades sobre estos estudios. Primera, la perspectiva histórica ha sido el enfoque que permea en los estudios sobre empresarios. Segunda, en su gran mayoría guardan una narrativa positiva y heroica sobre el empresario, muchas veces el empresario es presentado como clave en el desarrollo económico. Tercera, los estudios son mayormente reproducidos en regiones con alta concentración económica y empresarial, en el caso específico de México en el norte y Bajío. Cuarta, en su mayoría se trata de escritos que centran su análisis de empresarios en grandes empresas debido a que estos son tomados como modelos que los pequeños empresarios deben seguir y a que las pequeñas empresas tienen un corto periodo de vida lo que ha impedido estudiar al pequeño empresario a lo largo del tiempo.

Estas características permiten situar nuestro estudio y justificar la importancia de su estudio. Por lo cual el siguiente capítulo está dedicado a la contextualización sobre la región de estudio y el proceso de conformación de empresarios en ella.

⁵⁷ La expansión de esta ideología se ha observado a través del incremento de carreras profesionales en el ámbito administrativo y en la incorporación de nuevas formas organizacionales bajo la ideología del management.

CAPÍTULO 3. CONFIGURACIÓN EMPRESARIAL REGIONAL

En el siguiente capítulo se realiza un análisis centrado exclusivamente en la región de estudio, que abarca cinco municipios. Este diagnóstico incluye una exploración teórica sobre el concepto de región como construcción social y económica a partir de las relaciones sociales de producción, se sostiene que la reproducción capitalista construye espacios para la producción, distribución y consumo de mercancías y servicios.

A partir de esta conceptualización se realiza una delimitación geoespacial de la región de estudio, se exponen aspectos concretos sobre el territorio como ubicación geográfica, composición poblacional y económica. Se puntualiza el desarrollo de las actividades económicas más representativas de la región, se resaltan las características de los empresarios que se formaron en cada una de ellas. Se hace especial énfasis en aspectos característicos de los empresarios de marca propia.

3.1 LA REGIÓN COMO UNA ESTRUCTURA DE RELACIONES SOCIALES DE PRODUCCIÓN

De acuerdo con Marx (1859) en la reproducción social de la vida, las personas contraen determinadas relaciones ajenas a su voluntad y estas a su vez, estructuran la trayectoria dinámica de las sociedades y su modo de producción. Esta reproducción capitalista va ampliando las relaciones sociales y construye espacios para la producción, distribución, cambio y consumo de nuevas mercancías y servicios.

En este contexto surgen las demarcaciones territoriales pensadas como un producto social. La región a la que nos referimos y determinamos en esta investigación es un espacio relativo, construido socialmente, que está en constante cambio y evolución. Es decir, una región que se construye a partir de una concentración de relaciones sociales -relaciones, experiencias e interpretaciones- que se entrelazan en un determinado sitio.

De esta manera, empleamos el concepto de región para definir la realidad de un conjunto de naciones, estados o municipios que comparten estructuras geográficas, económicas y/o sociales, conformando una estructura abierta. En dicha estructura se lleva a cabo la producción, distribución, intercambio y consumo de mercancías y servicios, al mismo tiempo que satisface la demanda de fuerza trabajo. Es decir, un espacio

“donde se imbrican dialécticamente una forma especial de reproducción del capital, y por consecuencias una forma especial de la lucha de clases; donde lo económico y lo político se funcionan y asumen una forma espacial de aparecer en el producto social y en los presupuestos de la reposición” (Olivera, 1977, pág. 31).

El concepto de región actual es el reflejo de múltiples acepciones. En el sentido tradicional, la región es un espacio determinado y delimitado, fue utilizado para diferenciar características geográficas y medio ambientales específicas. Metodológicamente esta noción se empleaba para unir factores locales que espacialmente los diferenciara de otros territorios.

Hacia finales de los años treinta, Hartshorne inicia una reconstrucción del significado de región. El autor afirma que esta no es simplemente un espacio preestablecido, sino una construcción mental. Desde esta perspectiva, la visión de región comenzó a vincularse con la idea de que el desarrollo capitalista trasciende las delimitaciones espaciales y da lugar a la formación de regiones.

Las perspectivas que surgieron a principios de este siglo retoman el enfoque cultural, específicamente la identidad y percepción de la población. De este modo, la región se concibe como una estructura, y su análisis requiere tener en cuenta las interrelaciones que surgen de las relaciones sociales de producción, considerándolas como una totalidad en constante movimiento. Para una mayor profundidad del tema, recurrimos y adaptamos los argumentos expuestos por Massey en su libro ‘Un sentido global del lugar’⁵⁸:

⁵⁸ La reflexión de Massey tiene que ver con la construcción de una definición progresista del lugar, sin embargo, nosotros retomamos sus argumentos para la construcción del concepto de región.

Primero. La región no es un lugar estático. Por el contrario, está construida por relaciones y hechos en movimiento, por lo cual se infiere que el lugar es un proceso.

Segundo. La región no está delimitada a espacios cerrados. Si bien para su estudio se pueden demarcar fronteras estas no son necesarias para su conceptualización.

Tercero. En la región no se concentra una identidad única y específica.

Cuarto. La especificidad que tiene cada región no solo depende de fenómenos internos, sino que es una mezcla de distintas relaciones sociales, tanto locales como globales.

En este contexto, la región se define como el punto de encuentro o de articulación de relaciones locales y globales, en el que a su vez se desarrollan múltiples posibilidades de existencias. Por lo que, partiendo de esta premisa, en el siguiente apartado se delimita geográficamente la región de estudio.

3.2 CONFIGURACIÓN REGIONAL: DELIMITACIÓN GEOESPACIAL

Puebla es uno de los estados que en su interior ha experimentado, en mayor medida, la existencia de múltiples relaciones sociales, productivas y de acumulación. Cada una de dichas interacciones ha dado origen a fenómenos determinantes a lo largo de su historia, mismos que han moldeado el tejido del estado poblano. Las diversas transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales que presentó el estado lo ha llevado a constituirse como una zona en constante crecimiento. Desde mediados del siglo XX, a través de políticas públicas materializadas en planes reguladores, Puebla pasó de ser considerado un estado rural a uno mayoritariamente industrial (Quiroz, 2006).

Las interacciones sociales y productivas estatales de las últimas tres décadas se han basado en un modelo empresarial que promueve la flexibilidad y dinamización de la economía a través de la subcontratación e ingreso de capital extranjero. **En términos de acumulación, el sector manufacturero es la actividad más dinámica del estado, específicamente la industria alimentaria, la fabricación de transporte y fabricación de prendas de vestir.**

En cuanto a este último subsector industrial, una de las transformaciones más fuertes en la entidad se dio en el periodo 1996-2000 con un considerable incremento de sus exportaciones. Este modelo de acumulación estatal profundizó la especialización productiva y propició nuevas estructuras productivas regionales en el centro, sur y norte del estado⁵⁹.

La industria del vestido poblana, desde su expansión, se ha concentrado en cuatro municipios: Tehuacán, Teziutlán, Ajalpan y Puebla, que en 2018 agruparon el 59% del empleo en el subsector (ver, Tabla 3.1).

Tabla 3.1

Puebla: Participación porcentual de los municipios en la industria del vestido 2018

Municipio	Personal ocupado total
Tehuacán	22.48%
Teziutlán	14.45%
Ajalpan	11.73%
Puebla	10.14%
Altepexi	4.33%
Chignautla	3.10%
Xiutetelco	2.76%
Tepanco de López	2.74%
Huejotzingo	2.67%
San Gabriel Chilac	2.14%

Nota. Elaborado a partir de datos obtenidos del Censo económico 2018 por INEGI, 2019.

La región de análisis abarca cinco municipios poblanos específicos: Tehuacán, Ajalpan, San Gabriel Chilac, Altepexi y Santiago Miahuatlán. Dichos municipios fueron

⁵⁹ La región del centro comprende los municipios de San Martín Texmelucan, Cholula, Huejotzingo y Puebla. En la zona sur, destacan los municipios de Tehuacán, Altepexi, Ajalpan y San Gabriel Chilac. Por último, en el sur sobresalen Teziutlán, Chignautla, Xiutetelco y Teteles de Ávila Castillo.

seleccionados en dos tiempos. Primero, con base en la dinámica local de las relaciones sociales de producción de estos municipios, para lo cual es esencial tener en cuenta que el empresario emergente, objeto de estudio de esta investigación, representa la generación más reciente de empresarios de la industria del vestido. Por lo tanto, resulta fundamental que esta industria sea representativa en términos de reproducción de capital.

Para esta primera fase se trataron datos del Censo Económico del año 2018, se agruparon los municipios con mayor participación por zonas geográficas y se integró la región de estudio con cinco municipios. La región de estudio concentró un 42% de la población ocupada en el subsector de fabricación de prendas de vestir estatal y cerca del 6% del subsector nacional. En cuanto a la producción bruta y valor agregado, el subsector concentra del total en la región el 15% y 13% respectivamente. (ver, Tabla 3.2).

Tabla 3.2

Región: Población ocupada en el subsector fabricación de prendas de vestir 2018

Territorio		Personal ocupado	Producción bruta total (millones de pesos)	Valor agregado censal bruto (millones de pesos)
Nacional	Subsector 315	336,505	\$ 122,676.95	\$ 50,257.44
Estatal PUEBLA	Subsector 315 Estatal	48,032	\$ 14,417.51	\$ 6,422.67
Región de estudio ⁶⁰	Total, Regional	103,181	\$ 32,430.96	\$ 15,998.75
	Subsector 315 Regional	20,347	\$ 4,694.48	\$ 2,132.80

⁶⁰ La región de estudio comprende cinco municipios del estado de Puebla: Tehuacán, Ajalpan, San Gabriel Chilac, Altepexi y Santiago Miahuatlán. Los valores que aquí se presentan es el equivalente a la suma de los datos reportados para cada municipio.

Nota. Datos deflactados año base 2018, INPC tomado de Banxico (Base Jul 2018=100). Elaborado a partir de datos obtenidos del Censo Económico 2018, por INEGI, 2019.

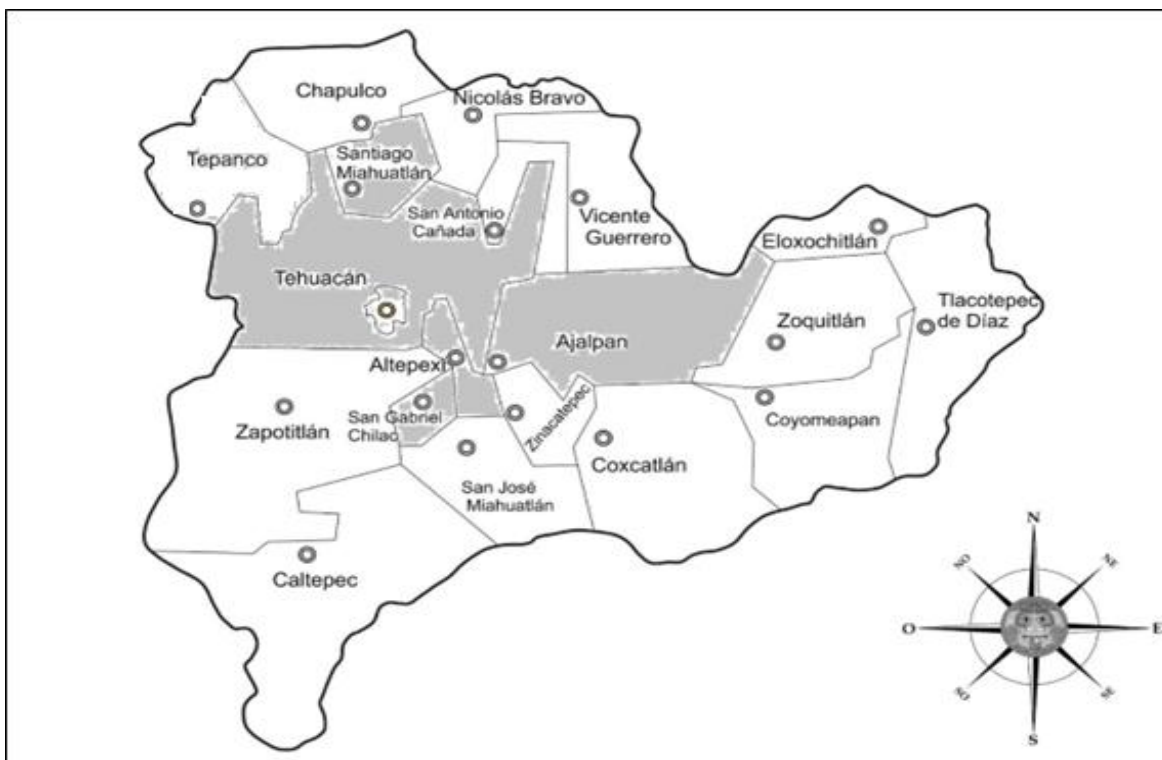
A partir de estas cifras se evidencia la alta concentración y representación que tiene la industria del vestido dentro de la región seleccionada, por lo que resulta justificativa. En segundo lugar, después de identificar los municipios de la región que tienen una mayor participación en la industria del vestido, se solicitó la colaboración de un empresario emergente, quien se encargó de verificar la presencia de empresarios de marca propia en dichos municipios⁶¹.

Los municipios que comprenden la región de estudio se encuentran ubicados al suroeste del estado poblano, pertenecen a la Región VII conocida como Tehuacán y Sierra Negra (Ver, mapa 1). Es una región con gran variedad de climas, paisajes y ecosistemas, podemos encontrar elevaciones, depresiones y valles. Los cinco municipios presentan una composición poblacional y económica similar: más del 50% de la población de estos municipios son mujeres.

⁶¹ Se solicitó el apoyo de un empresario emergente, ya que no se dispone de ningún registro que indique cuántas marcas de ropa han sido registradas por empresarios de la región de Tehuacán.

Figura 3.1

División política de Tehuacán



Nota. Adaptada de *Mapas de Tehuacán*, por ACADEMIA TLATOANI, 2013 (<https://academiatlatoani.blogspot.com/2013/01/mapas-de-tehuacan.html>).

En cuanto a su economía, para el 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas fueron Comercio al por menor (40.28%), Industrias Manufactureras (32.81%) y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas(6.06%). En términos de empleo, la Industria Manufacturera concentró el 53.68% de empleados, en el Anexo 1 se presentan datos particulares de cada municipio.

Con estos antecedentes y partiendo de la premisa de que los empresarios se caracterizan por los procesos de producción y distribución adoptados en la región donde se reproducen socialmente, a continuación, se describen las actividades económicas que tuvieron lugar en la región a lo largo de distintos periodos, así como la cultura empresarial que se consolidó en cada uno de ellos.

3.3 INDUSTRIA EMBOTELLADORA

Una de las actividades productivas importantes para el Valle de Tehuacán fue la instalación de la industria embotelladora. La presencia de veneros ricos en minerales y la llegada del Ferrocarril Interoceánico a la región convirtió al Valle en un destino turístico importante a finales del XIX y principios del siglo XX⁶², paralelamente a la industria turística se desarrolló la industria embotelladora, iniciando, años más tarde, producción a gran escala. Con una visión emprendedora, Joaquín Pita -pionero de esta industria- inició una estrategia industrial y comercial; acercar a los consumidores el agua mineral de Tehuacán⁶³, dando origen a marcas de agua como La Cruz Roja, El Riego y San Miguelito. La comercialización del agua embotellada se daba principalmente en boticas locales (Aceves, 2014).

En 1903, el señor Pita se asocia con Anacarsis Peralta con la finalidad de diversificar la oferta de productos y alcanzar mayor área de distribución. Dos años más tarde, Miguel Mantilla se destacó como uno de los empresarios sobresalientes en la industria embotelladora, el éxito de su fábrica se debió a la implementación de tres estrategias. En primer lugar, aprovechó la experiencia de su familia en el embotellado de refrescos y decidió incursionar en el embotellado de agua mineral, logrando su comercialización exitosa en la capital del estado. En segundo lugar, la fábrica de Miguel optó por una modernización tecnológica, convirtiéndose así en una de las pioneras a nivel nacional en la utilización de la combustión interna, En tercer lugar, destacó por innovación en productos, siendo el primer empresario en embotellar agua mineral quinada.

Según Rojas (2011) la inversión en la industria embotelladora experimentó una pausa hasta finales de la década de los años veinte. En 1928 los empresarios Garci Crespo y Carlos Silva fundaron la empresa ‘Manantiales de Tehuacán S.A.’, la cual, a pesar de los cambios de razón social⁶⁴ que experimentó a lo largo del tiempo, esta empresa logró expandir la

⁶² “Las propiedades curativas de las aguas minerales prolongaron el prestigio de la ciudad, que se mantuvo como el principal balneario mexicano hasta principios de la década de 1950” (Martínez, 2018, pág. 46).

⁶³ “El agua de Tehuacán era un elixir, una pócima, un menjurje que curaba. No obstante, su distribución era limitada y el tipo de lugares donde se podía obtener eran droguerías y boticas” (Santiago, 2011, pág.42).

⁶⁴ En 1937 la empresa cambia de razón social a ‘Manantiales Garci Crespo, S.A.’, dos años más tarde inicia operaciones en el Estado de México. Fue en la salida de Garci Crespo en 1948 cuando la empresa vuelve a cambiar de denominación a ‘Manantiales Peñafiel, S.A.’

industria en la región. Hacia 1948 bajo el nombre de ‘Manantiales Peñafiel S.A’ se convirtió en una de las embotelladoras más importantes en el país. Tal era su relevancia que en diversas regiones de la república el agua de manantial era conocida como Tehuacán, en alusión a esta empresa líder en el sector.

El desarrollo de la industria embotelladora tuvo un impacto significativo en la región, ya que no solo contribuyó al crecimiento económico, sino que también impulsó la mejora de la infraestructura de la ciudad. Varios empresarios, debido al éxito de sus empresas, patrocinaron la construcción de diversas edificaciones, lo que a su vez fomentó el progreso urbano. Además, el crecimiento de esta industria generó numerosas oportunidades laborales.

La expansión de la industria embotelladora dio lugar al surgimiento de nuevos empresarios destacados, entre los cuales se encuentran nombres como Lucindo Carriles, Juan Revuelta, Trinidad Ángeles, Enrique Bonilla, y Leo Fleishman (Santiago, 2011; Hernández, 2011). Una característica de las empresas embotelladoras radica en su carácter familiar, donde las fábricas estaban en manos de familias emprendedoras (Díaz, Corona, y Mayett, 2013).

El declive de la industria embotelladora se produjo a principios de los años sesenta debido a diversos factores. Uno de ellos fue la falta de certificación del agua de origen mineral, lo que afectó la demanda del producto. Además, la contaminación de acuíferos, causada principalmente, por la industria avícola, la cual generó un impacto negativo en la calidad del agua embotelladora.

Otro factor determinante fue la competencia de las empresas transnacionales, las cuales adquirieron fábricas locales para luego trasladar sus operaciones a otros lugares. Esta competencia liderada por empresas internacionales, que tenían una mayor capacidad financiera y alcance global, dificultó aún más la supervivencia de las empresas embotelladoras de la región.

En este contexto, **los empresarios que habían desarrollada su actividad en la industria embotelladora se convirtieron en los primeros ejemplos de empresarios en**

toda la región. Sin embargo, pese a que estos empresarios demostraron su reconfiguración⁶⁵ en un entorno empresarial en constante cambio, se dispone de poca información acerca de las condiciones laborales que prevalecían en sus empresas.

3.4 INDUSTRIA AVÍCOLA Y PORCINA

A inicios de la década de los cincuenta, paralelamente al auge de la industria embotelladora y al declive de la industria turística⁶⁶, se desplegó la industria avícola y porcina. La industria avícola inicia a finales de la década de 1940, pero se consolida una década después. **La instalación de granjas avícolas representó para la región una vía alterna de economía para toda la región de Tehuacán.**

Esta industria es impulsada por una pequeña familia, cuyos miembros consolidan las empresas ‘El Calvario’, que controlaban “desde la producción de alimentos hasta el procesamiento del pollo, además de todo un esquema de distribución, laboratorios e incubación” (Santiago, 2011, pág. 44). Su mercado inicial comprendió hasta la ciudad de México. **Es a mediados de la década de los ochenta cuando la industria tuvo su mayor auge posicionando a las empresas “El Calvario” como las más importantes del país.**

Otro de los efectos importantes de la industria avícola en la región es la migración de indígenas hacia Tehuacán debido a que los Tehuacaneses no quería laborar en las granjas por las condiciones laboral e insalubres que las caracterizaba, ello abrió un mercado laboral que fue abarcado por la población migrante (Hernández y Rosales, 2011). El modelo de las empresas familiares Romero permitió el surgimiento de otros empresarios exitosos.

Una de las empresarias más importantes en la industria avícola y porcina de la región es Socorro Romero, esta empresaria generó empleos y contribuyó al surgimiento de más empresas. Romero fundó en 1948 una pequeña granja con solo 200 gallinas y un método manual, su producto lo comercializaba en el mercado local. Años más tarde, debido al éxito de su pequeña granja, creó más granjas construyendo así un emporio a nivel nacional.

⁶⁵ La reconfiguración de los empresarios embotelladores de la región de Tehuacán se vio cristalizada, principalmente, en la adopción de nuevas tecnologías, la competencia con empresarios extranjeros y la resiliencia de diversas situaciones adversas que afectaron al sector, como la contaminación del agua.

⁶⁶ A inicios los años cincuenta, se experimenta el declive de los centros turísticos del interior del país debido al interés turístico en playas fomentado por el presidente Miguel Alemán.

En 1965, Socorro Romero incursionó en la industria porcina, y los logros obtenidos le permitieron establecer plantas de alimentos para criar sus propios animales, reduciendo así su dependencia de proveedores externos. Posteriormente, fundó el “Grupo SRS”. Según testimonios, la empresaria mantenía una relación directa y cercana con sus empleados, se destacaba por su noble altruismo, posiblemente influenciado por su origen humilde. Además, Socorro Romero cultivó una excelente relación con diversas personalidades de instituciones sociales, religiosas y de los tres poderes del Estado. Sin lugar a duda, se posicionó como una de las empresarias más influyentes en la región.

Aunque la industria avícola no es la más dominante de la región de Tehuacán, sigue manteniendo una presencia significativa. Según lo informó el presidente de la Asociación de Avicultores, en 2019 Tehuacán lograba producir 35 mil cajas de huevo y enviar al mercado diariamente 200 mil pollos destinados al consumo. Estos productos se distribuyen principalmente en el centro y sur del país.

3.5 INDUSTRIA MAQUILADORA

El desarrollo de actividades económicas del municipio, durante el siglo XX, fundó el modelo de empresario regional y estableció las condiciones necesarias para enfrentar el inicio del modelo económico neoliberal, el cual se cristalizó en el fortalecimiento regional de la industria maquiladora del vestido. **La llegada de esta industria a Tehuacán, en la década de los noventa, acentuó la transformación más importante del siglo.** Ello, debido a que se trataba de una industria que se caracterizó por:

[...] “participar en cadenas productivas internacionales que se mantienen al margen de la producción nacional y del mercado doméstico; se trata de eslabones productivos que incorporan materias primas provenientes del extranjero, que se favorecieron de políticas proteccionistas y programas de desarrollo con miras a un desarrollo basado en la dependencia de las transnacionales y que no estimula el desarrollo a partir de la producción y del mercado nacional” (Muñiz, Ramírez y Juárez, 2010, pág. 76).

La industria del vestido en Tehuacán se ha caracterizado por ser de gran tradición en la región. **La instalación de las primeras empresas se da alrededor de 1930. En su mayoría fueron establecimientos pequeños que trabajaban de forma rudimentaria.**

Dedicaron su producción exclusivamente a la elaboración de uniformes para las embotelladoras de agua de la región. Dos décadas más tarde, los negocios más pequeños se especializaron en la producción de pantalones de mezclilla los cuales se comercializaron principalmente en la ciudad de Puebla y México (Hernández, 2011). Sin embargo, **el verdadero auge de la industria del vestido tehuacana se experimentó a partir de 1994** con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Para Santiago (2011), el éxito de la industria el vestido fue:

[...] “el resultado de un empresariado con prácticas de adaptación que le permitieron sortear diversas adversidades. Con esto, vemos cómo la globalización en los 90’s, es para este empresario un mar de oportunidades en donde se toman riesgos y se asumen las ventajas y desventajas del modelo neoliberal y del impulso de la globalización” (pág. 87)⁶⁷.

Asimismo, con respecto a la élite empresarial que se desarrolló, Bringas (2010), afirma que la iniciativa de la gente, la voluntad de lucha y el espíritu emprendedor, es lo que caracterizó a Tehuacán y la convirtió en una ciudad innovadora, con mucho futuro. La industria maquiladora de exportación reestructuró el mercado laboral reconfigurando, a su vez, a la propia comunidad.

Los primeros empresarios del auge exportador fueron principalmente de origen libanés. Entre ellos, se destaca Kamel Nacif Borge, también conocido como “rey de la mezclilla”, quien fue accionista del antiguo Grupo Tarrant⁶⁸. La empresa liderada por Nacif Borge se caracterizó por contar con una inversión de capital mixto y un modelo de producción intrarregional, convirtiéndose en un emporio maquilador. Sin embargo, se ha informado que las estrategias empleadas por este empresario se basaron, según testimonios de obreros, en la explotación laboral y prácticas ilegales. Además, se menciona su estrecha relación con el sector político.

⁶⁷ Cabe mencionar, que, con la llegada de las primeras maquiladoras, algunos talleres de confección ya establecidos en la región años atrás comienzan a insertarse en la cadena de producción de ropa internacional.

⁶⁸ Maquiladora pionera en el sector, fundada en la década de 1990 por la familia Haddad.

Destaca también la figura de empresarios locales como José Méndez Gómez, otro empresario relevante en el progreso de la industria del vestido en Tehuacán. Su contribución fue fundamental, ya que durante su mandato como presidente municipal en el periodo de 1990-1993 llevó a cabo una exitosa campaña de promoción en diversas ciudades de Estados Unidos. El objetivo de esta iniciativa era atraer inversiones de líneas de producción estadounidenses hacia la región de Tehuacán. Debido a su labor y visión estratégica, se sentaron las bases para el crecimiento y desarrollo de la industria del vestido en la zona.

En el periodo exportador fue muy evidente la relación entre empresarios y gobierno. Las políticas públicas de ese momento fueron impulsadas desde lo nacional sujetas al ajuste estructural, fomentando la exportación maquiladora, atracción de capitales extranjeros, trabajo flexible y bajos salarios.

En este contexto surgen pequeños talleres subcontratados⁶⁹ a cargo de sujetos con previa experiencia en la industria. Si bien estos sujetos no eran considerados grandes capitalistas industriales si ejercían actividades de mando y control. Este proceso de subordinación fue aprovechado no solo para la explotación de los obreros, sino que estos últimos tomaron el conocimiento de los grandes empresarios como funciones administrativas, productivas y comerciales.

Un acontecimiento importante que trajo consigo la industria del vestido fue la integración productiva regional. La subcontratación, como estrategia empresarial para eficientizar la producción, buscó desintegrar el proceso productivo en diversas empresas “formando así una amplia red de subcontratistas regionales o locales, organización que les permite reducción de costos, al mismo tiempo que una alta especialización y la posibilidad de participar en el mercado mundial” (Sánchez, Martínez de Ita, Campos, y Corte, 2014, pág. 183)⁷⁰.

Otro suceso significativo de dicha expansión industrial en la región tiene que ver con el incremento de mano de obra migrante. Si bien desde la expansión de la industria agrícola

⁶⁹ Aunque en México la subcontratación se instaura desde la colonia, esta adquirió mayor relevancia con el auge de la industria del vestido (Sánchez, Martínez de Ita, Campos, y Corte, 2014).

⁷⁰ En este contexto, la subcontratación también conocida como *outsourcing* tuvo por objetivo eficientizar los procesos productivos, acrecentar la explotación laboral y generar una especialización regional.

migrantes intrarregionales llegaron a trabajar a la región, el periodo maquilador acrecentó este fenómeno. Fueron los habitantes de pueblos aledaños quienes en busca de vender su fuerza de trabajo migraron a Tehuacán, se incorporaron en la maquila y alimentaron, por mucho tiempo, esta base económica y productiva⁷¹.

Sin embargo, el auge de esta industria disminuyó hacia finales del año 2000 y principios del 2001 (Ferino, 2015), debido a la crisis de demanda maquiladora –derivada de la vinculación con el mercado de Estados Unidos y la crisis que sufrió ese país en 2001- y la inserción de China al mercado del vestido nacional, lo cual, provocó la caída de la industria del vestido tehuacanera, generando el cierre de plantas maquiladoras y el incremento del desempleo, en especial en la rama de la confección de prendas de vestir (Sosa y Rangel, 2007; Hernández, s.f.; Martínez de Ita, Sánchez y Campos, 2005; Muñiz, 2014; Santiago, 2011).

Tal crisis industrial, reflejó una transición en la actividad de la industria del vestido de Tehuacán. Los actores industriales tuvieron que seguir estrategias que permitieran su permanencia en el mercado, así como la entrada a nuevos nichos de mercado (Vera, Méndez y Vera, 2013). También, condujo a un reacomodo estructural de la economía de Tehuacán, mismo que afectó de manera considerable a las familias empresariales tradicionales de la región, puesto que se volvió complicado mantenerse en el mercado. Muchos empresarios cerraron, otros optaron por diversificar el origen de sus contratos (Santiago, 2011).

Así, se gestó en Tehuacán una recomposición de los grupos empresariales. Por una parte, **este suceso acrecentó la tendencia al predominio de trabajo a domicilio informal y por otra parte representó la conformación de nuevas empresas entre amigos**. Es decir, al conjunto empresarial, constituida por viejos y extranjeros empresarios, se añadieron nuevos, sobre todo conformados por extrabajadores –gerentes u obreros- que fueron despedidos de las grandes fábricas.

⁷¹ Este hecho tiene su origen en la escisión entre el obrero y la propiedad de las condiciones de trabajo, también conocida como la llamada acumulación originaria. Con la reforma al artículo 27 constitucional y la Ley Agraria de 1992 los campesinos cercanos a la región de Tehuacán se quedaron sin medio de producción pues estos pasaron a posesión de particulares con lo que estos tuvieron la necesidad de incorporarse al mercado laboral maquilador. Ramírez, Carmona y Muñiz (2016) afirman que en el boom maquilador “al menos el sesenta por ciento de los obreros pertenecen a grupos indígenas. La mayoría de los indígenas que trabajan en las maquiladoras de Tehuacán pertenece a las Sierras de Zongolica, Sierra Mazateca, Sierra Negra y Sierra Mixteca” (pág. 9).

Esta reestructuración empresarial también configuró una recomposición en el mercado productivo, los empresarios que emergieron a partir de la crisis de inicios de siglo incursionaron en fases productivas de mayor valor agregado como lo es el diseño y marca propia. En la figura 3.2 situamos la cadena industrial textil-vestido, la cual involucra una extensa gama de actividades productivas correlacionadas de los tres sectores económicos.

En este proceso de producción industrial podemos distinguir tres etapas generales: obtención de materias primas, transformación de materia prima y proceso de comercialización. La fase inicial se centra en la generación de materias primas, como el algodón, la lana, la seda, el poliéster, entre otros. En este proceso de producción, que engloba actividades de hilado y tejido (tanto convencional como de punto), se originan los hilos y otros insumos esenciales. Este primer eslabón de la cadena corresponde al sector primario.

La fase relacionada con la manufactura, perteneciente al sector secundario, abarca diversas etapas, que incluyen el diseño de moda; la elaboración de patrones, los moldes pueden ser realizados de forma manual, a través de softwares o máquinas de dibujo; la selección y adquisición de telas, hilos, botones, cierres y otros materiales principales, en esta actividad se debe tener un control sobre las características y la calidad de los insumos debido a que deben cumplir con las especificaciones afines a cada diseño; el tendido y corte de las telas.

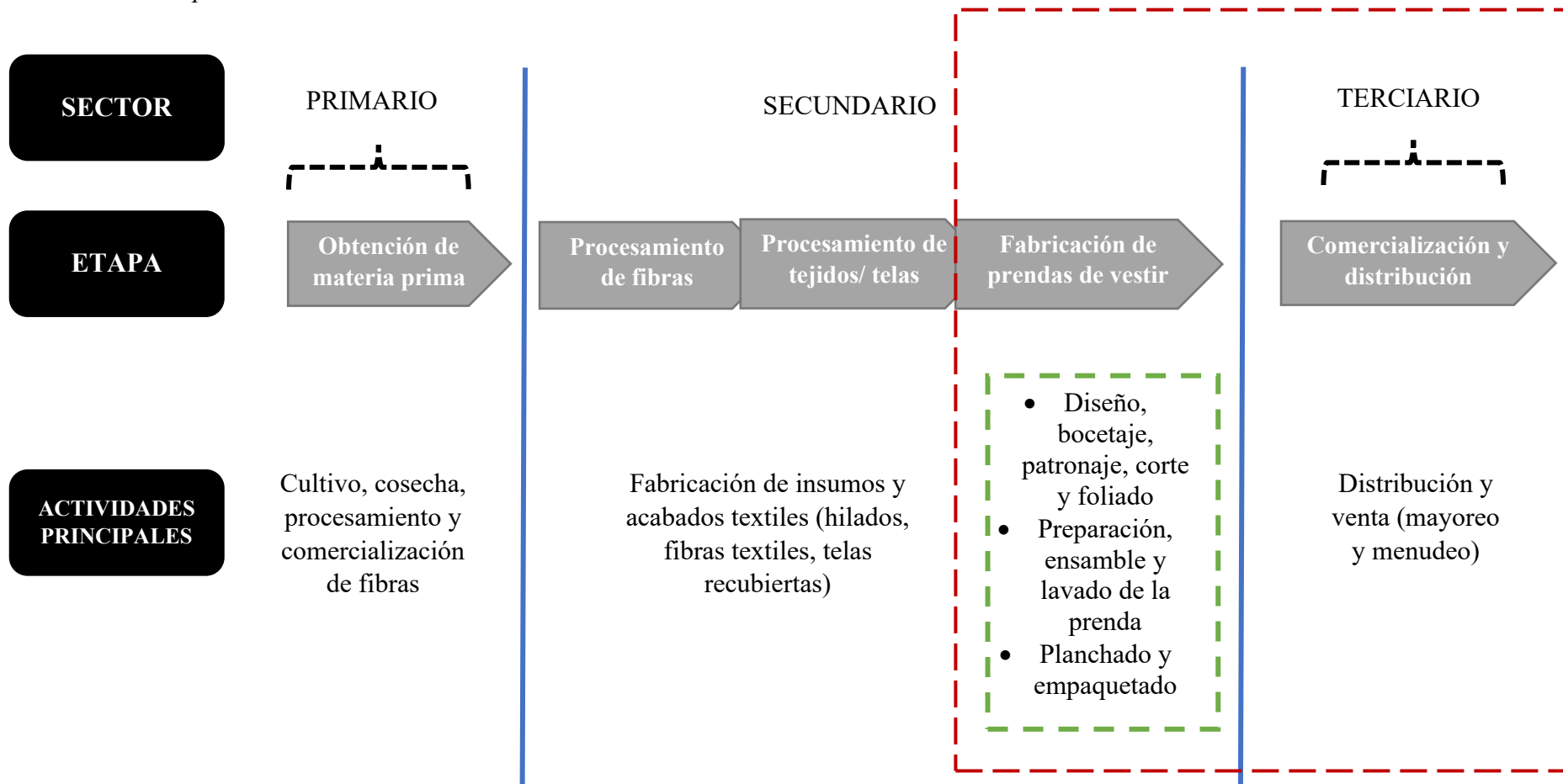
Asimismo, se encuentran en esta etapa la confección de las prendas; el proceso de planchado; la revisión y el control de calidad de las prendas; así como la colocación de etiquetas y el empaque de la mercancía final, el empaque generalmente se realiza por tallas, modelos o colores. En el sector servicios encontramos las actividades clave como el marketing, almacenamiento y distribución de la mercancía, así como la venta de prendas de vestir en tiendas departamentales físicas, tianguis/mercados o plataformas en línea.

Para intereses de esta investigación el análisis se centra en las fases correspondientes a los sectores secundario y terciario toda vez que son actividades que realizan los empresarios emergentes de marca propia. Respecto a la figura antes mencionada, lo que se encuentra dentro del recuadro punteado rojo son las actividades que mayoritariamente realizan los

empresarios emergentes *versus* lo que se encuentra en el recuadro verde son las actividades del auge exportador.

Figura 3.2

Cadena productiva de la industria Textil-Vestido



Nota. Elaborado a partir del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, por INEGI, 2018 (<https://www.inegi.org.mx/SCIAN/>)

Los cambios en el modelo de acumulación no solo se perciben en las actividades de la cadena productiva sino también en las funciones de los empresarios. Las tareas que realizan los empresarios tradicionales son, mayoritariamente, ser solo dueños de los medios productivos o realizan funciones de dirección, mientras que **los empresarios emergentes adaptan sus labores a las necesidades y tamaño de su empresa, con lo cual se ha percibido una modificación en la cultura empresarial de la región. Algunos de estos empresarios emergentes participan ya sea en el proceso de producción (diseño-fabricación), cadena comercial, tareas administrativas o todas las actividades a la vez.**

En este contexto de reestructuración industrial y empresarial, otro fenómeno que se observa en la región de estudio es el incremento de unidades económicas. Según lo reportado por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), **de abril a noviembre de 2019 se dio un incremento del 210% del número de establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir, pasando de 844 a 2616 establecimientos** (ver, Figura 3.3). **Esto se debe, en gran medida, al incremento de trabajo a domicilio informal debido a la fragmentación de actividades productivas. Las actividades que antes se realizaban en una sola fabrica, desde 2019 se realizan en tres o hasta cuatro establecimientos, pero el responsable del proceso, en la mayoría de los casos, sigue siendo una sola persona⁷².**

En esta nueva estructura industrial regional, en lo que respecta a los establecimientos se observan dos particularidades importantes. En primer lugar, debido a la baja inversión fija por unidad económica (ver, Tabla 3.3), las barreras de entrada al sector son más accesibles (salvo Santiago Miahuatlán, como se observa más adelante), **lo que ha propiciado una predominancia de establecimientos de reciente creación** (ver, Figura 3.4), lo que, a su vez, determina que el tamaño medio de las empresas regionales sea de carácter micro⁷³. En segundo lugar, **más del 70% del total de estos establecimientos se dedican a la producción**

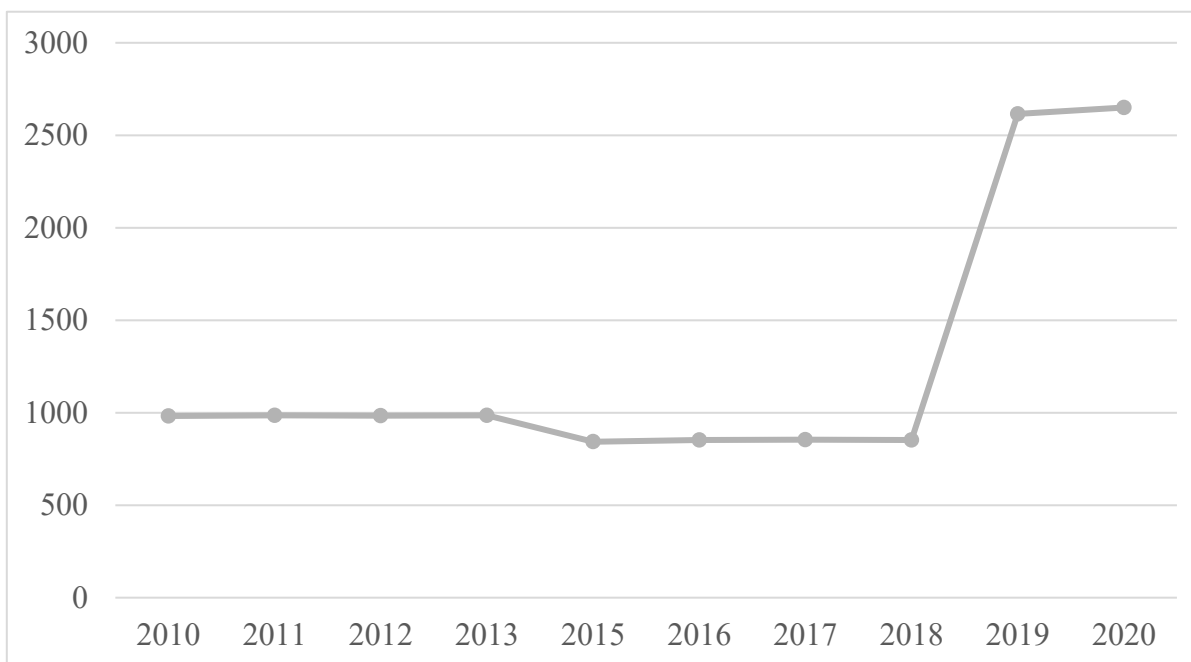
⁷² Durante una visita realizada durante el periodo de trabajo de campo a un empresario maquilador, este compartió que descomponía el proceso productivo de las prendas de vestir que se elaboraban bajo su supervisión en diversas etapas: en una ubicación se confeccionaba la parte delantera, en otro lugar se trabajaba en la parte trasera, en un tercero se unían ambas secciones, y finalmente, el producto se trasladaba a otro sitio para completar los ojales y colocar los botones.

⁷³ En promedio, cada empresa regional dedicada a la fabricación de prendas de vestir emplea a ocho personas.

(corte y confección) de serie de ropa exterior como chamarras, vestidos, pantalones, faldas, sacos, chalecos, así como vestido de novia, de quince años, de primera comunión y de noche (ver, Figura 3.5)

Figura 3.3

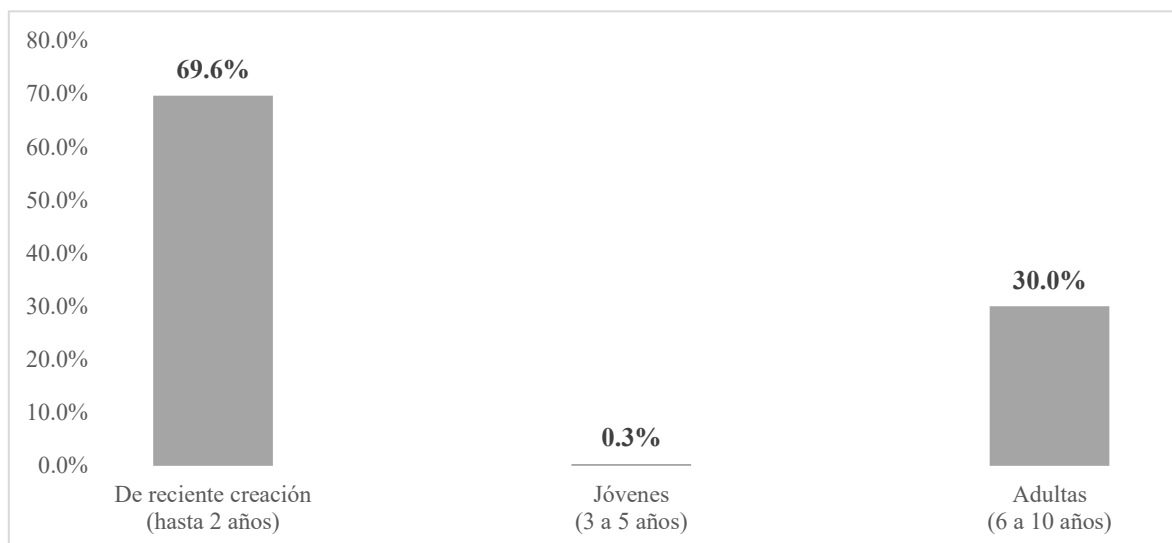
Región: Comportamiento del número de establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir 2010-2020



Nota. Elaborado a partir de datos obtenido por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas 2010-2020, por INEGI, 2020

Figura 3.4

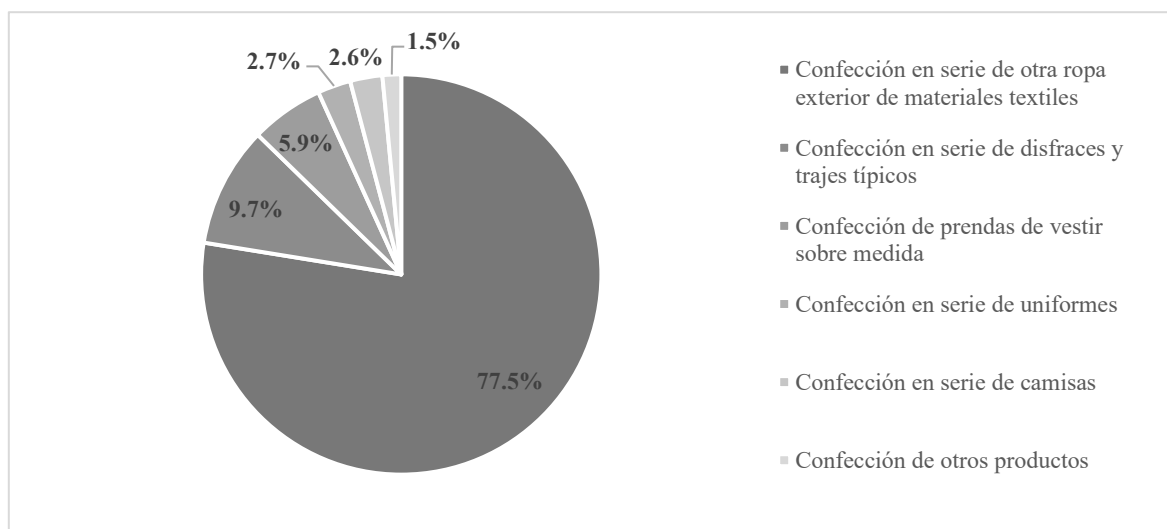
Región: Edad de los establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir 2020



Nota. Elaborado a partir de datos obtenido del Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas, por INEGI 2020.

Figura 3.5

Región: Principales productos elaborados en los establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir en 2020



Nota. Elaborado a partir de datos obtenido del Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas, por INEGI 2020.

Para 2018, tomando en cuenta los datos del INEGI, se estima que la región tiene un nivel de rentabilidad en el sector superior al promedio nacional. Esta situación regional; caracterizada por una reducida ganancia bruta, pero con alto nivel de rentabilidad, podría explicarse por factores como bajos costos fijos, un ciclo de ventas rápido, implementación de servicios adicionales o estrategias de reducción de costos. Una de las estrategias implementadas en la región es ofrecer salarios bajos, los cuales están por debajo del promedio nacional y estatal. Además, el bajo nivel de inversión fija en la región de Tehuacán (a excepción de Miahuatlán) sugiere que esta industria depende más de la mano de obra que de la tecnología o inversión (ver, Tabla 3.3).

Tabla 3.3

Región: La industria del vestido en la región de Tehuacán 2018⁷⁴

Municipio	Tamaño medio de planta (personal ocupado por unidad económica)	Ganancia bruta (Valor agregado censal bruto - Total de remuneraciones)	Inversión fija por unidad económica (Acervo total de activos fijos / unidad económica)	Ganancia por unidad económica (Ganancia bruta / unidad económica)	Remuneración media (Remuneraciones que recibió en promedio cada persona remunerada durante 2018)	Rentabilidad (Ganancia bruta / Acervo total de activos fijos)
		(miles de pesos)				
Ajalpan	5	\$178,840.00	\$ 149.50	\$ 154.31	\$ 50,370.61	103%
Altepexi	7	\$ 47,062.00	\$ 195.69	\$ 152.80	\$ 53,113.97	78%
San Gabriel Chilac	3	\$ 30,106.00	\$ 61.87	\$ 91.51	\$ 50,219.93	148%
Santiago Miahuatlán	20	\$ 74,096.00	\$ 1,368.50	\$ 1,852.40	\$ 45,656.25	135%
Tehuacán	18	\$ 793,098.00	\$ 716.26	\$ 1,335.18	\$ 58,329.36	186%
Región	8	\$1,123,202.00	\$ 302.10	\$ 462.22	\$ 51,538.02	153%
Nacional	8	\$30,079,799.00	\$ 1,197.75	\$ 715.05	\$ 61,554.39	9%
Estatal	9	\$4,058,885.00	\$ 1,168.19	\$ 736.37	\$ 83,251.71	8%

Nota. Elaborado a partir de datos obtenidos del Censo económico, por INEGI 2018.

Un aspecto importante de la región de Tehuacán que se muestra en la tabla 3.3 es el caso del municipio de Santiago Miahuatlán, el cual evidencia un tamaño medio de planta, una inversión fija y una ganancia por unidad económica mayor incluso al promedio nacional.

⁷⁴ Los cálculos de las variables aquí presentadas son adaptación de la propuesta de Carlos Maya (1987).

Este rasgo se explica porque, para 2018, Miahuatlán contaba con solo 40 unidades económicas, de las cuales un poco más del 50% emplean entre 11 y 100 personas. Es decir, en Santiago Miahuatlán la pequeña y mediana empresa tiene mayor peso (presencia), a diferencia de los demás municipios de la región donde predominan las micro empresas.

En este contexto, para el gobierno, la industria del vestido ha sido una actividad económica representativa no solo en la región de Tehuacán sino también a nivel nacional, por lo cual ha buscado impulsar su desarrollo a través de políticas públicas. En 2014, se publicó el decreto por el que se establecen medidas para la productividad, competitividad y combate de prácticas de subvaluación de los sectores textil y confección, el resultado de dicho decreto fue el aumento del PIB de la industria del vestido respecto a años anteriores (INEGI, 2022).

Actualmente, el gobierno de Puebla, como parte de una política pública de crecimiento económico, constituyó el Clúster de la Industria Textil y de la Confección “iTexcon”, el cual está integrado por más de 30 empresas distribuidas en los municipios de Puebla, Teziutlán, Tehuacán, Huejotzingo, San Martín Texmelucan y Amozoc. Lo que busca el gobierno con este tipo de iniciativas es fortalecer la cadena de valor de la industria, para ello el Clúster cuenta con cuatro ejes de acción: innovación, sustentabilidad, vinculación y desarrollo. Aunque resulta prematuro emitir una opinión sobre esta política pública debido a su reciente creación, se espera que este proyecto genere beneficios no solamente para los grandes capitalistas; como lo fueron anteriormente.

A partir de lo anterior se resalta la necesidad de describir, resignificar e interpretar el proceso de conformación de empresarios emergentes.

3.7 CONCLUSIONES CAPITULARES

La configuración empresarial regional en la región de estudio se ha desarrollado a lo largo del tiempo a través de diversas actividades económicas. El análisis se enfoca en la región como una estructura de relaciones sociales de producción, donde las personas establecen relaciones que estructuran la trayectoria de las sociedades y su modo de producción.

La delimitación geoespacial de la región de estudio abarca cinco municipios ubicados al suroeste del estado poblano. Estos municipios comparten características poblacionales y

económicas similares, y se destacan por su representatividad en la industria del vestido. Dentro de las actividades económicas que han tenido lugar en la región y que han consolidado al empresario actual se mencionan tres ejemplos: la industria embotelladora, la industria avícola y porcina y la industria maquiladora.

La instalación de la industria embotelladora fue una actividad productiva importante en el Valle de Tehuacán. Junto con el desarrollo de la industria turística, se estableció la industria embotelladora, que comenzó con una producción a pequeña escala y más tarde se expandió a gran escala. El desarrollo de la industria embotelladora tuvo un impacto significativo en la región, ya que contribuyó al crecimiento económico y a la mejora de la infraestructura urbana. Además, generó numerosas oportunidades laborales. La expansión de la industria llevó al surgimiento de nuevos empresarios destacados, muchos de ellos con empresas familiares.

Tal fue el éxito de los empresarios de la industria embotelladora que pronto empresas trasnacionales se instalaron en la región. Lo anterior generó, a su vez, el declive de empresarios locales, quienes se convirtieron pioneros de la cultura empresarial en la región. Pese al gran impacto de estos empresarios, hay poca información disponible sobre las condiciones laborales que existían en sus empresas.

Por otro lado, la industria avícola y porcina surgió como una vía alterna de economía para la región, siendo impulsada por empresas familiares que lograron posicionarse como importantes actores en el país. Una pequeña familia fue clave en impulsar esta industria, consolidando empresas como 'El Calvario', que abarcaban desde la producción de alimentos hasta el procesamiento del pollo, así como la distribución y la incubación. Su mercado inicial se extendía hasta la Ciudad de México. En la década de 1980, la industria avícola alcanzó su punto máximo, y las empresas 'El Calvario' se convirtieron en las más importantes del país.

La industria avícola tuvo un impacto en la migración de indígenas hacia Tehuacán, ya que los residentes locales no querían trabajar en las granjas debido a las condiciones laborales insalubres. Esto abrió un mercado laboral que fue ocupado por la población migrante. El modelo empresarial de las empresas familiares Romero permitió el surgimiento de otros empresarios exitosos como Socorro Romero. Su cercanía con los empleados y su habilidad para establecer relaciones con personalidades de instituciones sociales, religiosas

y gubernamentales, Socorro Romero se posicionó como una de las empresarias más influyentes de la región.

La llegada de la industria maquiladora del vestido, caracterizada por participar en cadenas productivas internacionales, alejadas de la producción nacional y del mercado local, tuvo un impacto significativo en la economía de la región de Tehuacán. Esta industria incorporó materias primas extranjeras y se benefició de políticas proteccionistas, generando una dependencia del mercado externo.

La industria del vestido en la región tiene larga tradición, con el paso del tiempo los empresarios se especializaron en la producción de pantalones de mezclilla. El éxito de esta industria se atribuye a la reestructuración de los empresarios, que vieron en la globalización una oportunidad para asumir los riesgos y ventajas del modelo neoliberal y la apertura económica. La industria maquiladora reestructuró el mercado laboral y transformó a la comunidad en general.

La crisis que vivió esta industria en el 2000 marcó una transición en la actividad de la industria del vestido en Tehuacán. Los actores industriales tuvieron que adoptar estrategias para mantenerse en el mercado y buscar nuevos nichos de mercado. También se produjo una recomposición de los grupos empresariales, con la aparición de nuevas empresas formadas por antiguos empleados de las grandes fábricas.

Esta reestructuración empresarial impulsó una mayor incursión en fases productivas de mayor valor agregado, como el diseño y la marca propia. Los empresarios emergentes a partir de la crisis del siglo XXI se involucraron en estas actividades, lo que representó una recomposición en el mercado productivo y una nueva estrategia para permanecer en el mercado.

Por último, es importante destacar la diversidad de la cultura empresarial que se ha desarrollado en la región de Tehuacán desde el siglo XX. En la primera oleada de empresarios, encontramos principalmente sujetos nacionales que estaban arraigados en la comunidad y buscaban posicionar a la región como pionera en su campo. Por otro lado, los empresarios dedicados a la exportación de prendas de vestir, liderados por personajes de origen extranjero,

han sido objeto de denuncias por prácticas de explotación laboral. Una particularidad común a todos estos empresarios en su estrecha relación con instituciones sociales y actores políticos.

Otras características de la industria del vestido en la región para 2018 incluyen inversión media, remuneración media y nivel de ganancias bajas y una alta rentabilidad, en comparación con el sector a nivel estatal y nacional.

CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL EMPRESARIADO

La constitución del sujeto social como empresario está relacionado con una serie de factores tanto internos como externos a su persona, los cuales son tratados en este y el siguiente capítulo⁷⁵. **La construcción del empresariado emergente ha seguido un proceso gradual**, el punto de partida fue tener una relación previa con la industria, a partir de este hecho, los empresarios planificaron y ejecutaron diferentes estrategias para poder constituir su propia marca de ropa y su propia empresa.

En este capítulo se presentan los principales resultados obtenidos durante el trabajo de campo. La información que se expone tiene el objetivo de describir el proceso de construcción del empresario emergente que surge postmaquila dedicado, principalmente, a la fabricación de prendas de vestir de marca propia. Para poder resignificar este proceso, se analizó al empresario emergente en su papel de empresario a través de dos niveles de abstracción interrelacionadas entre sí: configuración sociotécnica y unidad económica de producción.

Este capítulo se divide en cinco secciones, en la primera sección se identifica y delimita al empresario con la finalidad de situar al lector respecto a que tipo de empresario se refiere esta tesis, además de delimitar el concepto de empresario emergente, se diferencia de otros conceptos con los que pudiera confundirse. En la segunda parte se habla de cómo fue su acercamiento con la industria, sus antecedentes productivos y laborales, así como los

⁷⁵ Por factores internos se hace referencia a aspectos como la educación, experiencia, conocimientos, relaciones sociales, ambiente familiar y cultural, así como a su innovación. Por factores externos se consideran las crisis que afectaron al sector del vestido, además de las estructuras económicas, políticas, sociales y culturales que rodean a los empresarios emergentes.

principales retos a los que se enfrentaron durante su proceso de constitución como empresarios.

La tercera sección está dedicada al análisis del empresario en el primer nivel de abstracción; al interior de la empresa. Se considera la tecnología, la organización del trabajo, tipo de comunicación, las relaciones laborales (entre éste y los obreros, explorando temas específicos: contratación, tipo de comunicación, salario y jornada laboral) y la cultura del trabajo (incluyendo su salario, jornada laboral y su mercado). En el cuarto apartado se reflexiona sobre el proceso de conformación empresarial y particularidades que surgen fuera de la empresa como las relaciones que se establecen con clientes, proveedores, instituciones, políticos y demás actores. Finalmente, la última sesión está dedicada a las conclusiones capitulares

4.1 DELIMITACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL EMPRESARIO EMERGENTE

Con la finalidad de tener claridad del concepto y del enfoque utilizado en esta investigación se recapitula la idea de ‘empresario emergente’ ya que en la construcción de su significado puede ser complejo para el lector delimitarlo, más aún comprenderlo. En el primer capítulo, **esta tesis definió al empresario emergente como todo aquel sujeto social situado en una estructura económica característica de la estructura capitalista, con antecedentes productivos en la industria del vestido, propietario de los medios de producción como empresas (establecimientos físicos) o maquinarias, que emplea a trabajadores para generar valor y se apropia de un excedente. El empresario emergente es directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, dueño de su propia marca de ropa que le permite un mayor nivel de ganancia, subcontratado para realizar otras actividades de la cadena productiva, que realiza funciones productivas, comerciales y administrativas, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios, sus acciones -restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas y maximizar la acumulación de capital.**

El empresario emergente es denominado así porque describe a aquel sujeto **social que está en constante tensión, influenciado por factores sociales** (relaciones sociales de

producción, instituciones, movilidad social), **culturales** (cultura empresarial regional, cultura de los obreros, cultura de las nuevas generaciones), **económicos** (crisis económicas, sanitarias y políticos (políticas públicas), **y que surge en un contexto de reconfiguración productiva, específicamente, postcrisis.**

Este concepto trasciende las categorías convencionales que han sido creadas, aceptadas y mantenidas por la misma sociedad, **evitando etiquetas restrictivas** como empresario postcrisis, tradicional, de marca propia o atípico. Estas clasificaciones limitarían al individuo a un producto final, a un mercado productivo específico, a una coyuntura particular. El empresario emergente no solo produce un solo producto, no está inmerso en un mercado informal, surge y se fortalece en un contexto de reestructuración después de una crisis económica, pero eso no condiciona su existencia.

El empresario emergente no se reduce a ser un pequeño capitalista o un capitalista⁷⁶, debido a que este además participa en el proceso productivo donde se produce la mercancía y por ende crea valor. El empresario emergente vigila el proceso productivo porque lo conoce, entre otras actividades el empresario emergente pone muestras, cose y revisa la prenda. Por ejemplo, existe un empresario tehuacanero que adquirió conocimientos básicos de química para el proceso de lavado de sus prendas, es él quien transmite estos conocimientos a sus trabajadores para poder realizar dicho procedimiento.

No se trata solo de un empresario de marca propia porque el empresario emergente no solo produce su marca propia, sino que también trabaja para terceros, es subcontratado para confeccionar ropa, para diseñarla o para ambas actividades. Sin embargo, una característica del empresario emergente tehuacanero es que tenga su propia marca. Es decir, el empresario emergente tiene su marca propia de ropa y además desarrolla otras actividades productivas de la cadena del vestido para externos.

⁷⁶ En el sentido estricto de la personificación de Marx. Sin embargo, el empresario emergente sí participa dentro de la estructura capitalista.

No es un empresario atípico porque, aunque el empresario emergente cumpla con algunas características como el autoempleo⁷⁷, el desarrollo de sus proyectos mediante esfuerzos individuales y sin un contrato laboral escrito, no se desenvuelve en una estructura productiva atípica en su totalidad, el empresario emergente al tener una marca registrada cumple con los estándares laborales contenidos en la regulación del país.

De la misma manera, el empresario emergente, participa en la cadena productiva del vestido, también⁷⁸, es dueño, vigilante y mediador, y sus funciones van desde aprobar el diseño de prenda hasta la venta directa con los clientes. En el apartado 4.3.4 se amplía la discusión sobre las funciones del empresario emergente, como parte de su cultura.

En este orden de ideas, el empresario emergente puede ser un emprendedor, pero un emprendedor no necesariamente será un empresario emergente. El concepto de emprendedor tiene como base el pensamiento schumpeteriano toda vez que se trata de una forma de comportamiento. Es decir, ser emprendedor es llevar a cabo un proyecto empresarial ya sea que cree una empresa o incluso proyectos de una ya establecida.

También, este empresario emergente debe diferenciarse del concepto de empresario naciente, este último es definido por el Monitor Mundial de Emprendimiento (GEM) como aquella persona que durante el último año ha realizado funciones encaminadas a la creación de una nueva empresa, estas funciones comprenden desde la elaboración del plan de empresa hasta la búsqueda de recursos humanos, financieros y tecnológicos. A pesar de que **el empresario emergente** tiene poco tiempo en el mercado, este **se definió a partir de temas productivos, funciones, antecedentes y de su posición frente a los medios de producción** más no por el tiempo que lleva realizando dichas actividades.

El empresario emergente al que nos referimos en esta investigación puede, aunque no es una condición necesaria, tener atributos de los conceptos discutidos en líneas anteriores.

⁷⁷ Es importante señalar que el empresario emergente no estableció su empresa ni desarrolló su propia marca con la intención inicial de autoemplearse. Como se discute más adelante, tras años de experiencia en la industria, los empresarios emergentes observaron que la verdadera ganancia en la cadena del vestido radica en la comercialización. Razón por la cual, en la búsqueda de ganancias, decidieron constituirse como empresarios y establecer su propia empresa.

⁷⁸ Se utiliza la palabra “también” porque como se ve en el próximo capítulo, el empresario emergente utiliza como estrategia la oferta de servicios adicionales como ser subcontratados para maquilar o diseñar para terceros.

En este sentido, **el empresario emergente se vuelve empresario schumpeteriano cuando piensa y ejerce una estrategia innovadora y una vez ejecutada pierde esa condición y sigue siendo empresario emergente.**

Tabla 4.1

Definición y características del concepto de empresario

CONCEPTO	DEFINICIÓN	CARACTERÍSTICAS
Capitalista	Clase social dotada de "conciencia y de voluntad, en la medida en que sus operaciones no tienen más motivo propulsor que la apropiación progresiva de riqueza abstracta" (Marx, 1975.a, pág. 186)	Poseedor de capital, dueño de los medios de producción y de la fuerza de trabajo, directivo, vigilante y mediador del proceso de trabajo
Empresario schumpeteriano	Función de aquella persona que promueve nuevas combinaciones o innovaciones (Schumpeter, 1967), generador de nuevas oportunidades (Castillo, 1999), innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de ya existentes (Nuevo, 2009)	Innovador, líder, competitivo, sujeto económico e inmaterial, funcional
Empresario atípico	Aquellos inmersos en una comunidad productiva atípica. Trabajos que se desarrollan por esfuerzos individuales en dónde la relación laboral no es bilateral	Está al frente de un "trabajo no subordinado a un solo patrón, o integrado a una sola empresa, sin contrato por tiempo indeterminado, sin tiempo completo, desprotegido, riesgoso, pero no necesariamente precario, también aquellos en los que el cliente está implicado directamente

		en la producción" (De la Garza, 2011, pág. 64)
Emprendedor	<p>Quien tiene la idea, el concepto, de un producto o servicio a realizar (Zorrilla, 2009)</p> <p>Aquel que, mediante un proceso, y teniendo en cuenta factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimiento, experiencia, formación, entre otros) y exógenos (las mutaciones del entorno), lleva a cabo un proyecto, bien sea económico, social, político, ambiental, etcétera (Herrera y Montoya, 2013)</p>	<p>El emprendimiento no está relacionado con características particulares de la personalidad, sino con una forma de comportamiento que puede ser cambiado y aprendido (Castillo, 1999)</p>
Empresario emergente	<p>Sujeto social situado en una estructura económica característica de la estructura capitalista, sus acciones - restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas y maximizar la acumulación de capital</p>	<p>con antecedentes productivos en la industria del vestido, propietario de los medios de producción como empresas (establecimientos físicos) o maquinarias, que emplea a trabajadores para generar valor y se apropia de un excedente. El empresario emergente es directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, dueño de su propia marca de ropa que le permite un mayor nivel de ganancia, subcontratado para realizar otras actividades de la cadena productiva, que realiza funciones productivas, comerciales y administrativas, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios</p>

Nota. Elaborado a partir de Castillo, 1999; De la Garza, 2011; Herrera y Montoya, 2013; Marx, 1975.a; Nueno, 2009; Schumpeter, 1967; Zorrilla, 2009.

4.2 ANTECEDENTES Y PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL EMPRESARIO EMERGENTE

En términos generales, esta tesis trata de describir el proceso de conformación de un empresario regional que surge postmaquila dedicados a la fabricación de prendas de vestir de marca propia. Se utiliza la palabra postmaquila para enfatizar que este empresario emergente nace en un contexto de reestructuración productiva y tiene antecedentes en la industria maquiladora, es decir, su participación en la cadena productiva de prendas de vestir se remonta a varios años atrás.

La región de estudio, como se expuso en el capítulo tres, mostró un fuerte crecimiento económico y poblacional en la década de los noventa, dicho crecimiento se dio con base en el modelo maquilador de exportación. En ese periodo, no solo los tehuacanos optaron por abandonar sus estudios o empleos en diferentes sectores para incorporarse a las grandes fábricas que se instalaron en la región, sino que también migraron a la ciudad para integrarse a la industria habitantes de otras regiones aledañas. En este sentido, se identificó que algunos de los empresarios emergentes pertenecen a segundas generaciones⁷⁹ de migrantes provenientes de Guerrero, Oaxaca y Veracruz.

En este contexto, **encontramos cuatro escenarios específicos sobre los antecedentes de los empresarios emergentes de marca propia en la región de Tehuacán. En el primer escenario se sitúan aquellos empresarios que trabajaron en el área productiva**, algunos de ellos iniciaron a trabajar a temprana edad (12 años reportó un informante) como vacacionista realizando actividades de apoyo. Posteriormente fueron escalando en sus actividades pasando por ser costureros hasta convertirse en encargados de línea.

En un segundo entorno están aquellos empresarios que trabajaron en las grandes maquilas, pero en el área administrativa. Según la experiencia de un empresario emergente tehuacano, él trabajaba como contador en una empresa avícola y una amiga lo invitó a incorporarse a una empresa maquiladora que confeccionaba uniformes industriales

⁷⁹ Por segunda generación se hace referencia a hijos de migrantes, que llegaron a la región de Tehuacán siendo unos niños y que al crecer también se insertaron laboralmente en la industria maquiladora.

para PEMEX e IMSS. El motivo que llevó a este empresario emergente aceptar este cambio de sector fue el salario, mismo que era tres o cuatro veces mayor al que la industria avícola ofrecía.

En un tercer contexto se encuentran aquellos que se dedicaban a la reventa de prendas de vestir, principalmente de pantalones de mezclilla. Estos empresarios emergentes al dedicarse al comercio de prendas de vestir establecieron una cartera de clientes, sin embargo, en algunos casos enfrentaron retrasos en la entrega de la mercancía por parte de sus proveedores, estos empresarios identificaron la oportunidad de consolidar una producción propia a través de una marca regional.

Por último, se sitúan los empresarios cuyo acercamiento con la industria del vestido fue desde niños, es decir, hablamos de los hijos de sujetos incorporados en alguno de los tres ambientes anteriores. Un empresario comparte que él prácticamente nació en los trapos, ya que su abuela y sus padres estaban involucrados en la industria del vestido, él siguió esa tradición.

De estos escenarios, resulta destacable la acumulación de experiencia por parte de los empresarios emergentes. Estos se capacitaron previamente y llevaron el aprendizaje adquirido hacia sus empresas, ese conocimiento no es solamente productivo, sino que también adoptaron habilidades administrativas y de gestión. Además de apropiarse de conocimientos, los empresarios los transmiten a sus empleados.

Los antecedentes que les brindaron conocimientos previos a estos empresarios fue la principal razón por la cual ellos se insertaron en la industria del vestido y no en algún otro sector dado que la idea de establecer o fundar su propia empresa surge después de algunos años de trabajo. Ellos empezaron a comprar algunas máquinas de coser con sus propios ahorros y rentaron pequeños talleres para iniciar la producción a pequeña escala, ello les permitió crecer y hacerse conocidos en el medio regional del vestido. A medida que los empresarios emergentes lograban reconocimiento, un número considerable de proveedores se acercaron a sus empresas para ofrecer sus productos, estableciendo así relaciones comerciales con más personas.

A pesar de contar con conocimientos previos y el capital propio para establecer su propia empresa, el proceso no resultó ser lineal y fácil. Crear una empresa requiere de la

combinación factores internos y externos a ella, como lo financiero, el mercado, la competencia, lo administrativo, pero también lo personal y emocional del empresario. En este sentido, **los empresarios emergentes se enfrentaron a dos tipos de dificultades;** aquellos de carácter personal y aquellos relacionados con temas productivos.

La primera tiene que ver con la falta de credibilidad de los mismos empresarios sobre su persona, no se consideraban capacitados para asumir el rol de dueño y dirigente. Este obstáculo tiene que ver con sus antecedentes, como se explicó en líneas anteriores, gran parte de los empresarios emergentes tehuacaneros tienen experiencia en la industria, pero no en funciones administrativas o de gerencia por lo que desconocer dichas funciones les generó incertidumbre.

La falta de credibilidad sobre su capacidad empresarial ha llevado a que algunos de los empresarios emergentes no se auto perciban como tales. De acuerdo con la CANAIVE delegación Tehuacán-Puebla-Tlaxcala, estos sujetos no se reconocen como empresarios debido a que las nuevas camadas de la industria no tienen en su día a día ese concepto. Su historia laboral previa y su nivel educativo los llevan a subestimar su papel actual dentro de la industria regional.

El segundo desafío, mismo que prevalece hasta el presente, **es la necesidad de alcanzar volúmenes de producción suficientes para cubrir sus costos y mantener sus operaciones.** Es decir, para que una empresa se mantenga activa es necesario que esta tenga utilidades y para ello la empresa debe tener un nivel mínimo de ventas⁸⁰, razón por la cual el empresario se enfrenta al constante desafío de encontrar quien compre su mercancía. Este reto tiene que ver con la colocación de su marca en el mercado, si la gente conoce tu marca la compra y la recomienda, a mayor compra mayor venta y por ende mayor nivel de producción.

Una vez analizados los antecedentes laborales y productivos, así como los principales desafíos que enfrentaron los empresarios emergentes, se dispone a estudiar a estos sujetos en su papel de empresario desde dos niveles de abstracción.

⁸⁰ Este tema se aborda de manera más concisa en el capítulo cinco.

4.3 CONFIGURACIÓN SOCIOTÉCNICA

El primer nivel de abstracción mediante el cual se visibiliza la conformación del empresario emergente, conocido como configuración sociotécnica hace referencia al proceso interno de la empresa, aspectos que tienden a aumentar la productividad o calidad de los procesos o de la mercancía. Examinar al empresario emergente en este nivel permite analizarlo como empresario dentro de su empresa, en este apartado se consideran las “decisiones sobre la organización del trabajo, el nivel tecnológico, la gestión de la mano de obra, las relaciones laborales, la cultura empresarial y de trabajo” (Hernández, 2015, pág.23).

La configuración sociotécnica que establece el empresario emergente está en función de su proyecto productivo, de su subjetividad empresarial y de la demanda del cliente final. En esto radica la importancia del análisis en diversos niveles de abstracción ya que brinda un marco integral y multidimensional que nos permite comprender el comportamiento del empresario y la configuración de una cultura empresarial regional.

4.3.1 Nivel de tecnología

La industria del vestido mexicana se ha caracterizado por utilizar un bajo nivel de tecnología pues desde su auge la maquinaria que se utilizaba era específicamente para confeccionar. Actualmente, **la tecnología que ocupan los empresarios emergentes tehuacanos es variada y depende del tipo de actividades productivas que dentro de su empresa se desarrollan**. En el capítulo cinco se amplía y desarrolla el tema sobre la configuración productiva que retoman los empresarios emergentes, en dichas configuraciones se visibiliza que no todos los empresarios realizan las mismas actividades y por ende no todos ocupan las mismas tecnologías.

Por ejemplo, el mayor nivel de tecnología se concentra en aquellos empresarios que además de diseñar, producir y comercializar su propia marca tienen un centro de diseño, en el cual los empresarios emergentes diseñan prendas de ropa para otros empresarios emergentes de la región. Para realizar los diseños, los empresarios emergentes necesitan maquinaria y programas de mayor nivel tecnológico. Por el contrario, hay empresarios emergentes que externalizan tanto el diseño y la confección de prendas de vestir y solo se dedican a su comercialización y el nivel de tecnología que utilizan para sus actividades

productivas es mínimo; se contempla únicamente el uso de tecnología para funciones administrativas.

Como se mencionó en secciones previas, los empresarios emergentes cuando tuvieron la idea de independizarse y fundar su propia empresa empezaron a comparar maquinaria, específicamente maquinaria para confeccionar ropa porque era la maquinaria con la que ellos estaban familiarizados. En este sentido, **aunque el nivel de tecnología sea variado y dependa de las actividades productivas de cada empresario, todos los empresarios entrevistados reconocieron tener maquinaria nueva.**

4.3.2 Organización del trabajo

La organización del trabajo suele relacionarse con las formas de organización y con la jerarquía de cada empresa. Respecto a las formas organizacionales se trata de empresas de menor tamaño dedicadas a producir prendas de vestir, cuyo nivel de tecnología utilizado depende de la maquinaria necesaria para realizar sus operaciones, los obreros se encargan del proceso productivo y los empresarios de su vigilancia y control.

Aunque los empresarios de los que hablamos se concentran, principalmente, en micro y pequeñas empresas y pareciera que estas no cuentan con estructuras organizativas, dado que el empresario es dueño, gerente, administrativo, mediador y vigilante de la base productiva. Durante el trabajo de campo se encontraron dos tipos de estructuras organizativas, la tradicional jerárquica y la circular.

En la mayoría de los casos entrevistados utilizaban una estructura jerárquica con la cual las funciones de los empresarios estaban delimitadas y fundamentalmente situadas en el ámbito de gestión, por lo cual ocupan el lugar más alto en la jerarquía de funciones y de poder, posteriormente se encuentran todos los trabajadores, desde diseñadores hasta cargadores, participando en el proceso productivo sin ningún tipo de poder.

Aunque la estructura jerárquica en las empresas de Tehuacán está compuesta, mayoritariamente, por solo dos niveles debido a su carácter de micro y pequeñas empresas, no está visiblemente delimitada ni se considera tan formal como las empresas de mayor tamaño, sigue existiendo una clara separación en términos de poder entre el empresario emergente y los trabajadores frente a los medios de producción.

La estructura organizativa circular se distingue por colocar en el centro al cliente como la pieza principal de la empresa, por lo cual, cualquier acción se realiza en función de lo que este necesite. Es decir, se producen prendas de vestir que estén en tendencia y estudian las preferencias de los clientes sobre estas prendas para solo producir lo que los clientes consumen.

El organigrama circular tiene como objetivo la igualdad y cooperación de los colaboradores, busca fomentar la interconexión y colaboración del equipo, esta estructura es utilizada como estrategia cuando se requiere crear un ambiente de cooperación y para que cuando alguno de los trabajadores falte haya alguien que conozca y realice sus funciones sin que eso afecte el proceso productivo. En la región de Tehuacán esta estrategia es promovida por una de las empresas mejor consolidadas en el sector del vestido.

En este sentido, pese a que los empresarios emergentes de Tehuacán muestran preferencia por una estructura jerárquica, **la mayoría de estos empresarios mantienen una comunicación directa con sus empleados**. Si el obrero tiene alguna duda respecto al proceso productivo, algún asunto personal o cierto desacuerdo este es tratado directamente con el dueño, sin intermediarios. Esta línea directa crea, a menudo, un ambiente laboral grato el cual, de acuerdo con los empresarios, tiene un resultado directo y positivo en la productividad de los obreros. El empresario emergente, a través de este tipo de organización, busca implementar una estructura menos burocrática y más flexible a las reestructuraciones del sector.

Respecto a la comunicación en una estructura jerárquica llama la atención el método de uno de los empresarios emergentes; este en lugar de ocupar la posición de dueño toma un papel de mediador, quien se encarga de poner en práctica las indicaciones del empresario es el encargado de línea, esta figura se encarga de supervisar el proceso productivo y evaluar el rendimiento del personal. En ocasiones, en la realización de sus funciones, el encargado puede llegar a tener conflictos con los obreros; no obstante, cuando la situación se torna tensa, es el empresario quien interviene para mediar. En esta estrategia el encargado de línea opta una posición de malo y el empresario se vuelve el bueno, con ello el obrero simpatiza con el empresario emergente. Desde una postura crítica, se observa que esta estrategia busca, mediante la simpatía, que el trabajador sienta una deuda de gratitud hacia el empresario

emergente, lo que podría comprometerlo a ser más productivo o a evitar generar conflictos dentro de la empresa

4.3.3 Relaciones laborales/ relaciones sociales de producción

De acuerdo con Marx, el empresario capitalista es el dueño de los medios de producción, mientras que la fuerza laboral pertenece al obrero, por lo que, en este contexto capitalista, la creación de mercancías requiere que se establezca una relación social de producción entre estos dos sujetos. Es decir, lo que ocurre en esta relación social de producción es que el capitalista compra al obrero su fuerza laboral en una asimetría de poder entre quien posee los medios de producción y quien posee la fuerza de trabajo⁸¹.

Marx afirma que hay que ver esta expresión como una relación social de producción capitalista cuya finalidad es la acumulación de capital, donde el trabajo será el medio para crearla. En este sentido a continuación se analiza las relaciones laborales entre el empresario emergente y los obreros.

En los últimos años el mercado laboral ha experimentado algunas modificaciones tanto en la práctica como en su regulación, las principales particularidades de la relación social de producción entre el empresario emergente y los obreros que son tratados a continuación son: la forma en la que los trabajadores son reclutados, la comunicación, el salario y el horario laboral.

Respecto al reclutamiento de los obreros, esta investigación sostiene que el primer paso para establecer una relación social de producción entre empresarios y obreros es la presencia de una demanda de trabajo. La industria del vestido de Tehuacán se ha caracterizado, en los últimos años, por mantenerse activa y por ende existe una gran demanda de trabajo⁸². **Los empresarios emergentes buscan atraer fuerza laboral mediante dos estrategias. La primera es a través de la publicidad, lo más común es la colocación de**

⁸¹ Para que el obrero pueda vender su fuerza de trabajo es necesario que el obrero sea libre en el sentido de no contar con otro trabajo, así como no poseer medios de producción.

⁸² En el siguiente capítulo se expone que uno de los problemas que enfrenta el empresario emergente tehuacanero es la falta de mano de obra. En este sentido, la demanda laboral es mayor que la oferta.

carteles afuera de sus empresas, asimismo hace uso de los medios de comunicación como la radio y grupos de Facebook.

Los grupos de Facebook se ha convertido en el medio de comunicación más utilizado por los empresarios tehuacanos. Dicha situación se debe a la fácil circulación de información en redes sociales y a la alta rotación de personal, de esta manera los obreros se enteran rápidamente de alguna vacante y como hay alta demanda de personal, estos son contratados inmediatamente.

La segunda forma de atracción de fuerza laboral es mediante recomendación, los empresarios preguntan a familiares, conocidos y trabajadores si conocen a gente disponible, que estén familiarizados con las operaciones productivas, y especialmente que cuenten con experiencia en la industria. Esta estrategia es posible porque el entorno de los empresarios emergentes está totalmente ligado a la industria del vestido, escenario por la cual los familiares y amigos están en condiciones de ser el vínculo entre obreros y empresario.

En cualquiera que sea el caso del proceso de reclutamiento este es realizado directamente los empresarios emergentes debido a que en la entrevista a la que se someten los obreros se toman decisiones por la parte demandante que solo corresponden al empresario emergente, tales como tipo de contratación, horario y salario. Respecto a este último, a continuación, se expone que muchas veces el salario se determina a partir de una negociación por cualidad.

Respecto al salario, este es visto como el precio de la fuerza de trabajo, el monto que el capitalista paga al obrero por el uso de su fuerza. En este sentido, el salario determina el valor del trabajo, como si se tratase de cualquier otra mercancía. En la región de Tehuacán, con larga tradición en la industria del vestido, existe un conocimiento genérico sobre los salarios base de dicha industria. Esta base funciona, en la región, como un pago promedio y sobre este fluctúan en toda la región.

Con el conocimiento del salario promedio de cada operación industrial, **los empresarios emergentes emplean dos métodos para fijar la remuneración con los obreros: mediante un acuerdo basado en la experiencia o bajo la técnica de destajo.** La opción prevalente es la primera, el obrero, con conocimiento de su valor en el mercado

laboral d(e acuerdo con su experiencia), inicia las negociaciones hasta llegar a un mutuo acuerdo con el empresario. En el pago a destajo, cada operación tiene una meta y esa meta se divide entre el número de personas que realizan la operación⁸³, el obrero recibe su salario al cumplir con el objetivo productivo; si lo supera, se hace acreedor de un bono de productividad.

Cabe mencionar que el salario es negociado entre el empresario y el obrero. En este sentido, determinar qué tipo de método utiliza cada empresario emergente para fijar el salario de los obreros depende de la estrategia que cada empresario establezca. **El pago a destajo es utilizado cuando se quiere aumentar la productividad del obrero y contrarrestar los tiempos muertos en la jornada laboral**, ya que a mayor producción mayor pago, mientras que el pago por experiencia se realiza, generalmente, cuando se quiere preservar la calidad productiva o cuando hay pocos obreros que realicen una determinada operación y se quiere reclutar a esa persona.

En cuanto al horario laboral de los obreros, este es menor que la jornada de los empresarios, los horarios indicados, en su mayoría, donde ocho horas diarias de lunes a sábado para completar 48 horas a la semana. Solo en un caso se reportó una jornada laboral de 49 horas bajo un horario de lunes a viernes de 9:00am a 7:00pm con una hora de comida y sábados de 9:00am a 1:00pm.

Si bien en el auge exportador se reportaban horarios extendidos cubiertos por los obreros, la alta competencia empresarial originada por el aumento de micro talleres industriales modificó esta situación. Actualmente, si un empresario no respeta los horarios marcados por ley es fácil cambiarse a otra empresa que, si lo haga, ante esta posible fuga, los empresarios emergentes cuidan cumplir el horario establecido.

4.3.4 Cultura del trabajo (laboral y empresarial)

A lo largo del recorrido teórico que se realizó en capítulos anteriores, la figura del empresario fue descrito, mayormente, como aquel sujeto que asume riesgos, que explota a los obreros y

⁸³ En el contexto de la región de Tehuacán, la cual está mayormente conformada por micro, pequeñas y medianas empresas, generalmente, cada operación productiva está bajo la responsabilidad de un equipo compuesto por dos o tres personas.

que realiza funciones de coordinación, organización y de control. Esta investigación integró desde su definición de empresario las diversas tareas de los empresarios emergentes: directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios. A continuación, se interpreta la cultura del trabajo del empresario, en este sentido, se describen las funciones y conocimientos del empresario emergente. Además, se profundizan aspectos laborales del empresario emergente como su salario y su jornada laboral.

En la literatura se enumeran las funciones rutinarias de cualquier empresario, como planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar. Sin embargo, dada las características de la cadena productiva del vestido que se ha formado en la región de Tehuacán -sector económico con predominancia de pequeñas y medianas empresas de reciente creación incursionando en fases productivas de mayor valor agregado-, las funciones de los empresarios regionales parecieran ir más allá de las tradicionales. **En este sentido, las funciones de los empresarios emergentes abarcan diversas áreas y se clasifican de la siguiente manera:**

- **Gestión productiva.** En este rubro se encuentran las **actividades de dirección de calidad y producción**. Lo primero que hacen los empresarios emergentes es aprobar el diseño de las prendas de vestir. Asimismo, **vigila y cuida que se cumpla con los tiempos de entrega de la mercancía**, es decir, el empresario emergente vigila que los obreros consuman, trabajando eficientemente, los medios de producción sin gastar más allá de lo racional.
- **Gestión comercial.** Aquí se sitúa el **trato con proveedores y clientes**. Primero, una vez aprobado el diseño, el empresario compra la tela, hilos, botones o cualquier otro insumo necesario para iniciar su producción, para ello busca y negocia con algún proveedor ya sea regional, nacional o extranjero⁸⁴. Una vez terminado el producto, el empresario emergente sale a buscar clientes que compren su mercancía final, la mayoría de estos productos son destinados al tianguis, por lo que los empresarios

⁸⁴ Algo mencionado por los empresarios de la región fue el incremento de compra de tela de origen chino debido a su bajo costo.

emergentes salen temprano a los tianguis a ofrecer su prenda no solo al cliente final sino también a los revendedores, su labor aquí consiste en negociar un precio justo.

- **Gestión administrativa.** Dentro de este rubro se encuentran la función de **contratación del personal, negociación de salarios y pago de nómina. Además de encargarse de facturar, pago de impuestos y cálculo de ganancias.** En este punto se encontró que en algunos casos este tipo de funciones son delegadas a las mujeres de la familia, ya sea la esposa o la madre del empresario emergente.

Derivado de las funciones descritas hasta aquí, hay dos aspectos importantes que se deben resaltar. **Primer aspecto,** aunque **se identificó la presencia de pocas empresarias emergentes** se encontró que **las esposas/madres de los empresarios emergentes juegan un papel muy importante en el proceso de constituirse como empresarios** debido a su ayuda emocional y laboral, misma que en la mayoría de los casos no cuentan con una retribución salarial. La participación de las esposas/madres de los empresarios es un tema poco explorado y aunque esta investigación no tenga como objetivo su análisis, la obtención de información nos permite delimitar algunas particularidades respecto al contexto específico de Tehuacán.

En cuanto al papel de **esposas, estas han dejado sus hogares para “ayudar” a sus esposos con el funcionamiento de su empresa,** resulta importante resaltar que el trabajo de la mujer no es considerado meramente trabajo, sino una ayuda. Citando textualmente a un informante, este expresa “mi esposa me ayuda con lo administrativo”. Esto abre el debate sobre el trabajo femenino no remunerado y su normalización, se trata de mujeres que, en muchos escenarios, han emprendido junto a su marido empresas, pero es este último quien ocupa el rol principal.

Respecto al **rol de las madres** de los empresarios emergentes, este **suele tener mayor poder que el de la esposa,** esto se debe, probablemente, a patrones familiares donde la madre es símbolo de autoridad. En este sentido se presentaron dos escenarios, uno donde los padres fueron los pioneros de la empresa y al fallecer el padre fue la madre quien tomó el mando hasta que el hijo terminó la universidad e incursiona en una marca propia, todo esto guiado por su madre. El segundo caso es una empresa donde están involucrados todos los integrantes

de la familia, la mamá es la encargada del área financiera, esta situación es la única en la que la mujer es reconocida y remunerada por su trabajo.

A pesar de que estas mujeres asumen funciones como el cobro de mercancía, cálculo de salarios, relaciones públicas⁸⁵, y la dirección de la empresa cuando el hombre no está, las decisiones finales solo le corresponden a el empresario emergente. La presencia de esposas y/o madres dentro de la empresa nos lleva al **segundo aspecto: las empresas familiares**.

Algunos tehuacanos se han constituido como empresarios emergentes debido a la incorporación de miembros de su misma familia a las operaciones de la empresa, formando así una empresa familiar. Aunque el empresario emergente es quien está al frente de la empresa y ejerce mayor control sobre ella, los miembros de la familia desempeñan, a menudo, operaciones clave en la operación de esta. Habitualmente, los hombres se encargan de la gerencia o del proceso productivo y comercial y las mujeres de lo administrativo y/o creativo -diseño-.

Las empresas familiares forman parte fundamental de la estructura productiva industrial debido a que la familia es considerada la principal institución social donde se forma el desarrollo individual y en este caso, la cultura empresarial. **Específicamente en la región de Tehuacán, se encontraron empresas familiares fundadas con bases diferentes. Están aquellas empresas familiares creadas por el padre de familia -estas empresas iniciaron actividades maquilando para el mercado nacional- y que consolidaron su marca propia con la integración de los hijos.**

Asimismo, se identificaron empresas familiares fundadas por todos los integrantes de la familia. Estas empresas iniciaron operaciones con ahorros familiares como un negocio desde casa, el control de la empresa es compartido, sin embargo, cada uno tiene un rol particular. Por ejemplo, la empresa Darling Jeans conformada por cuatro integrantes: papá, mamá, hijo e hija y cada uno tiene funciones definidas. El papá se encarga del área de producción, la mamá de la administración de la empresa, el hijo cumple el rol de gerente

⁸⁵ Por relaciones públicas nos referimos a que son el primer contacto de la empresa, desempeñan el papel de recepcionistas y, cuando alguna visita llega a la empresa, son ellas quienes salen a comprar provisiones para atenderlas.

general, coordina todas las áreas y la hija está encargada del área de diseño, ya sea el textil o el digital.

En este contexto se identificó que **para realizar estas funciones el empresario debe tener dos tipos de conocimiento: el productivo-comercial y el administrativo**. El primero se refiere a conocimientos sobre diseño de moda; la elaboración de patrones, selección y adquisición de telas, hilos, botones, cierres y otros materiales principales. Asimismo, conocimientos sobre confección de las prendas; proceso de planchado; la revisión y el control de calidad de las prendas, colocación de etiquetas, empaque, almacenamiento y distribución de la mercancía, así como habilidades de venta⁸⁶.

Respecto al tipo de conocimiento administrativo, el empresario emergente debe comprender principios básicos de presupuesto (costo de productos), contabilidad, marketing, reclutamiento de personal, legalidad y regulación. Así como tener habilidades de liderazgo, planificación estratégica y toma de decisiones. Dentro de las funciones administrativas, quien las ejerce se encarga del pago de servicios y nómina.

Estos conocimientos están vinculado al nivel educativo del empresario emergente, lo que también evidenció la existencia de dos niveles distintos. Por una parte, se encuentran aquellos **empresarios con un nivel de escolaridad básico y medio superior**, quienes **dominan el proceso productivo y que para desempeñar mejor su función de empresario buscaron la apropiación de conocimientos adicionales a través de cursos, diplomados de formación especializados en tecnologías para la producción y diseño, así como cursos de administración, finanzas, mercadotecnia y logística**.

Por otro lado, están los **empresarios con un nivel de escolaridad superior**, estos empresarios cursaron carreras del área económico administrativo como: contabilidad, administración de empresas y dirección financiera. Dado su preparación escolar los conocimientos que **este tipo de sujetos tuvieron que aprender para desarrollar mejor su rol de empresario son habilidades productivas, tales como el manejo de componentes de las maquinas, técnicas de costuras y procesos**. Estos saberes se aprendieron con la

⁸⁶ Estos saberes se adquirieron en dos situaciones: ya sea a través de la experiencia laboral en grandes empresas de exportación, o mediante herencia familiar, donde sus padres les transmitieron dichos conocimientos.

práctica diaria o mediante redes, así como a través del contacto e intercambio de ideas con otras personas que tienen negocios similares.

Otro aspecto importante por considerar en la cultura empresarial de la región de Tehuacán es el salario que obtienen los empresarios. El salario, como unidad de medida, mide la fuerza del trabajo realizado para poder obtener una determinada mercancía. Este concepto es normalmente vinculado al dinero que el capitalista paga al obrero por su fuerza laboral, el salario, generalmente, está determinado por un contrato o acuerdo laboral y varía según el sector, la destreza, la experiencia o la ubicación geográfica. Pese a ser una relación particular entre el empresario y el obrero, aquí, se aborda el tema del salario que percibe el empresario emergente.

Lo anterior, debido a que el empresario emergente no solo es el dueño de los medios de producción, sino que también participa en el proceso productivo (mediante las actividades que ya se mencionaron en líneas anteriores), este determina un salario para su persona. De acuerdo con información obtenida en trabajo de campo, el empresario emergente determina su salario mediante dos técnicas. La primera consiste en adquirir información sobre los salarios que otras empresas del mismo sector otorgan a las personas que desempeñan funciones similares a las suyas (mayormente actividades de gerencia).

Respecto a esta primera técnica, cabe mencionar que el nivel de salario de cada empresario emergente, en algunos casos, está condicionada a las actividades que estos realizan dentro de una empresa. Es decir, entre más actividades haga el empresario mayor será su salario toda vez que algunos empresarios se informan en el mercado sobre el salario de las funciones y así se asignan un salario promedio.

La segunda técnica tiene que ver con el nivel de utilidades que tiene su empresa⁸⁷, bajo este método los empresarios emergentes no tienen un salario fijo, sino que su

⁸⁷ Nos referimos a "utilidades" en lugar de "ganancias" debido a que el porcentaje se calcula sobre el dinero restante después de deducir todos los gastos del total de ingresos obtenidos. En el siguiente capítulo se extiende la diferencia entre utilidad y ganancia.

retribución monetaria⁸⁸ es determinada por un porcentaje sobre el nivel de utilidades obtenidas. Por ejemplo, un empresario emergente expresa que cada integrante de la familia tiene un salario equitativo, del total de las utilidades de la empresa, se toma el 7% y lo dividen entre ellos. Es decir, corresponde a cada integrante de la familia el 1.75% de las utilidades de su empresa.

Autodeterminarse un salario ha sido visto por los empresarios emergentes como una medida de control sobre el dinero de la empresa. Esta medida forma parte de la cultura empresarial de la región de Tehuacán debido a que son estrategias que son compartidas y recomendadas por otros empresarios (tanto de la industria como de otros sectores) para evitar tomar dinero de más y que eso origine que su empresa se vaya a la quiebra.

Es importante señalar en este punto que el salario del empresario emergente es diferente a la ganancia que este obtiene. Aunque en su mayoría, estos empresarios reportan tener un bajo nivel de ganancia esta cumple una doble función para ellos: una parte se reinvierte para tener una reproducción ampliada y el resto se ahorra por cualquier eventualidad ya que la historia industrial ha mostrado pasar por diversas crisis. En el siguiente capítulo se retoma la discusión sobre la ganancia del empresario emergente.

Respecto a la jornada laboral de los empresarios emergentes, dado que hablamos de un empresario no tradicional, resulta relevante analizar su jornada laboral y saber si esta sigue una tendencia similar a lo habitual. En 2006, Marcela Hernández realizó una caracterización del empresariado en México y encontró que de los dos perfiles empresariales identificados (pequeño y medianos empresarios y empresarios de la gran empresa) comparten el hecho de que su jornada laboral es extensa y oscila entre las 48 y más de 56 horas a la semana (Hernández, 2006.c).

La autora sostiene que la extensa jornada laboral refleja la dedicación de los propietarios haciendo de su vida el trabajo, reconoce que en la empresa privada esta situación ha ido en aumento. Las extensas jornadas de los empresarios, generalmente, son mayores en

⁸⁸ Se habla de un salario porque el empresario emergente es parte del proceso productivo. Es decir, se auto vende su fuerza laboral para producir una prenda de vestir.

aquellas empresas de reciente creación o que se encuentran en periodo postcrisis debido a que el empresario busca garantizar el funcionamiento de su empresa y tenerle la mayor dedicación posible.

Esta característica empresarial no es ajena a lo que experimentan los empresarios emergentes de la región de Tehuacán, su jornada laboral también es amplia, **gran parte de estos empresarios reportaron tener un horario laboral más extenso que de sus trabajadores, este se extiende dependiendo de los pendientes y actividades que cada empresario tenga.**

Las jordanas mayores a 48 horas de los empresarios emergentes son consecuencia de ser dueños de sus propias empresas debido a que realizan gestiones dentro y fuera de estas. Dentro de la empresa, los empresarios emergentes principalmente realizan labores de gestión, mientras que fuera de esta, asumen tareas tales como establecer relaciones con clientes y proveedores, comercializar su mercancía, así como explorar tendencias de moda en otros países.

La jornada más extensa, reportada por los empresarios emergentes abarca desde las siete de la mañana hasta las diez de la noche. Según lo informa un empresario emergente, él llega a la empresa antes que lleguen los obreros y se va después de que estos salen debido a que, también, es el encargado de abrir y cerrar la empresa.

Esta característica puso en tensión, nuevamente, el concepto de empresario emergente al ser una particularidad de un trabajador precarizado. Sin embargo, se hace referencia a que tanto pequeños, mediano y grandes empresarios adheridos a diversos sectores comparten el hecho de tener jornadas laborales mayores a 48 horas.

En este contexto, no se elimina el concepto de trabajador precarizado, sino que se sitúa dentro de la cadena productiva porque se registra que, dada la flexibilidad del sector, dentro de él existen propietarios de empresas con diversas características que los hace clasificarse en diferentes tipos de actores. La figura del trabajador precarizado, como propietario, se sitúa en el último escalafón de la cadena productiva regional, según lo

observado en el trabajo de campo, este actor tiene características de un empresario atípico, solo que en este caso su contexto laboral es precario⁸⁹.

4.4 UNIDAD ECONÓMICA DE PRODUCCIÓN

El segundo nivel de abstracción mediante el cual se analizó el proceso de constitución del empresario emergente se llama Unidad Socioeconómica de Producción y tiene que ver con vínculos hacia afuera de la empresa. Este concepto, acuñado por De la Garza es entendido como las relaciones con clientes, proveedores, gobierno, instituciones o actores, relaciones que pueden ser a un nivel local, regional o nacional. A continuación, se describe cada una de ellas.

4.4.1 Relaciones con clientes y proveedores

Las relaciones que los empresarios establecen con sus clientes y proveedores es un tema que se ha tratado ampliamente desde diversas perspectivas, esta tesis reflexiona dichas relaciones más allá del aspecto económico-comercial debido a que en este tipo de transacciones se conforman redes que están condicionadas a aspectos internos de las empresas (tecnología, organización, cultura) mismos que se transforman ante las reestructuraciones productivas.

En relación con los clientes, los empresarios emergentes al no ser sujetos homogéneos no todos tienen el mismo tipo de clientes. En este sentido, **según el estudio de campo se reconocen al menos cuatro tipos de clientes; revendedores, comprador final, broker y otros empresarios emergentes.** El empresario emergente, entre otras actividades, comercializa su marca de ropa y lo vende a dos tipos de clientes, por una parte, negocia un precio de mayoreo a revendedores ya sean de tianguis o de tiendas de ropa locales. Por otra parte, hay empresarios emergentes que tienen sus propias tiendas físicas donde comercializan las prendas de vestir al consumir final.

Como se precisó en la delimitación del empresario emergente, éste además de comercializar su marca propia de ropa también realiza otras actividades de la cadena del vestido a través de la subcontratación. Hay empresarios emergentes que tienen centros de

⁸⁹ El concepto de empresario atípico, como se explicó en capítulos anteriores, hace referencia al empresario que de desenvuelve dentro de un contexto de trabajo atípico y según De la Garza (2011), el trabajo atípico no necesariamente es precario.

diseño y son contratados para diseñar las prendas de vestir de otros empresarios emergentes. Asimismo, hay otros empresarios emergentes que maquilan para tiendas departamentales y son subcontratados por intermediarios (también conocidos como brokers). **En cualquiera de los cuatro tipos de relaciones se observa una relación directa e incluso, en algunos casos, de amistad entre empresarios emergentes y sus clientes.** Cabe precisar que en el siguiente capítulo se amplía el tema del mercado donde se vende la mercancía de los empresarios emergentes.

Respecto a los proveedores, **se distinguen proveedores regionales-nacionales y extranjeros. Generalmente los proveedores extranjeros** son los que venden la tela a los empresarios emergentes, en su mayoría **proveniente de China** por su bajo costo. Estas transacciones se realizan a través de intermediarios y la relación que existe entre empresarios emergentes y proveedores extranjeros es meramente comercial.

Los proveedores regionales-nacionales son quienes les suministran maquinaria e insumos (hilos, botones, cierres), las ventas son realizadas de manera directa, lo cual ha permitido se forjen relaciones más allá de lo comercial. Como se mencionó en líneas anteriores, una vez que los empresarios emergentes se hicieron conocidos en la región fueron los mismos proveedores quienes llegaban hasta sus puertas ofreciendo su mercancía.

En este sentido, cabe destacar dos situaciones. Primero, **los empresarios emergentes, generalmente, suelen compartirse una cartera de proveedores.** Segundo, aunque hay empresarios emergentes que subcontratan servicios como la manufactura, **ellos son quienes deciden la calidad y el origen de sus insumos.**

4.4.2 Relación con instituciones

Las instituciones, entendidas como sistemas que estructuran las interacciones sociales, contribuyen a reducir la incertidumbre, en el caso específico de esta investigación, de los empresarios ante los diversos factores que pudieran afectarles en el mercado, facilitan la resolución de problemas de coordinación entre ellos y regulan su actividad. Las instituciones permiten trabajar a los empresarios agrupadamente, lo que les permite sostenerse en comunidad.

En la región de Tehuacán hay dos instituciones de alcance nacional enfocadas en la industria del vestido: la Cámara Nacional del Vestido delegación Puebla-Tlaxcala

(CANAIVE) con sede en Tehuacán y la Asociación Nacional de Productores del Vestido delegación sectorial Tehuacán (AMPV). La CANAIVE se estableció en la región en 1970, desde entonces ha buscado facilitar el desarrollo de la industria, entre sus actividades más destacadas se encuentran cursos y talleres, expo ferias, vinculación laboral y actualmente vinculan a las universidades con la industria.

La AMPV, por su parte, es de reciente creación. Surgió con el interés de fortalecer la cadena productiva del sector textil-confección a partir de las actualizaciones de los tratados comerciales internacionales, esta asociación abarca un rango más amplio de miembros, ya que incluye a todos los actores de la cadena del vestido, desde fabricantes de tejidos hasta comerciantes. Debido a su reciente presencia en la región, la AMPV no ha tenido una presencia activa.

Sin embargo, pese a la existencia de ambas instituciones, la falta de comunicación y el conflicto de intereses entre estas dos instituciones han influido en el entorno regional industrial, lo que se ve reflejado en la escasa relación entre ellas y los empresarios emergentes de Tehuacán. De acuerdo con algunos empresarios emergentes, la decisión de no afiliarse a alguna institución radica en que no consideran obtener beneficios, desconociendo el poder que como clase organizada pueden ejercer sobre su entorno económico, social, político y cultural.

4.4.3 Relación con políticos

La relación entre empresarios y Estado es, desde hace algunas décadas, un tema importante de estudio ya que este último establece el marco regulatorio que facilita o restringe las actividades empresariales. Los empresarios tehuacanos, como se presentó en el capítulo tres, se han caracterizado por establecer relaciones que van más allá del interés como el progreso económico y social de la región, formando también vínculos de amistad.

La relación de los empresarios emergentes y el Estado mantiene el mismo escenario que con las instituciones del sector, apenas existe relación entre este y los empresarios emergentes de Tehuacán. El tema sobre la relación entre Estado y empresarios tehuacanos ha tenido diversas interpretaciones, sin embargo, en cada una de ellas se visualiza el desarrollo de estrategias de cooperación entre lo público y lo privado. El régimen económico del auge exportador marcó un mayor acercamiento entre estos dos agentes

económicos, no solo en términos de políticas públicas sino también en lazos de amistad, compadrazgo e incluso algunos empresarios se convirtieron en políticos.

La relación actual entre empresarios y Estado es limitada en términos de programas o políticas de promoción industrial. No obstante, se vislumbra una alta participación de empresarios emergentes en busca de un puesto político o militando en algún partido político.

4.4.4 Relación con otros actores

La industria del vestido se ha caracterizado por estar conformada por una amplia variedad de actores que en diferentes etapas de la cadena productiva en ella participan y cada uno de estos actores tienen una participación particular en su funcionamiento. Los principales actores involucrados fueron considerados en líneas anteriores, sin embargo, según el estudio de campo se reconocieron otras relaciones importantes; entre empresarios y con actores financieros. Por lo cual, en este apartado se analizan estos tipos de relación.

La relación entre empresarios dentro de un mismo sector, generalmente, ha sido caracterizada por basarse en la competencia por clientes, proveedores u obreros. Dicha competencia promueve el crecimiento del sector en la región, porque exige a las empresas ser competitivas, además de que impulsa la innovación y crea un entorno empresarial dinámico.

En el entorno industrial de la región de Tehuacán, actualmente, se desarrollan relaciones laborales entre los empresarios del vestido. Dichas relaciones son de carácter laboral, ya sea que se recomienden entre ellos con algún cliente o proveedor, o que entre ellos se proporcionen trabajo. El primer tipo de relación productiva se refiere a que al ser una región en la que la mayoría de los empresarios se conocen y saben que tipo de prendas producen, cuando llega un cliente queriendo comprar prendas o busca subcontratar maquila entre ellos mismos se recomiendan. Asimismo, **se recomiendan proveedores, estilos, cortes y estrategias.**

El segundo tipo de relación productiva preexiste con mayor frecuencia en Tehuacán. En líneas anteriores se expuso que los empresarios emergentes utilizan como estrategia productiva el subcontratar algunos servicios, entre ellos, la confección de prendas de vestir. Por lo que dicha subcontratación fortalece los lazos entre empresarios regionales. En este

punto cabe destacar que, aunque hay poca relación entre los empresarios e instituciones industriales y Estado, si **hay una atmosfera de colaboración empresarial.**

El segundo tipo de relación al que nos referimos es el que se establece entre el empresario emergente y el prestamista informal. **El financiamiento informal se ha convertido en una alternativa concurrente en la industria regional debido a su fácil acceso, los créditos informales resultan ser una herramienta integral para los propietarios de pequeñas empresas debido a que los trámites burocráticos y la exigencia de garantías obstaculiza el acceso a financiamientos formales.** De acuerdo con Olivares (2004), los prestamistas informales operan sin regulación oficial, se limitan al ámbito local y su cartera es mínima, ya que se aseguran los préstamos mediante garantías o ejerciendo presión constante a los deudores.

Dado que el empresario tehuacanero no cuenta con garantías o fondos necesarios para un préstamo formal, este recurre a financiamientos informales por su necesidad de capital para producir. El empresario emergente, requiere financiamiento para lanzar sus nuevas colecciones, pero en ocasiones no cuentan con recursos propios debido a que su ingreso depende de las ventas. Por lo que, busca préstamos para adquirir insumos, maquinaria y cubrir costos de mano de obra, con la intención de saldar la deuda con los ingresos generados por las ventas que dichas colecciones alcancen.

El empresario subcontratado, por su parte, recibe el pago de su producción en dos momentos. Primero, el empresario subcontratado recibe los insumos necesarios para iniciar el proceso productivo y una vez que la producción avanza recibe la primera parte del pago. El segundo pago se realiza una vez entregado el producto, aunque no siempre se efectúa de forma inmediata, en algunos casos, el pago se realiza una vez que el corte haya pasado por el proceso de revisión. Por consiguiente, el empresario debe tener liquidez para gastos operativos, pero sobre todo para pagar nómina.

En ambos casos, **los empresarios ceden en garantía su maquinaria y algunos insumos como la tela, por lo que, en caso de incumplimiento en el pago de la deuda, el prestamista informal no tendría pérdidas significativas debido al respaldo que el empresario le proporciona, situación contraria para los empresarios tehuacaner.**

La forma de acceder a estos prestamistas informales es mediante redes. El entorno de la industria del vestido de la región de Tehuacán está cohesionado y la mayoría de los actores industriales se conocen, por lo que si alguien requiere de un préstamo informal este lo obtiene a través de recomendación entre ellos mismos. De acuerdo con empresarios tehuacanos, los prestamistas informales son una pieza clave en la industria del vestido regional.

Este punto permite cuestionar al sistema financiero formal, el acceso al crédito formal está condicionado por regulaciones financieras y condiciones del mismo mercado, las cuales, en su mayoría, no son adecuadas para los micro y pequeños. Además de estas limitaciones, se reconoce que algunos empresarios tehuacanos optan por una financiación informal por operar en la informalidad, realizando compras y ventas sin facturación, contratación de personal sin cumplir con ningún tipo de seguridad social y evadiendo obligaciones fiscales. La medida ante esta situación debería considerar la adaptación de las regulaciones financieras actuales y promover el acceso de los micro y pequeños empresarios al financiamiento formal.

4.5 CONCLUSIONES

En este capítulo se describió, interpretó y resignificó, a través de dos niveles de abstracción, el proceso de conformación del empresario emergente, considerando a este proceso como una evolución gradual. El empresario, objeto del presente estudio, no se limitó a una definición previa pues se trata de un sujeto social situado en una estructura económica, que es propietario de los medios de producción y emplea a trabajadores para generar valor, con antecedentes productivos en la industria del vestido. Además, es propietario de los medios de producción como empresas (establecimientos físicos) o maquinarias, que emplea a trabajadores para generar valor y se apropia de un excedente. El empresario emergente es directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, dueño de su propia marca de ropa, subcontratado para realizar otras actividades de la cadena productiva, que realiza funciones productivas, comerciales y administrativas, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios, sus acciones -restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas y maximizar la acumulación de capital. Por dichas características, es denominado empresario emergente, con la finalidad de diferenciarlo de

conceptos tales como capitalista, empresario schumpeteriano, empresario atípico, emprendedor o empresario de marca propia.

Antes de iniciar la exploración sobre la conformación del empresario emergente mediante dos niveles de abstracción, se analizaron sus antecedentes productivos. El proceso de conformación del empresario emergente comenzó durante su experiencia laboral previa a convertirse en empresarios, estos sujetos tienen antecedentes directos e indirectos en la cadena de la industria del vestido. Se encontraron cuatro diferentes antecedentes: extrabajadores en el área productiva, extrabajadores administrativos de la industria de exportación, revendedores de prendas de vestir e hijos de extrabajadores.

Los sujetos con mayor tiempo en la cadena de la industria del vestido son aquellos que antes laboraban en el área productiva de la misma, algunos de estos ingresaron siendo menores de edad, realizando actividades de menor dificultad o de apoyo, por lo que solo contaban con una educación básica. Los empresarios que trabajaban en el área administrativa, durante el periodo en que ellos desarrollaban estas funciones aprendieron sobre el funcionamiento del sector; obtuvieron conocimientos básicos sobre los procesos productivos y de exportación.

Los empresarios que antes se dedicaban a la reventa de prendas de vestir son los que acumularon saberes relacionados con la comercialización y las preferencias del mercado. En este sentido, tener dichos antecedentes industriales hizo que, en los entornos descritos, los empresarios visualizaran que el mayor margen de ganancia se encontraba en fase de comercialización, lo que los llevó a tomar la decisión de poner su propia empresa e iniciar el proceso para constituirse como empresarios emergentes.

Los hijos de extrabajadores, por su parte, obtuvieron conocimientos sobre administración de empresas, contabilidad y dirección financiera en sus respectivas carreras profesionales. Además, de sus padres obtuvieron conocimientos básicos del proceso productivo. Son empresarios que siguieron la tradición de involucrarse en la industria del vestido, pero desde una nueva posición; con marca y diseños propios.

Derivado de estos precedentes y los conocimientos adquiridos en ellos, cada uno de los empresarios emergentes tuvo que aprender saberes complementarios para integrar su

papel de empresario. Es decir, aquellos que conocían técnicas productivas se familiarizaron con temas de administración, gerencia, logística, mercadotecnia, y viceversa.

Como parte de su proceso de conformación, los empresarios emergentes se enfrentaron a dos desafíos. Primero, no se consideraban capaces de asumir el rol de dueño y dirigente. Segundo, los empresarios emergentes experimentan, desde su inicio hasta el presente, el reto de vender su mercancía o buscar a quien submaquilar debido a que para poder mantener su empresa activa esta debe alcanzar volúmenes de producción suficientes para cubrir sus costos. De no ser así sus instalaciones se convertirían en un elefante blanco, difíciles de mantener y que la puede llevar a su quiebre.

Respecto al primer nivel de abstracción, configuración sociotécnica, se encontraron diversas características del empresario emergente. Su nivel de tecnología depende del tipo de actividades productivas que realiza cada empresario emergente debido a que estos empresarios además de comercializar su marca de ropa propia ofrecen otros servicios como la manufactura y/o diseño para terceros. Sin embargo, cualquiera que sea el caso la tecnología que los empresarios emergentes tienen en sus empresas es nueva.

Respecto a las relaciones laborales (relaciones sociales de producción) entre el empresario emergente y los obreros, estas se distinguen por mantener una relación directa. Se identificó que la demanda de la fuerza laboral se realiza a través de publicidad, ya sea por redes sociales como grupos de Facebook o mediante anuncios afuera de la empresa, o por recomendación. Esta última forma de solicitar trabajadores es común en la región, ya que el empresario emergente suele estar rodeado de personas que trabajan en la misma industria o conocen a quienes lo hacen. Cabe destacar que, cualquiera que sea el método por el cual el trabajador se entere de la demanda laboral, la contratación la realiza directamente el empresario.

Durante el proceso de contratación de personal se determina el salario y el horario laboral. Los empresarios emergentes determinan el salario de obreros mediante dos técnicas. El más común es el mutuo acuerdo, los empresarios emergentes afirman que en la industria de la región nadie gana salario mínimo. La segunda técnica para fijar el salario de los obreros es mediante destajo, preferido por aquellos empresarios desean priorizar la productividad de su empresa.

En cuanto a la cultura del trabajo de los empresarios emergentes se reconoció que, a pesar de encontrar diferencias respecto a sus antecedentes productivos, conocimientos adquiridos en esa etapa y conocimientos que tuvieron que aprender para desempeñar su papel, los empresarios emergentes comparten ciertas particularidades como cubrir un horario laboral extenso, mayor a las 48 horas establecidas en la ley.

Asimismo, los empresarios emergentes tehuacanos realizan funciones de gestión productiva, comercial y administrativa. En cuanto a lo productivo los empresarios se encargan de dirigir la calidad y el nivel de producción, vigilan y cuidan que se cumplan los tiempos de entrega de la mercancía. El empresario emergente se encarga de negociar la compra de insumos necesarios para la producción, asimismo busca clientes que compren su mercancía final y negocia un precio justo. De igual manera, son los responsables de la contratación de personal, negocian salarios y pagan nómina.

En relación con las actividades de los empresarios emergentes se distinguió que la familia desarrolla un rol primordial en el proceso de su constitución como empresarios, particularmente el papel de la mujer. Este rol fundamental se debe al apoyo emocional y laboral que les brindan. Con respecto a lo laboral, estas mujeres realizan funciones administrativas como facturar, el pago de impuestos y el cálculo de ganancias, estas funciones, en la mayoría de los casos no son retribuidas económicamente. Sin embargo, existe una diferencia entre la figura de esposa y madre.

La esposa es vista como una ayuda para el empresario en las actividades de la empresa, a pesar de, en algunos casos, haber emprendido junto a su esposo la empresa, normalizando así el trabajo femenino no remunerado. La madre del empresario, por su parte, ejerce un papel de poder dentro de la empresa, ya sea como una figura consultiva ya que tiene experiencia en la industria, o bien como una trabajadora remunerada que trabaja dentro de su empresa.

Asimismo, hay empresarios emergentes que tienen empresas familiares, las cuales están fundadas con dos bases diferentes. Por un lado, están aquellas empresas familiares que fueron iniciadas por el padre y este ha involucrado y, en algunas ocasiones, cedido el mando a los hijos. Por otro lado, están las empresas que, desde su creación, fueron establecidas por todos los miembros de la familia, donde cada uno asume la responsabilidad de un área específica de la empresa, siendo el hijo el representante legal.

Como parte de su proceso de conformación y cultura empresarial, el empresario emergente ha empleado ciertas estrategias, una de las cuales implica la autodeterminación de su salario, esta retribución monetaria difiere del nivel de ganancia o utilidad de la empresa, ya que representa el pago a su trabajo dentro de su propia empresa. Los empresarios emergentes han adoptado dos maneras distintas para determinar su salario. Algunos investigaron en el mercado laboral para establecer y ajustar el salario que correspondiera a las funciones que desempeñan, como la gerencia. Otro grupo de empresarios emergentes fijan su salario en función de un porcentaje de las utilidades obtenidas.

En lo que concierne al segundo nivel de abstracción, unidad económica de producción, se identificaron las siguientes particularidades: relación directa con clientes y proveedores, escasa relación con instituciones de apoyo a la industria y políticas, y profunda relación productiva entre empresarios. Relativo al primer tipo de relación se reconocen al menos cuatro tipos de clientes; revendedores, comprador final, broker y otros empresarios emergentes, independientemente del tipo de cliente se detectó una relación directa e incluso de amistad entre clientes y empresarios emergentes. Respecto a los proveedores, con los proveedores locales-nacionales se ha creado una relación más allá de lo comercial, caso contrario con los proveedores extranjeros con los cuales solo se mantiene comunicación con intermediarios.

En cuanto a sus relaciones sociales y políticas estas son escasas, lo cual refleja el débil vínculo entre los empresarios tehuacanos y las instituciones enfocadas al fortalecimiento de la industria del vestido: CANAIVE y AMPV. En cuanto al Estado, esta relación en términos de prácticas o políticas a favor del sector es mínima, sin embargo, hay una creciente afinidad por empresarios en ocupar puestos políticos. Esta misma situación se suscitó durante el auge exportador, solo que ahora se trata de empresarios de menor capital afiliados a movimientos de izquierda.

El vínculo más estable se observa entre los propios empresarios, se ha mencionado que muchos de ellos subcontratan o son subcontratados para diversas actividades de la cadena del vestido en Tehuacán. Lo anterior, ha dado como resultado en vínculo productivo entre empresarios, donde estos colaboran entre sí ya que, al ser una región compacta, se reconocen y a menudo se recomiendan unos a otros.

Finalmente se identificó otro actor importante para los empresarios emergentes: el prestamista informal. La mayoría de los empresarios emergentes acceden a préstamos informales por su fácil acceso *versus* los préstamos mediante instituciones financieras formales, esta situación evidencia la falta de regulación crediticia. Para obtener un crédito informal, los empresarios ceden en garantía su maquinaria y algunos insumos como la tela, por lo que, en caso de incumplimiento en el pago de la deuda, el prestamista informal no tendría pérdidas significativas debido al respaldo que el empresario le proporciona, situación contraria para los empresarios tehuacanos. La relación que se establece entre el empresario emergente y el prestamista informal es solo laboral, para conseguir un préstamo informal el empresario emergente debe tejer redes con los mismos empresarios debido a que son ellos quienes se recomiendan.

CAPÍTULO 5. RECONFIGURACIÓN DE ESTRUCTURAS

Algunos de los objetivos específicos que persiguió esta tesis se centraron en describir la reconfiguración productiva provocada por las crisis económicas y sanitaria de los últimos años, analizando las implicaciones y reacciones que esta resignificó para los empresarios, así como, determinar de qué manera a través del proceso de su conformación los empresarios reconfiguran la estructura económica y política para garantizar su permanencia. Por lo cual, este capítulo está dedicado al análisis de la reconfiguración de estructuras.

La reconfiguración de estructuras es un concepto que abarca diversos contextos, se refiere a un proceso mediante el cual una estructura experimenta modificaciones, específicamente se trata de **la reconfiguración dentro de una estructura en movimiento**. Este capítulo está dedicado a la discusión y análisis de la reconfiguración del entorno del empresario emergente tehuacanero y a sus acciones de reconfiguración.

Para lo cual, el capítulo se divide en cuatro sesiones. En la primera parte se habla de la reconfiguración de la industria del vestido frente a diversas crisis y se analiza la manera en que estas afectan al empresario emergente. Se exponen la crisis económica de 2008, la fragmentación de actividades de 2018-2019, la crisis sanitaria de 2020 y la actual de escasez de mano de obra.

En la segunda sección se interpretan las estrategias que los empresarios emergentes han adoptado con la finalidad de garantizar su permanencia en el mercado; división de fases productivas, externalización de servicios productivos y acciones de comercialización. Asimismo, se visibiliza como con dichas acciones los empresarios revolucionan la configuración productiva tradicional y crea tres configuraciones productivas alternativas. La tercera sección está dedicada a la identificación de las estructuras actuales del empresario emergente. Es decir, se ilustran aspectos económicos como la utilidad y la ganancia de los empresarios emergentes. Finalmente, se designó un apartado para las conclusiones capitulares.

Es importante mencionar que **el empresario emergente, además de su marca propia, es subcontratado para, entre otras actividades, maquilar**. Por lo que para la discusión de este capítulo es importante exponer las implicaciones de la reconfiguración de estructuras sobre dicha actividad.

5.1 RECONFIGURACIÓN INDUSTRIAL E IMPLICACIONES EMPRESARIALES

La industria del vestido tehuacanera ha atravesado por varias etapas económicas en los últimos veinte años, desde la crisis de demanda de principios de siglo hasta la actual crisis de oferta laboral. Ante estas complicaciones los empresarios emergentes han respondido mediante diversas estrategias, **dichas acciones han reconfigurado el ciclo tradicional de**

la industria del vestido en la región, modificando, entre otras cosas: el tipo de bien producido, orientación del mercado al que se dirige la producción y el tamaño de empresa operativa.

A continuación, se resaltan las principales problemáticas que han modificado a la industria, resaltando las respuestas empresariales adoptadas.

Crisis financiera global de 2008. Una de las reconfiguraciones más importantes en la industria del vestido tuvo lugar a partir de la crisis financiera global de 2008. Esta crisis tuvo repercusiones significativas en la economía mexicana debido a la alta dependencia del mercado externo. La disminución de la inversión extranjera generó un ambiente crítico en la industria del vestido, agravando la crisis de demanda que se propició desde 2001. **La crisis del 2008 resaltó la vulnerabilidad industrial de Tehuacán**, grandes empresas de la región redujeron su producción e incluso algunas cerraron operaciones. Asimismo, **esta crisis destacó la necesidad de las empresas por cambiar la orientación del mercado al que se destinaba la producción.**

En la década de los noventa, con el auge exportador, la división de mercado quedó definida de tal manera que las grandes empresas se dedicaban principalmente a la exportación, mientras que las medianas y pequeñas se dirigían al mercado nacional, dejando el segmento de tianguis para otras regiones. **Con la crisis de 2008, las grandes maquiladoras de la región, aprovechando su nivel de producción en mayor volumen ofrecieron menores costos productivos y producción con calidad de exportación, reorientaron su producción hacia el mercado nacional, desplazando a las pequeñas y medianas empresas.** Estas últimas se vieron obligadas a cambiar su enfoque hacia los tianguis (ver, Tabla 5.1).

Tabla 5.1

Reconfiguración del mercado de ventas por tamaño de empresas

PERIODO	EMPRESAS DEDICADAS A LA INDUSTRIA DEL VESTIDO		
	Grandes	Medianas	Pequeñas

Durante el auge exportador	Exportación (principalmente Estados Unidos)	Mercado nacional (Tiendas departamentales)
A partir del 2008	Mercado nacional (Tiendas departamentales)	Mercado nacional (Tianguis)

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida en trabajo de campo, 2023.

Esta situación mermó a las pequeñas y medianas empresas, debido a que el mercado nacional ofrece precios más bajos. De acuerdo con empresarios emergentes, el costo de una camisa destinada al mercado nacional oscilaba entre \$30.00 y \$37.00 a diferencia de aquellas vendidas en el tianguis, que son negociadas en \$12.00. Derivado de lo anterior, algunas de estas empresas no pudieron costear los costos dejando de ser rentables y por lo cual cerraron sus operaciones.

Esta crisis, también, modificó la secuencia de las cadenas globales de producción del país debido a que disminuyó su participación en ellas. La contribución de la región de Tehuacán en la cadena productiva consistía en proveer prendas de vestir a través de paquete completo, aprovechando los incentivos generados por las normas de origen del TLC. Sin embargo, **con la fuga de capitales, la externalización de la producción se orientó a otros países, con lo cual, la región perdió relevancia en la cadena global. Situación que fortaleció la cadena productiva regional.**

Otra de las medidas tomadas por empresarios de la industria del vestido regional ante esta crisis fue el cambio de giro temporalmente o la combinación de fuentes de ingreso. La crisis de 2008 afectó de tal manera que **para muchos empresarios fue insostenible depender solo de la industria del vestido, por lo que optaron por participar en otras actividades, ya sea que abandonaron la industria o combinaron sus actividades productivas.**

Un testimonio importante en este contexto es el de un empresario emergente, quien después de trabajar 10 años en la maquila, como contador, decidió comprar maquinaria e independizarse confeccionando uniformes para Oaxaca, sin embargo, la crisis del 2008 lo dejó en la quiebra. La decisión de este empresario emergente frente a esta situación fue fundar, con los ahorros que le quedaban, una empresa dedicada a la publicidad. Años más tarde

regresó a la industria del vestido, pero incursionando con su marca propia, actualmente mantiene activas sus dos empresas⁹⁰.

Fragmentación de actividades productivas. Durante en boom de la industria del vestido en la región de Tehuacán se incrementó la subcontratación de pequeñas y medianas empresas que maquilaban prendas para las grandes empresas de exportación. Ello se realizaba como una medida para incrementar el nivel de producción de estas últimas, además de que resultaba más económico. Dicho contexto se intensificó entre 2018 y 2019 a escala regional cuando la industria del vestido experimentó una fragmentación de actividades.

Anteriormente las empresas eran subcontratadas para coser piezas completas, ahora las micro empresas ensamblan partes de una sola pieza. Esta situación está relacionada con la producción en serie, configuración productiva característica en la década de los ochenta ampliamente utilizado en el ámbito industrial para la fabricación de productos en masa, bajo esta configuración productiva la fabricación de prendas de vestir se dividía en partes y cada una de ellas era delegada a un grupo de trabajadores que se situaban en una sola empresa divididos por secciones.

De esta manera, **la división que antes se hacía dentro de una misma empresa, ahora cada operación de una misma prenda se realiza en una empresa diferente, dando origen a lo que podríamos denominar división regional del trabajo.** Es decir, actualmente el ensamble de un pantalón de mezclilla involucra una serie de etapas distribuidas en diferentes empresas y llevaría el siguiente procedimiento: la empresa uno es subcontratada para confeccionar la prenda, en él se une la parte delantera, mientras que en una segunda empresa se realiza el mismo proceso para la parte trasera, ambas partes se unen en un tercer establecimiento y, por último, la realización de ojal y colocación de botón se realiza en otra empresa.

Esta división aumentó las micro empresas a domicilio, lo que resultó en un incremento considerable en el total de establecimientos dedicados a la industria del vestido, tal y como se puntualizó gráficamente en el capítulo tres. **Las empresas a domicilio son el**

⁹⁰ Es importante destacar que la diversificación de actividades se ha convertido en una estrategia que varios empresarios emergentes han adoptado para mantenerse activos. Si bien algunos optan por diversificar dentro de la misma industria del vestido, la mayoría realiza actividades en el sector de servicios.

reflejo de la busca de autoempleo por parte de los habitantes de la región y de la falsa empleabilidad que maneja el discurso neoliberal, el cual esconde condiciones de precariedad e informalidad laboral.

Otro aspecto relevante sobre la fragmentación de actividades es el tema de la aparición de un personaje en la cadena productiva del vestido: los broker⁹¹. En primer lugar, se debe retomar que el mercado que sostiene a los empresarios tehuacanos que son subcontratados para confeccionar es el mercado nacional, en gran parte, las tiendas departamentales como Walmart, Coppel y Cuidado con el perro⁹². Sin embargo, no son los empresarios los que buscan el trabajo, sino que reaparece la figura del broker como intermediario, estos personajes viajan, principalmente, desde la ciudad de México (ya que ahí se encuentra la empresa matriz con la que están afiliados) para ofrecer trabajo a empresas regionales. Sin embargo, en la mayoría de los casos, son personas originarias de la región, lo que les permite tener un conocimiento profundo del mercado local y establecer conexiones más efectivas en el área donde operan.

Además de ser **originarios de la región, cabe destacar que la mayoría de estos personajes son mujeres. Un broker es comúnmente conocido como aquel** que reparte trabajo a las pequeñas y medianas empresas, sin embargo, su trabajo va más allá de solo repartir trabajo. El broker actual tiene la misma función del broker del auge exportador: ser el **intermediario entre la marca de ropa y la empresa que ensamblará la prenda** (ver, Figura 5.1).

Este broker es contratado por una marca de ropa. La empresa envía la prenda que desea fabricar, y **el broker busca entre diversas empresas de la región quién llevará a cabo la confección.** Luego, la empresa envía la tela y los insumos al broker, quien los entrega

⁹¹ La figura del broker jugó un papel muy importante en los años inmediatos a la firma del TLCAN debido a que tenían como objetivo organizar la llegada de compañías estadounidenses al país. Sin embargo, con la consolidación de la maquila de exportación se presidió de sus servicios y fueron desapareciendo de la cadena del vestido mexicana.

⁹² En este contexto se destaca una de las transformaciones más importantes en la cadena de la industria del vestido mexicana: si bien en la época del auge exportador los principales contratadores eran marcas americanas como: Guess, Gap, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, ahora los principales clientes son Walmart y empresas mexicana como Coppel, Cuidado con el perro y Walmart.

al empresario regional para la confección. Una vez finalizada la producción, los productos siguen la misma ruta de regreso hasta la empresa en México.

Figura 5.1

Región: Posición del broker en la cadena de la industria del vestido

Figura	Tipo de trabajo	Nivel en la cadena	Ubicación geográfica
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Empresa "marca de ropa" </div>	Formal	1	Ciudad de México
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> BROKER </div>	Informal	2	Mayoritariamente en la región de Tehuacán
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 5px;">Mediana empresa</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 5px;">Pequeña empresa</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">Taller domiciliario</div> </div>	Mayoritariamente informal (sobre todo los talleres domiciliarios)	3	Región de Tehuacán

Nota. Elaborada a partir de testimonios de empresarios tehuacanos, 2023.

El pago de recibe un broker por su trabajo de intermediario es la diferencia entre lo que la marca de ropa le paga a él por prenda y lo que él le paga al que confecciona la prenda. Por ejemplo, supongamos que la marca de moda paga \$40.00 por una prenda que quiere producir y el broker negocia con el fabricante un precio de \$35.00⁹³. En este contexto, los \$5.00 restantes representan la ganancia del broker. Este punto está ligado al concepto de *subarriendo del trabajo*. Marx explica que el pago a destajo facilita la

⁹³ El precio pagado al empresario encargado de ensamblar la prenda es el también denominado pago a destajo en donde se fija una determinada cantidad por un número acordado de piezas a producir sin importar el tiempo que empleado para su producción.

interposición de personajes intermediarios y desarrolla una base en el que el capitalista, en este caso la empresa de marca de ropa contrata a un obrero principal a un precio por el cual él mismo busca y contrata a sus auxiliares. De esta manera, **el broker cede el control real del proceso productivo y de las condiciones salariales al empresario subcontratado** para el ensamble de prendas.

De acuerdo con algunos empresarios de la región, **el broker, dentro de la industria, juega un doble papel. Por un lado, este método de producción representa la principal fuente de ingreso de muchos empresarios y obreros dedicados a la subcontratación. Por otro lado, existen empresarios que quieren establecer una relación directa con los clientes, pero esto resulta complicado debido al acaparamiento de los brokers en el mercado, mismos que controlan gran parte de la distribución.** Respecto a este último punto, **otro efecto negativo de los brokers es el salario castigado que llega a manos de los obreros** inmersos en esa configuración productiva, según *Children's... Second Report*, retomado por Marx (1975.a) “cuando el producto pasa por las manos de muchas personas, cada una de las cuales obtiene una parte de la ganancia, pero sólo la última efectúa el trabajo, la paga que obtiene la obrera es misérrima” (pág. 675).

Crisis sanitaria mundial de 2020. A finales de 2019 el mundo se enfrentó a momento desafiante debido a la emergencia sanitaria provocada por el virus SARS CoV2 (COVID-19), misma que estancó la actividad productiva debido a medidas restrictivas que provocaron una disminución de demanda, como el confinamiento, cierre de establecimientos, recortes salariales y despidos. En este contexto, uno de los sectores más afectados fue la industria del vestido, puesto que las empresas dedicadas a esta actividad y comercios donde se mercantilizan las prendas tuvieron que cerrar temporalmente y los obreros quedarse en casa.

En el caso particular de Tehuacán no fue ajeno a tal situación mundial, **la producción de prendas de vestir se vio estancada y con ello las empresas perdieron liquidez. Este panorama de incertidumbre generó dos situaciones diversas. Primero, la disminución de demanda provocada por el cierre de plazas comerciales y el estancamiento de la oferta causada por el cierre de operaciones de proveedores, afectaron la capacidad productiva y por ende las ventas de los empresarios del vestido. Lo anterior, obligó a**

algunas empresas a cerrar temporalmente, obligando a estos empresarios a subsistir de sus ahorros.

Segundo efecto, los empresarios emergentes buscaron mitigar las consecuencias de dicha crisis a través de la reconfiguración productiva. La pandemia sanitaria que llegó a México en 2020 acrecentó la producción de cubrebocas y de prendas de vestir para el sector salud, principalmente de batas. Ante el incremento de la demanda de estos productos, los empresarios Tehuacanenses optaron por incursionar en su producción.

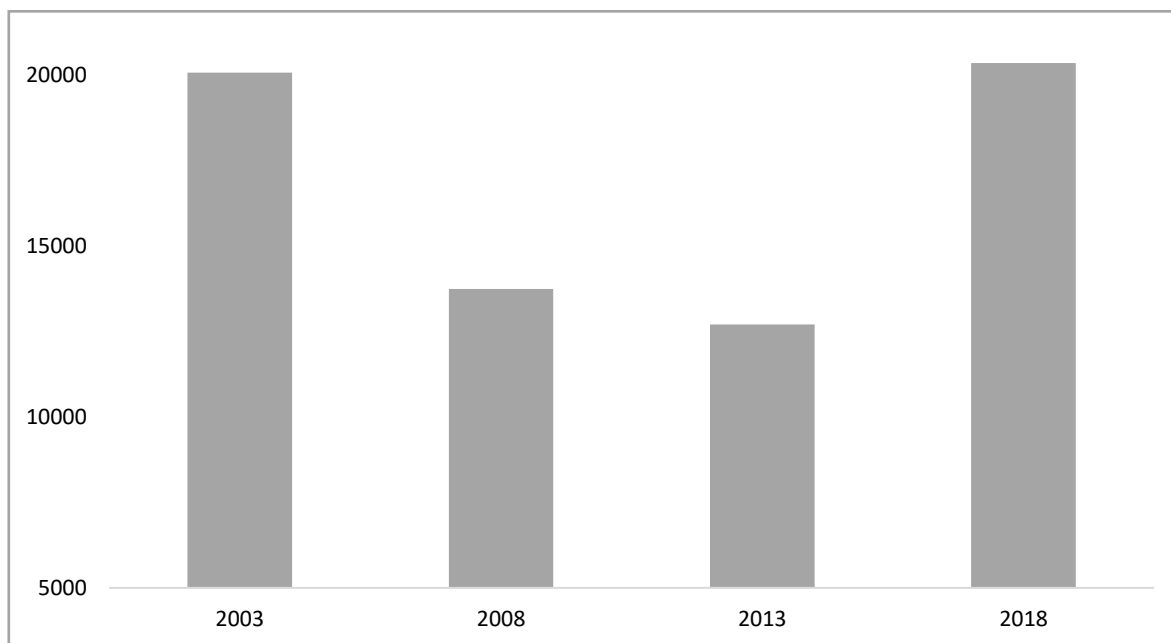
Lo anterior, representó una oportunidad para los empresarios, les permitió mantener cierto nivel de producción necesario para costear la operatividad de su empresa ya que la producción de cubrebocas y batas medicas se convirtió en una fuente importante de ingresos. Esto significó una oportunidad no solo para los empresarios de la industria del vestido activos, sino que regresó a aquellos empresarios que años antes se abandonaron el sector.

Escasez de mano de obra. A lo largo de diferentes etapas industriales, el empleo en la industria del vestido en la región de Tehuacán ha atravesado por diversos ciclos. Durante la apertura comercial la región destacó por tener una tasa de desempleo del 0%. Sin embargo, con las crisis del 2001 y 2008 los obreros se vieron afectados considerablemente, muchos perdieron su empleo.

Posteriormente, el empleo se mantuvo estable, pero sin alcanzar el nivel de años anteriores, hasta 2018-2019 que el empleo en la industria del vestido tuvo un aumento considerable debido a la fragmentación de actividades productivas (ver, Figura 5.2). No obstante, **la creación de micro y pequeñas empresas acentuó la escasez de mano de obra en la industria del vestido regional.**

Figura 5.2

Región: Comportamiento del personal ocupado de la región de Tehuacán 2003-2018



Nota. Elaborado a partir de datos obtenidos por los Censos Económicos 2003-2018, por INEGI.

Cabe destacar que **gran parte de estas empresas operan en la informalidad** lo cual les permite el acaparamiento de la mano de obra disponible, debido a que su rentabilidad es mayor a las empresas formalmente registradas debido a su operatividad en la informalidad. **Estos establecimientos, al funcionar fuera de los parámetros formales y evadir responsabilidades fiscales y sociales, cuentan con la capacidad financiera de pagar sueldos superiores a los obreros⁹⁴.**

De esta manera, los obreros prefieren obtener un mayor ingreso, aunque eso signifique no contar con ningún tipo de prestaciones ni de seguridad social. Razón por la cual, las micro y pequeñas empresas informales absorben una mayor proporción de la mano de obra disponible. Esta situación ha obligado a los empresarios a competir por la mano de obra no únicamente con fabricantes locales sino de regiones aledañas.

⁹⁴ Al referirse a sueldos superiores, se hace alusión al dinero que el obrero percibe semanalmente, lo cual no implica que este monto sea equivalente a lo que las empresas formales destinan al pago de prestaciones

La escasez de mano de obra provoca, a su vez, una alta rotación de personal, es decir, los obreros pueden, en un periodo corto trabajar en diferentes empresas. Este escenario ha significado un problema para los empresarios tehuacanos debido a que cada obrero tiene asignadas funciones específicas y el empresario atrae trabajo a su empresa dependiendo de la eficiencia productiva de sus empleados, sin embargo, si uno de ellos abandona la empresa no solo implica buscar un reemplazo, sino que afecta negativamente la productividad generando incumplimiento de plazos de entrega.

5.2 ACCIONES PARA GARANTIZAR SU PERMANENCIA Y RECONFIGURACIÓN DE ESTRUCTURAS

Este apartado de estrategias empresariales, entendidas como un patrón de decisiones tomadas por una empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos (Beaver, 2007), tiene por objetivo analizar como con dichas acciones, los empresarios emergentes reconfiguran estructuras concretas de la industria del vestido. Para garantizar su supervivencia, los empresarios emergentes han adoptado estrategias como:

5.2.1 División de servicios productivos

La diversificación de servicios es una estrategia clave que los empresarios emergentes han decidido establecer para fortalecer su posición en el mercado. Al ampliar los servicios ofrecidos, los empresarios no solo aumentan su cartera de clientes, sino que también reduce su dependencia de un solo segmento. **Esta diversificación consiste en producir prendas de vestir, principalmente jeans, de marca propia, así como ofrecer el servicio de manufactura y/o diseño.**

En cuanto al servicio de manufactura, **los empresarios emergentes son subcontratados** por empresas nacionales o locales, a través de brokers, **para confeccionar prendas multiestilo de vestir.** En este contexto, la dinámica de trabajo se basa en el reconocimiento que tienen los empresarios locales en el mercado productivo, lo cual permite a los intermediarios conocer la calidad y el tipo de prendas que confeccionan. Así, dependiendo de la configuración adoptada por los intermediarios, estos determinan a qué empresario se le asigna el trabajo y lo ofrece. De esta manera inicia una negociación entre

empresario e intermediario, permitiendo al empresario evaluar y determinar si la oferta es conveniente.

Esta estrategia fue planeada con la finalidad de minimizar los riesgos asociados a la volatilidad de la demanda de prendas de vestir de marca propia. Además, esta medida genera vínculos entre empresarios locales porque reconocen el trabajo unos de otros y se recomiendan entre ellos.

5.2.2 Productiva

Para los empresarios tehuacanos, **el tener una empresa únicamente para producir su marca propia no resulta rentable debido a que su nivel de producción depende de la demanda de sus clientes**, la cual, en la mayoría de los casos, no alcanza niveles suficientes para cubrir los costos operativos de la empresa. **Ante esta situación, una de las estrategias es externalizar ciertas fases productivas**, esta práctica ha ganado auge en el entorno empresarial contemporáneo, debido a los beneficios asociados a la reducción de costos que dicha táctica genera.

La externalización de servicios les permite a los empresarios emergentes adaptar su producción al volumen de demanda del mercado sin incurrir en costos fijos. Es decir, si la demanda de prendas superara la capacidad de producción de la empresa, estos empresarios no se verían obligados a adquirir más insumos, invertir en maquinaria o contratar personal adicional. Tampoco tendrían que rechazar el pedido, sino que **optan por externalizar la producción subcontratando a otra empresa con una capacidad productiva superior.** Esta medida proporciona flexibilidad para satisfacer picos de demanda, además de permitir adelantar trabajo. Sin embargo, aunque este servicio lo ofrezcan algunos empresarios emergentes que operan en la formalidad, en su gran mayoría las empresas que ellos subcontratan son empresas que operan en la informalidad.

Asimismo, **algunos empresarios emergentes externalizan el servicio de diseño de prendas. Este servicio es subcontratado mediante dos formas. Primero**, con el desarrollo de marcas propias en Tehuacán, **surgieron centros de diseño que ofrecen paquetes solo de diseño o diseño con manufactura. Segundo, hay empresarios que han optado por contratar servicios de diseñadores que laboran bajo la modalidad de *home office*.** Esta

medida estratégica permite a los empresarios colaborar con profesionales más allá de los límites geográficos de su región.

La práctica de externalizar algunas fases productivas reconfigura el proceso productivo tradicional marcado por las cadenas globales de producción. Visibiliza la fragmentación industrial a nivel regional, la industria del vestido es una de las industrias más globalizadas, la cadena global de producción de prendas de vestir se caracterizó por una estructura organizacional entre países, se trataba de una red descentralizada liderada, principalmente por marcas estadounidenses. En esta estructura, México se posicionó como uno de los principales receptores de manufactura, orientado al ensamble: importaba insumos y exportaba las prendas confeccionadas. Actualmente, el país ha disminuido su participación en esta cadena productiva y **en el caso concreto de la región de Tehuacán nos encontramos con una cadena regional de producción fortalecida.**

Para cerrar esta acción, se puntualiza que **la externalización de actividades productivas es un servicio que los empresarios emergentes adquieren** ya que implica contratar a terceros para realizar procesos que antes se realizaban dentro de una empresa y aunque el resultado de dicha subcontratación es la obtención de un bien, lo que se externaliza es la gestión y ejecución de actividades productivas, como la manufactura, diseño o lavado.

5.2.3 Mercado/ventas

De acuerdo con Marx, para el empresario su propia mercancía no tiene, al menos para él, algún valor de uso, pero sí para otros. Por lo cual, para que su mercancía tenga directamente el valor de uso debe llevarla al mercado y vincularla con personas que requieran de dicha mercancía. Retomando lo escrito en el capítulo uno, sobre las relaciones sociales de producción, **en el mercado mercantil se refleja la relación económica entre las voluntades de quien vende y quien compra.** Este proceso también es conocido como ‘primera metamorfosis de la mercancía’⁹⁵.

⁹⁵ Este proceso fue explicado en el capítulo uno referente al primer ciclo del capital: pasar de mercancía a dinero M-D. “La primera metamorfosis de la mercancía no sólo es visible en cuanto movimiento del dinero, sino como movimiento de la mercancía misma” (Marx, 1975.a, pág. 140). Es decir, en el caso concreto de nuestra investigación, las prendas de ropa se encuentran en la esfera de la circulación, donde son comercializadas y adquirida, cuando una prenda es vendida y pasa a manos de otra persona, entra a la esfera del consumo.

La venta de prendas de vestir constituye una fase importante para el empresario emergente ya que este recibe dinero a cambio de su mercancía y con dicho dinero él puede comprar otras mercancías de uso personal, adquirir más medios para ampliar su reproducción y acumular parte de su ganancia. En este contexto, **los empresarios emergentes implementan tres estrategias de comercialización distintas para su producción: tianguis, ventas en línea y tiendas físicas.**

Desde antes del auge exportador la producción de prendas de vestir fabricadas en la región era comercializada en las plazas/tianguis de ciudades cercanas, posteriormente, a partir de segunda década de los noventa la mayoría de la producción nacional era exportada. A inicios de siglo, con la fuga de capitales, los empresarios regresaron a comercializar en el mercado nacional, **los principales tianguis están ubicados en la Ciudad de México y en el municipio de San Martín Texmelucan.**

En cuanto a esta estrategia de comercialización, **algunos empresarios emergentes incluso tienen mapeado las zonas y las fechas de mayor venta**, lo cual les permite tener mejor organización con sus puntos de ventas. En este sentido sus clientes pueden ser revendedores o consumidores finales, las compras generalmente son a mayoreo y menudeo respectivamente. **Este tipo de mercado fue seleccionado por los empresarios emergentes debido a su rápida circulación.**

Siguiendo la postura de Marx, el empresario conoce de manera práctica el secreto del plusvalor escondido en el ciclo del capital y sabe que producir en gran escala requiere, por consiguiente, vender a gran escala y el riesgo de no lograrlo es alto. Por lo cual, este opta por producir en menor cantidad para vender más rápido y obtener en menor tiempo el capital dinerario. **La venta en tianguis favorece una rápida circulación de mercancía y de dinero por ello esta estrategia es la más utilizada por los empresarios emergentes.** Una de las principales razones por lo cual al empresario emergente le interesa la obtención pronta del capital dinerario, es por la necesidad cubrir/pagar la nómina de los obreros ya que al no hacerlo este buscaría otro lugar donde vender su fuerza laboral y el empresario se quedaría sin mano de obra y su ende no podría ampliar su proceso de producción ni obtener ganancias.

Otra de las herramientas que utilizan los empresarios emergentes para comercializar sus prendas son las ventas en línea. Esta medida permite que la mercancía

llegue a ciudades de otros estados sin generar un costo extra por traslado, **los empresarios manejan catálogos virtuales que son promocionados mediante redes sociales o su página oficial, permitiendo a los clientes realizar sus pedidos que luego son enviados hasta la ubicación solicitada.** Generalmente este tipo de venta es comúnmente utilizado para transacciones de compra al por mayor.

Cabe mencionar que dicha medida de ventas en línea cobró relevancia en 2020 debido a la pandemia sanitaria, misma que fortaleció todo tipo de ventas por internet. En este punto cabe destacar que las redes sociales han jugado un papel relevante en las ventas de los empresarios emergentes ya que por este medio las marcas regionales se dan a conocer más rápido, resulta ser un método de publicidad efectivo.

La última estrategia de ventas es **la gestión de locales** en el municipio y sus alrededores. **Este es un tipo de ventas a la que muy pocos empresarios emergentes de marca propia recurren debido a los costos que conlleva mantener un local comercial**⁹⁶. Cabe destacar que el tema de las ventas es un segmento nuevo para los empresarios emergentes de marca propia.

En cuanto a los costos, aunque mantener una página web y actualizar de catálogos de mercancías debido a la fabricación de nuevos diseños cada temporada implica ciertos costos, estos servicios suelen ser realizados por los diseñadores de las empresas, ya sea que se formen parte de ellas o que sean subcontratados. Además, la supervisión de pedidos realizados en línea, generalmente, recae en los propios empresarios emergente o en la persona encargada de la distribución de la ropa. Por lo tanto, los costos por la comercialización de prendas en línea son mínimos.

5.2.4 Diseño

Una de las modificaciones más importantes dentro de la industria del vestido, en los últimos veinte años, ha sido el tema del diseño de las prendas. Durante la década de los noventa, la

⁹⁶ Según testimonio de algunos empresarios emergentes, los gastos básicos en los que se incurren cuando se tiene un local comercial son: renta, luz, agua y salario de quien atiende dicho local. Estos gastos deben ser cubiertos por la ganancia que se debe obtener de las ventas de las prendas de vestir. En este sentido, en muchas ocasiones el nivel de ganancia no cubre estos gastos. Por lo cual, no todos los empresarios emergentes comercializan su mercancía en un local propio/rentado.

industria del vestido se caracterizaba por su fabricación en masa, a través de órdenes de producción de gran tamaño limitada a la creación de prendas para solo dos tendencias: primavera-verano y otoño-invierno.

A partir de la crisis de inicios de siglo, surgieron subtendencias dando origen a una gran variedad de estilos. Con este aumento de modelos (diseños), los empresarios emergentes de marca propia se enfrentaban a un nuevo desafío: vincularse con la industria de la moda⁹⁷. Para garantizar la comercialización de su producción, es importante que esta cumpla con los estándares de moda en tendencia, ya que los empresarios Tehuacanenses se enfrentan a competidores internacionales.

Por lo anterior, **algunos empresarios emergentes han adoptado la estrategia de viajar a países influyentes en la moda** como Francia, Brasil, Colombia, Italia, entre otros. **El proceso de esta estrategia consiste en llegar a esos lugares, observar la tendencia de moda, posteriormente compran muestras y las envían a sus diseñadores para que estos hagan sus propuestas. Si el modelo (diseño) propuesto es aprobado por el empresario emergente pasa rápidamente al área de producción.**

Esta estrategia no solo impacta positivamente en el tema de diseño, sino que es beneficioso para el crecimiento empresarial porque los demás empresarios emergentes siguen estas tendencias de moda, es decir, hay una derrama de este conocimiento a nivel regional. Asimismo, el empresario emergente al viajar establece conexiones profesionales que pueden resultar en oportunidades de negocio, explora nuevos mercados para expandirse y conoce otras culturas empresariales que pueden adoptar en situaciones críticas. Sin embargo, también genera desafíos para los empresarios emergentes, como el incremento de costos y la falta de equilibrio entre la vida laboral y personal.

Al profundizar en las estrategias empresariales se observó que, **a través de sus acciones, los empresarios modificaron el proceso de producción en serie**, que era comúnmente utilizado en el modelo maquila de exportación, en cambio, **el empresario**

⁹⁷ Según Salas (2013), la industria de la moda es un concepto transversal que no solo se refiere a la industria textil o del vestido, sino que involucra a la creación, creatividad e innovación. Se trata de un bien de propiedad inmaterial de alcance cultural. La industria de la moda está relacionada con el diseño y el estilo de las prendas de vestir.

emergente ajustó el proceso productivo a sus necesidades y criterios de eficiencia. Por lo que, a continuación, se presentan cuatro diagramas de flujo sobre las configuraciones productivas adoptadas por estos empresarios. Es importante mencionar que, en todas las configuraciones productivas, el empresario emergente autoriza todas las operaciones, especialmente aprueba el diseño de su prenda, asimismo es el empresario emergente quien toma todas las decisiones de su empresa.

La configuración uno es tipo tradicional, todo el proceso productivo, desde el diseño de la prenda hasta el empaque y almacenamiento, se realiza dentro de la empresa propia. En la segunda configuración el empresario emergente subcontrata a un Centro de Diseño quien es el encargado de realizar el proceso de diseño, compra de insumos, maquilar y empaqueta la prenda. En esta configuración el empresario solo se encarga de la venta de su marca.

En la configuración tres el empresario emergente, además de subcontratar la confección, cuenta con dos empresas propias en las que subdivide su producción. En su empresa uno se diseña y se obtiene el patronaje, en la empresa dos se folia y se corta la tela. La costura, revisión y empaque de la prenda es realizada por terceros, una vez lista la prenda se regresa a la empresa uno para ser embodegada y posteriormente venderla.

Finalmente, la configuración cuatro es el más fraccionado debido a que el diseño es subcontratado vía remota a través de trabajo en modalidad home office. Por su parte, su empresa propia está dividida en cuatro áreas: área de corte, área productiva solo para sacar composturas, área de almacén y área de ventas. Al igual que en la configuración tres, la costura, revisión y empaque de la prenda es realizada por terceros, es decir, subcontratada. En ambas configuraciones, el empresario emergente es el encargado de comprar los insumos necesarios para la producción.

Para ilustrar mejor estas configuraciones productivas, a continuación, se esquematizan a través de diagramas de flujo. Se hace uso de flechas en colores para destacar la transición entre áreas o empresas. Las flechas verdes indican que el proceso productivo continúa dentro de la misma área, pero en una empresa diferente (sea empresa propiedad del empresario emergente o una empresa subcontratada). Las flechas azules, por su parte, señalan que el siguiente proceso pertenece a un área distinta, ya sea dentro de la misma empresa o en otra diferente.

Figura 5.3 Diagrama de flujo configuración 1

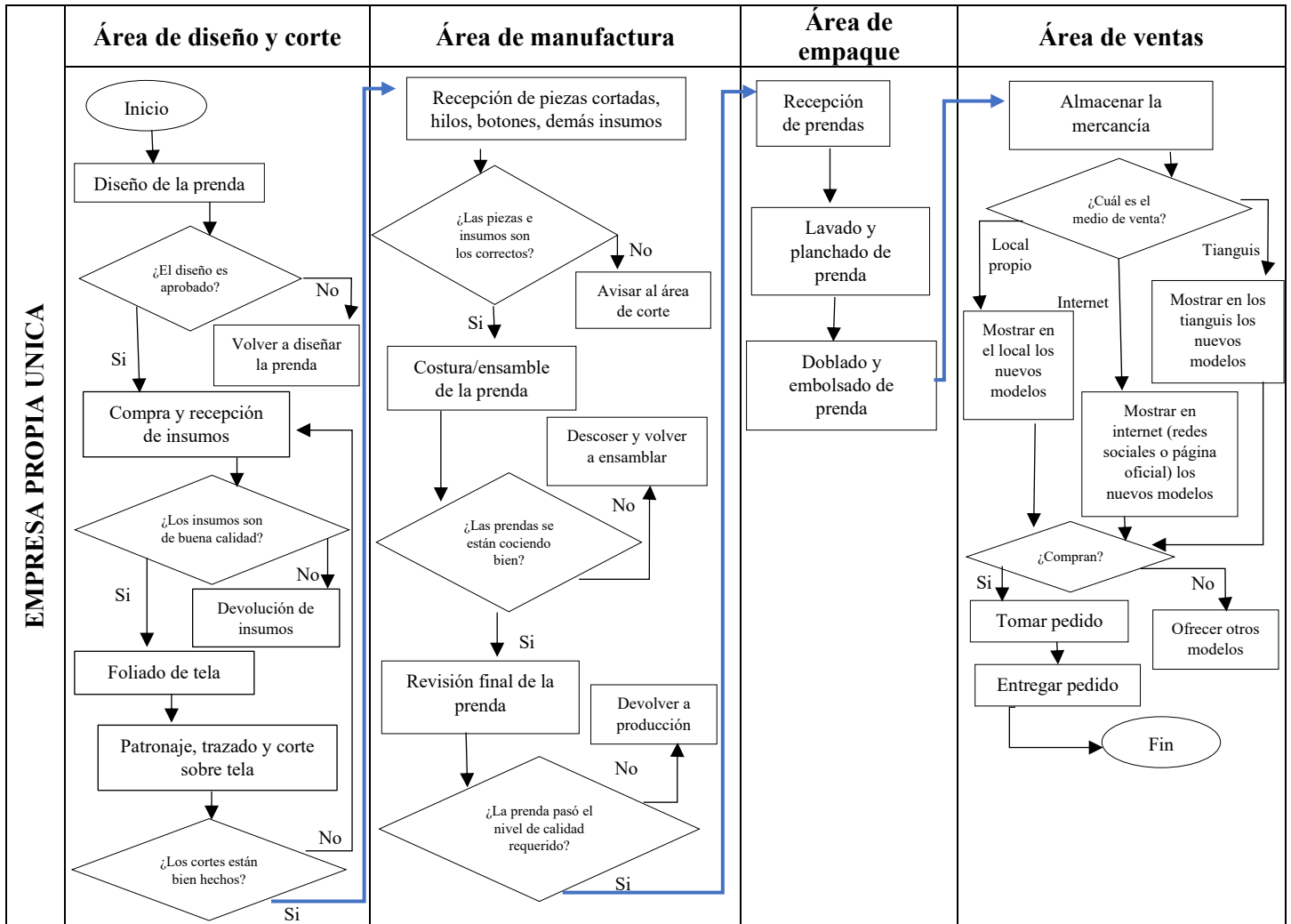


Figura 5.4 Diagrama de flujo configuración 2

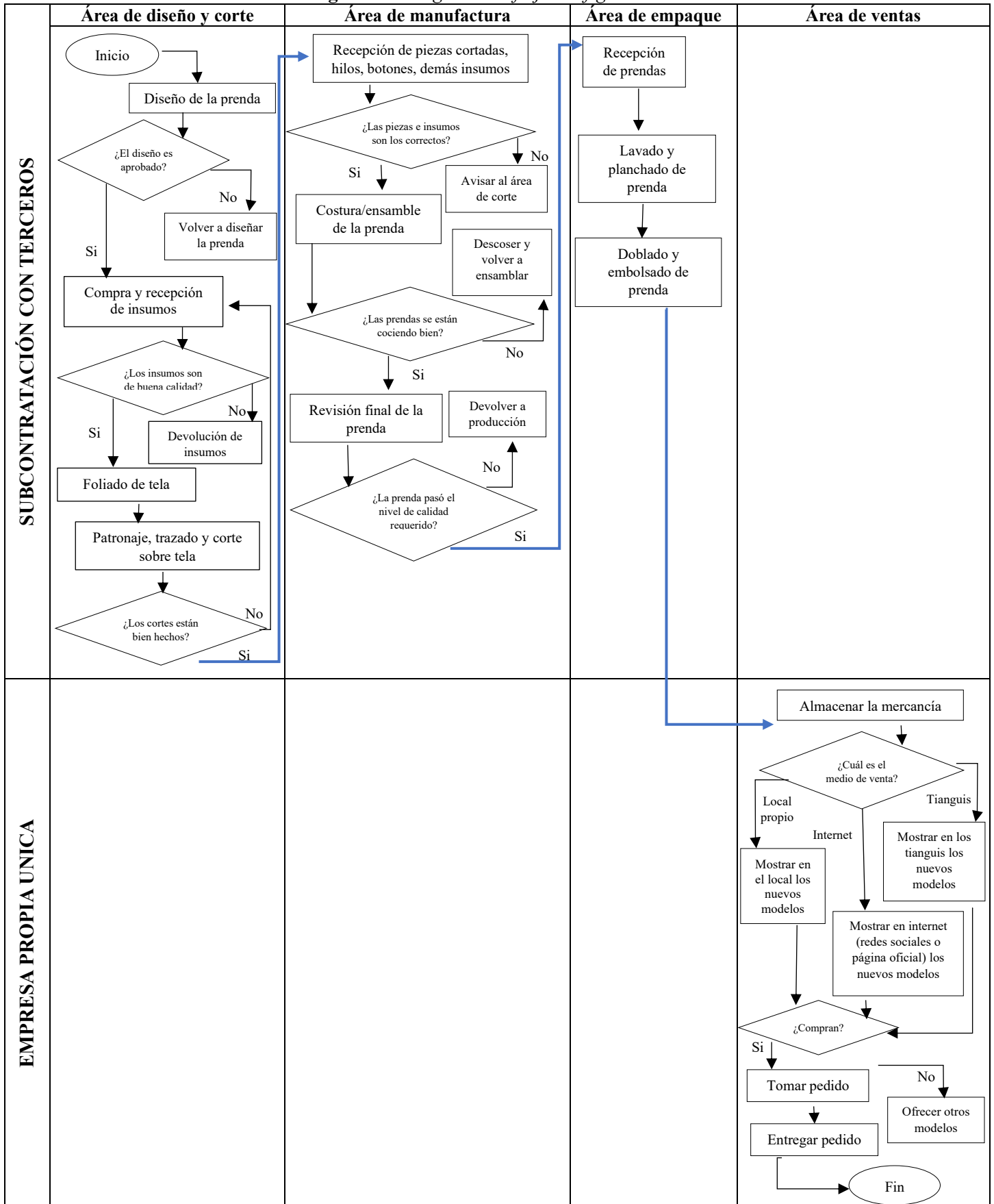


Figura 5.5 Diagrama de flujo configuración 3

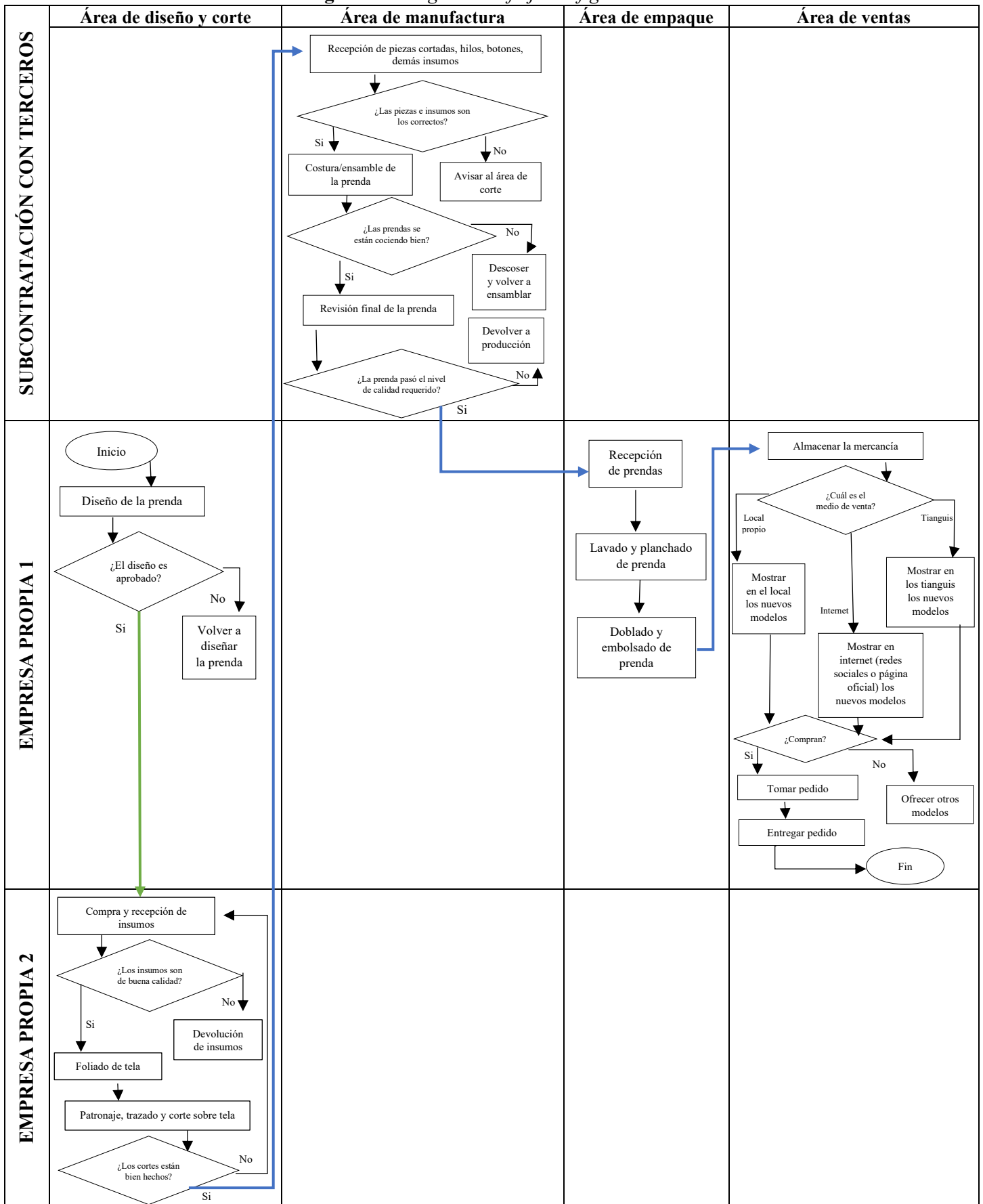
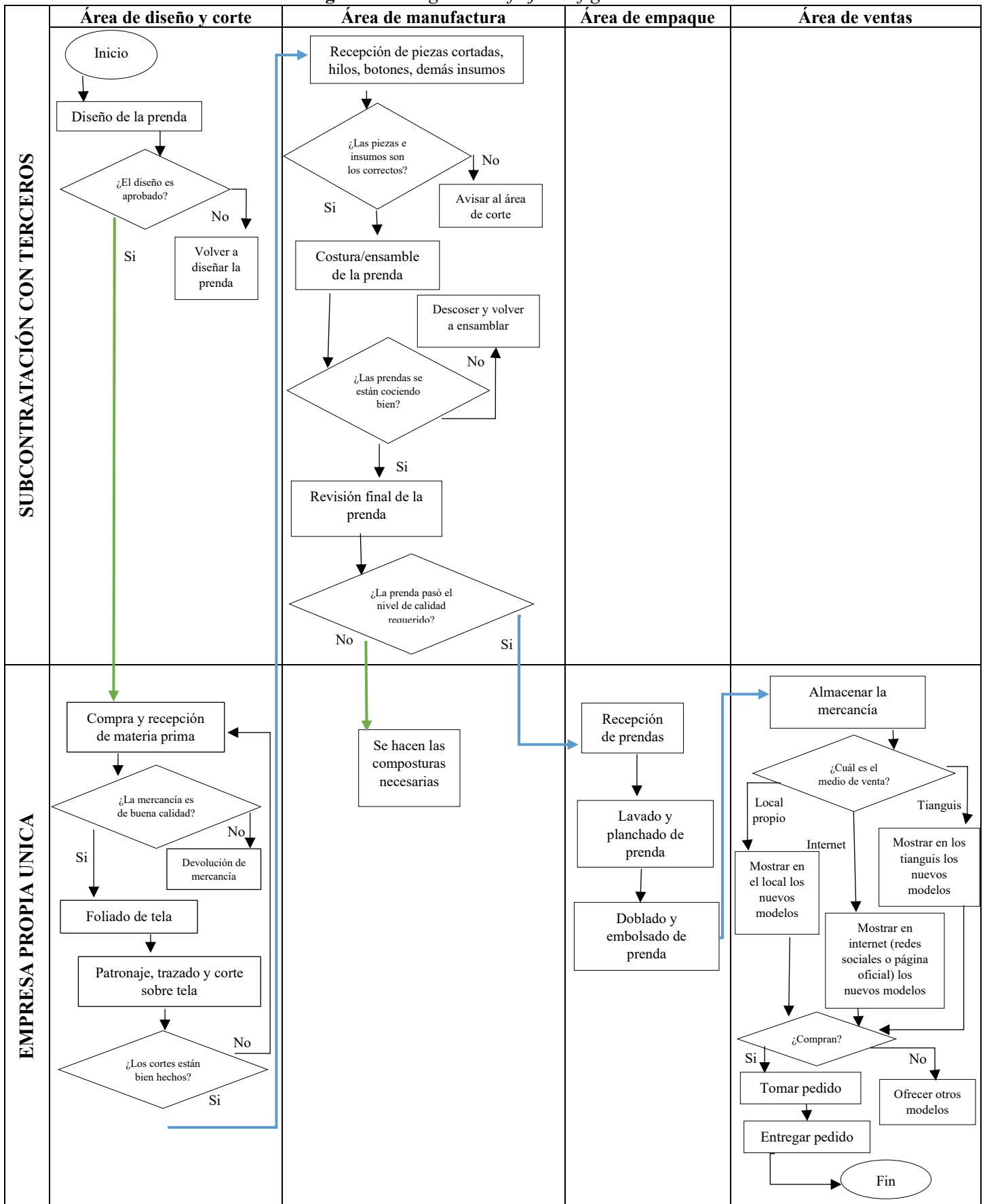


Figura 5.6 Diagrama de flujo configuración 4



5.3 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y POLÍTICA

Esta sección está pensada como un apartado de contextualización, cuyo principal propósito es exponer y debatir la estructura actual económica de los empresarios emergentes enfatizando las reconfiguraciones que estas estructuras han experimentado. Particularmente, se explora el nivel de utilidades, margen de ganancia y competencia internacional.

5.3.1 Nivel de utilidades

Para determinar la permanencia de una empresa es necesario conocer sus finanzas y evaluar si esta tiene utilidades o pérdidas. **La utilidad es un indicador de rendimiento** que simboliza la ganancia obtenida por la venta de los bienes o servicios producidos menos los costos totales. Al respecto, el cálculo de la utilidad permite analizar si el nivel de ingresos de una empresa cubre sus costos.

En este sentido, el nivel de utilidad define el valor de una empresa y permite a los empresarios tomar decisiones de inversión, expansión y el desarrollo de nuevos productos y servicios. En el caso de las micro y pequeñas empresas, aunque estas pueden ser más rentables aún con ganancias pequeñas debido a que sus costos operativos son bajos este tipo de establecimientos se enfrentan a limitaciones de recursos, financiamiento y de competencia frente a las grandes empresas. Por lo cual, no todas las micro y pequeñas empresas tienen el mismo nivel de éxito.

Respecto a ello, **los empresarios emergentes declaran tener un margen de utilidad bajo incluso hay algunos que reconocieron tener pérdidas y estar a punto de quebrar.** Es por esta situación que los empresarios emergentes han adoptado la estrategia de división de servicios y obtener, así, un poco más de ganancias y mantener su empresa.

5.3.2 Margen de ganancia⁹⁸

En contraste con el punto anterior, **el margen de ganancia**, entendido como la diferencia entre el precio de venta de un producto y su costo total de producción, **de una prenda de**

⁹⁸ El margen de ganancia, de acuerdo a como los empresarios emergentes lo utilizan, está relacionado con la producción de un bien o servicio, es un porcentaje del precio de venta. Es decir, si un producto se vende en \$10.00 y producirlo costó \$6.00, el margen de ganancia sería de 40%. Mientras que la utilidad representa la

marca propia es 10 veces mayor que una prenda confeccionada para un tercero a través de la subcontratación. Por lo que, resulta rentable, en términos económicos, tener su marca propia.

Según declaraciones de algunos empresarios emergentes, cuando son subcontratados para confeccionar ropa tiene un margen de ganancia de \$3.00 a \$5.00 por prenda, por lo que para que sea rentable este servicio debe maquilar en gran volumen. Este escenario cristaliza el hecho del porque abunda, en la región, la maquila informal, pues este margen de ganancia no permite cubrir costos de legalidad, seguridad social e impuestos. En cambio, el empresario emergente al comercializar su marca propia obtiene un margen de ganancia de \$30.00 a \$50.00 por prenda. De esta manera, el empresario emergente, al desempeñar otras actividades productivas, integra el margen de ganancia de todos los servicios que ofrece.

Derivado de lo anterior, es **necesario precisar que a pesar de que los empresarios emergentes tengan un margen de ganancia importante⁹⁹, este no es el suficiente como para cubrir el total de gastos, razón por la cual sus utilidades son pocas. Una de las posibles razones de este suceso es que los empresarios emergentes solo vendan el mínimo de sus prendas de marca propia dado que aún se encuentra haciendo gestiones para posicionar su marca en el mercado regional-nacional.**

5.3.3 Competencia en el mercado nacional con productos internacionales

La integración de China a la Organización Mundial del Comercio en 2001, principalmente al mercado del vestido ha tenido un impacto significativo sobre la producción en zonas subdesarrolladas, como México y específicamente la región de Tehuacán. Esto debido a la política de precios por debajo del mercado adoptado por empresas chinas, medida adoptada debido a los bajos costos de la mano de obra en dicho país, además del modelo de acumulación que ha desarrollado; una importante concentración de actividades textiles, lo que le permite disponer de insumos a menores costos y a sus altos niveles de productividad.

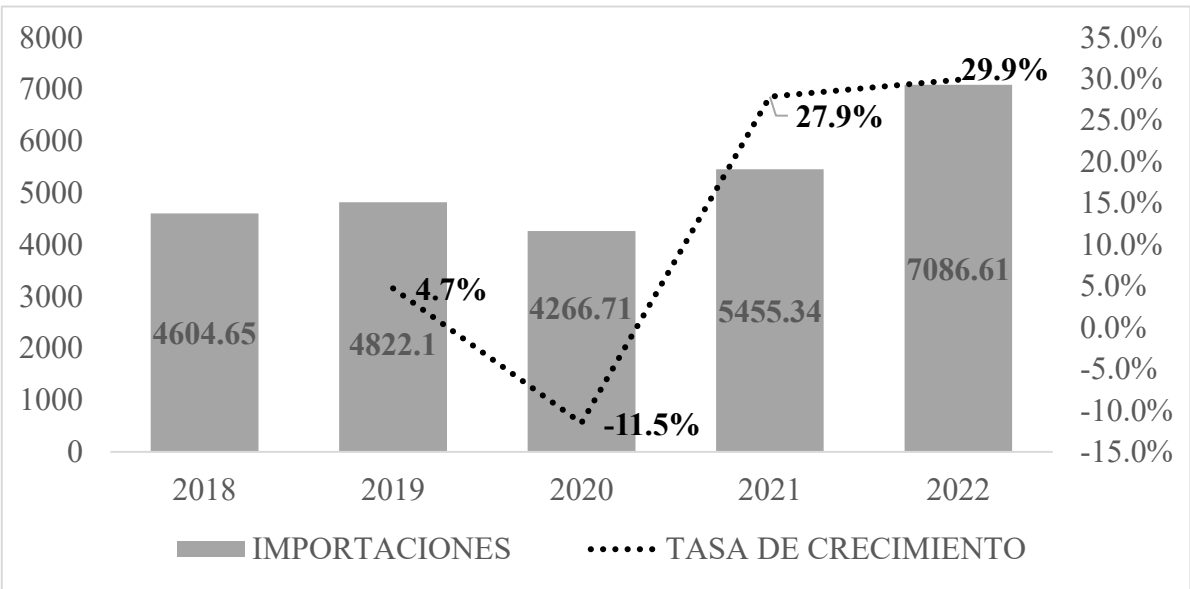
ganancia contable de una empresa, que se obtiene al descontar todos los gastos, incluidos los productivos, administrativos y financieros, del ingreso total.

⁹⁹ Se utiliza el verbo importante ya que no se puede determinar si es margen alto o bajo porque para ello se debería tener parámetros de comparación. Solo se puede confirmar que el margen de producir una marca propia es mayor al margen de una pieza maquilada.

La participación de China en el mercado del vestido no solo afectó a las exportaciones, sino también al comercio de la producción local. De acuerdo con reportes de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIIVE), las importaciones de productos confeccionados se incrementaron en más del 40% respecto al 2019, asimismo destacó que el 65% del total de estas importaciones provienen de Asia, de los cuales la mayoría fueron prendas por debajo del precio estimado (ver, Figura 5.2).

Figura 5.7

Nacional: Importaciones de prendas de vestir (millones de dólares)



Nota. Elaborado a partir de datos obtenidos de la Agencia Nacional de Aduanas de México, 2023.

En este contexto se materializa uno de los principales problemas que enfrentan los empresarios emergentes de Tehuacán: la competencia de los productos chinos. La producción regional no es competitiva en términos de precio frente a la mercancía china; aunque la calidad de la costura nacional sea mejor, los clientes prefieren comprar lo más barato. En el mercado al por mayor, en enero de 2024 un pantalón de origen asiático tiene un costo de \$120.00, mientras que el costo de producción de un empresario emergente es de \$140.00. Este ejemplo pone de manifiesto que el costo de producción nacional es mayor al costo de venta de una prenda importada.

Con lo anterior, se abre el debate sobre las medidas de protección a la producción nacional, principalmente se cuestionan las regulaciones de importación de prendas de vestir debido a que estas medidas no han asegurado un entorno comercial equitativo. Ante esta situación, los empresarios emergentes de marca propia deben como clase organizada ejercer presión tanto al Estado como a las instituciones correspondientes para salvaguardar sus diseños y producción.

5.4 EL FUTURO DE LOS EMPRESARIOS EMERGENTES

Finalmente, como parte de la identificación de estructuras actuales destacaremos tres objetivos a futuro de los empresarios emergentes. Lo anterior, con la finalidad de comprender la dirección de sus acciones, estrategias y comportamientos, presentes y futuros y se trata de: consolidar sus marcas, aumentar su reconocimiento y establecer tiendas físicas para su venta.

5.4.1 Consolidar la marca regional

Consolidar en el mercado una marca es importante porque la marca le agrega un valor adicional al producto que se comercializa. La marca simboliza uno de los productos intangibles más significativos para una empresa, por ejemplo, las grandes marcas globales de ropa agregan a su precio final además del costo de producción, un costo por utilizar la marca. Es decir, los compradores de estas marcas pagan el valor del producto y el valor de la marca, el cual muchas veces es mayor que el de producción.

Por lo cual, los empresarios emergentes buscan posicionar sus marcas regionales porque ello les permitiría incrementar el precio de sus prendas, obtener un margen de ganancia mayor, incrementar sus utilidades y darle valor a su empresa. Con una empresa mejor valorada los empresarios pueden acceder a programas o a financiamientos formales y así generar una reproducción ampliada.

5.4.2 Aumento del reconocimiento

El aumento del reconocimiento está ligado al posicionamiento de marca. Como ha sido expuesto, Tehuacán en la década de los noventa fue conocido como *la capital del blue jeans* caracterizada por su alta especialización y producción de alta calidad. Pero con las diferentes crisis y reestructuraciones productivas la distinción de la región desapareció, los

empresarios emergentes, a través de sus marcas, quieren retomar el reconocimiento de ser una región con producción del vestido de calidad y con ellos atraer clientes, proveedores e inversiones.

5.4.1 Tiendas físicas

El último objetivo está relacionado con la comercialización de sus prendas. En apartados anteriores se mencionó que son pocos empresarios emergentes los que comercializan su marca en tiendas físicas debido a los costos que tener un local conlleva. Sin embargo, **la mayoría de ellos esperan en un futuro establecer un local físico para la venta de su marca propia.**

5.5 CONCLUSIONES CAPITULARES

Su capacidad de reconfiguración de estructuras les permite a los empresarios emergentes ajustarse a los nuevos contextos que se originan por factores externos en un mundo en movimiento. **Durante las últimas dos décadas, la industria del vestido en la región de Tehuacán ha experimentado transformaciones significativas en diversos ámbitos, incluyendo el productivo, laboral y comercial.**

A principios de siglo, la industria del vestido vivía un proceso crítico debido a una crisis de demanda que originó el cierre de empresas maquiladoras y aumento considerable del desempleo. Dicho proceso se agravó en 2008, la crisis financiera suscitada en Estados Unidos propició una fuga de capitales dejando a las grandes maquiladoras como elefantes blancos en la región.

La primera reconfiguración que esta crisis provocó fue el cambio productivo y comercial de las empresas, las grandes maquiladoras que fabricaban para marcas globales, adsorbieron la producción nacional que solía ser dominio de las pequeñas y medianas empresas, estas últimas se reubicaron en la producción de ropa para tianguis, mercado que pertenecía a otra región poblana. Debido a lo anterior, el nivel de ingresos de estas empresas disminuyó. La reestructuración local del evento global corresponde a la alta dependencia del sector exportador y capital extranjero.

En 2019 se originó otra **reconfiguración importante en la región, el número de micro y pequeños establecimientos aumentó de manera considerable, muchos de estos**

establecimientos relacionados con el trabajo informal, específicamente con el trabajo a domicilio. A partir de las entrevistas realizadas, el incremento de micro establecimientos es considerada una estrategia de emprendimiento y autoempleo. Esta situación afectó no solo a los empresarios emergentes sino también a aquellos que solo se dedican a coser dado que son empresas que cobran precios por abajo del mercado y pagan salarios más altos que aquellos que operan en la formalidad¹⁰⁰, es importante aclarar que, al afirmar que se paga más, se hace referencia al dinero que recibe el obrero, lo cual no equivale al monto que las empresas formales destinan al pago de prestaciones. Por otra parte, este punto resalta el fortalecimiento de la cadena regional de trabajo, la cual aportaría mayores beneficios para la región en general si se construyera desde la formalidad.

Un año después (2020) los empresarios tehuacanos del vestido se vieron afectados por la crisis sanitaria provocada por el COVID-19. El cierre obligatorio de actividades no esenciales obligó no solo a empresarios del vestido a parar operaciones y cerrar de manera temporal sus empresas, sino que los clientes dejaron de comprar sus productos y los proveedores no surtían los insumos. **La reconfiguración que se dio tras esta crisis de 2020 fue productiva, la gran mayoría de los empresarios en Tehuacán, por un periodo, dejaron de producir prendas de vestir para producir cubrebocas y batas médicas.**

La fragmentación de actividades, el aumento de micro establecimientos de 2019 y la crisis sanitaria de 2020 han llevado a la industria a tener una crisis de mano de obra. **La escasez de mano de obra es un problema que se hace presente en toda la industria del estado**, en Tehuacán se hace un poco más visible dado su alta especialización y la migración de gente que hubo en la década de los noventa. La mano de obra existente ha optado por establecer sus propias empresas tanto dentro como fuera del sector, o han migrado a otras regiones, asimismo, es poco el interés de las nuevas generaciones por integrarse en esta industria.

Este último punto está relacionado con el cambio generacional, los tehuacanos jóvenes tienen proyectos de vidas alternativos a trabajar en la industria del vestido. Algo

¹⁰⁰ Ello refuerza el argumento de ser micro establecimientos de autoempleo que tiene ganancias limitadas y por ende nulas utilidades

semejante pasó cuando llegaron las grandes maquiladoras de exportación a la región, los tehuacanos abandonaron el sector primario y se insertaron en la industria del vestido.

Las estrategias en cada una de estas reestructuraciones productivas son acciones de reconfiguración. Sin embargo, la mayoría de estas medidas alimentan a una estructura industrial informal y fortalecen a la cadena productiva regional. Dicha informalidad no solo está presente en los empresarios emergentes sino también en las nuevas figuras que surgieron en estos últimos años: los brokers y los prestamistas.

Analizar estas reestructuraciones resulta importante para resignificar e interpretar el proceso de la conformación de los empresarios emergentes. **Estas reestructuraciones nos muestran la reconfiguración de los empresarios tehuacanos emergentes.** En este contexto de reestructuración, el empresario emergente ha adoptado una serie de estrategias que le permitan mantenerse en el mercado.

La primera acción identificada es la división de servicios. El diseño, producción y comercialización de una marca propia no ha sido tan rentable como se esperaba, para los empresarios emergentes debido a que su producción y ganancias dependen del nivel de ventas, y estas ventas se han visto afectadas, entre otras razones, por la importación de prendas de origen chino. Esta situación ha llevado a los empresarios emergentes a que además de tener una marca propia de ropa son subcontratados para realizar otras actividades de la cadena productiva como lo es la costura o el diseño. La segunda práctica está relacionada con el tema productivo y contraria a la anterior, en esta práctica son los empresarios emergentes los que subcontratan a externos para realizar alguna fase de la cadena de su marca.

La tercera estrategia tiene que ver con las ventas, mismas que están delimitadas por el mercado al que está dirigida prenda que cada empresario emergente produce. La mayoría de la producción regional compite con mercancías comercializadas en Tianguis, es por ello por lo que su principal fuente de ventas son los tianguis cercanos como el de San Martín Texmelucan y la ciudad de México. Las otras opciones de ventas que han implementado son ventas en línea y tiendas departamentales, el incremento de venta de ropa en línea se originó con la pandemia. Respecto a la venta en tiendas departamentales es una acción que solo pocos han implementado debido a los gastos adicionales que dicha práctica conlleva. Con estas acciones, lo que buscan los empresarios emergentes es la rápida circulación del dinero, es

decir, buscan vender rápido su producto, aunque su ganancia no sea la esperada, lo que les interesa es obtener un ingreso que les permita ampliar su producción y por ende ir incrementando su ganancia.

Respecto al punto anterior, **es necesario precisar que además de las reestructuraciones mencionadas, las acciones que los empresarios emergentes han emprendido para garantizar su permanencia también reconfiguran sus propias estructuras, ejemplo visible de ello es la aparición de nuevas configuraciones productivas. Derivado del trabajo de campo se puede constatar la existencia de al menos cuatro configuraciones productivas, tres de las cuales son alternativas a la tradicional en la región de Tehuacán.**

La primera configuración es la tradicional, el empresario emergente se encarga de todo el proceso, desde el área de diseño hasta su venta. En la segunda configuración, la empresa subcontrata el diseño, la manufactura y el empaque de su prenda, su empresa solo se encarga de la comercialización de prendas. La tercera configuración es el más fraccionado, en este esquema el empresario emergente cuenta con dos empresas; en la principal diseña, empaca, almacena y comercializa la prenda de vestir, al segundo establecimiento llegan los insumos, en él se corta la tela y se folia. El proceso de manufactura es subcontratado.

En la última configuración el empresario emergente subcontrata tanto el diseño, en modalidad *home office*, como la manufactura, en su establecimiento corta y folia la tela, empaca, almacena y comercializa su prenda, además tiene un espacio para composturas si estas fueran necesarias. Cada uno de estos esquemas no son genéricos, sino que cada empresario adapta su propia configuración productiva al tamaño de su empresa, a su nivel de producción y al capital disponible.

A lo largo del capítulo se mostró que tanto las crisis que han afectado a la industria como las acciones de los empresarios emergentes reconfiguran las estructuras en las que estos se consolidan, por lo cual, para finalizarlo se puntualiza la estructura económica actual de estos empresarios emergentes. **Al diseñar, producir y comercializar una marca propia los empresarios emergentes obtienen un margen mayor de ganancia si solo se dedicaran a la manufactura, sin embargo, sus niveles de ganancias son limitadas.**

Finalmente, se recupera uno de los problemas actuales no solo de los empresarios emergentes sino de todo aquel sujeto inmerso en la industria del vestido regional y es la competencia desleal de productos chinos. Para los empresarios tehuacanos es insostenible competir con dichos productos debido a que son vendidos a un costo por debajo del valor de la producción de una prenda nacional. Por ejemplo, en los tianguis, como el de San Martín Texmelucan, a precio de mayoreo los pantalones de mezclilla de origen chino se comercializan en \$120.00 mientras que producir ese mismo pantalón en Tehuacán tiene un costo de \$140.00.

En este sentido, se hace el llamado a las instituciones pertinentes a vigilar la entrada de estos productos al mercado nacional y resguardar la producción nacional. Se reconoce que, si los empresarios emergentes continúan trabajando de manera individual, será complicado hacer frente a la competencia, por lo que se recomienda la formación de alianzas entre ellos y proveedores de materia prima.

CONCLUSIONES GENERALES

Se presentan las aportaciones teóricas y sociales de esta tesis, así como los principales hallazgos. Asimismo, se describen las líneas de investigación que se abren con este trabajo, con la finalidad de que sean retomadas e investigadas a profundidad en futuros estudios.

A partir de un análisis previo de reestructuración industrial surgió la necesidad de analizar el proceso de conformación de un nuevo tipo de empresario dedicado a la fabricación y comercialización de su marca propia de ropa, que surgió en un periodo postmaquila, sin embargo, al adentrarnos en el análisis se identificó que este empresario además de su marca propia es subcontratado por terceros para realizar otras tareas de la cadena y/o confección como la manufactura y el diseño. Por lo cual, se considera un empresario diferente al comúnmente conocido, asimismo su proceso de formación se ha visto impulsado por procesos de reestructuraciones productiva a causas de escenarios pocos favorables, mismas que modificaron tanto su composición como empresarios (sus características, cultura) como sus relaciones sociales de producción, razón por la cual a esta categoría de empresarios esta tesis ha denominado “empresarios emergentes”.

Dadas las particularidades del empresario emergente que se formó dentro de la industria del vestido en la región de Tehuacán fue necesario recurrir a un enfoque no tradicional como lo es el configuracionismo. Este enfoque permite observar la realidad en movimiento y recobra la idea de que los empresarios participan de manera activa en su proceso de conformación, mismos que están sujetos a estructuras, subjetividades y acumulación de significados. A su vez se retomaron categorías y teorías sobre el concepto de ‘empresario’ y se analizaron desde una óptica crítica. Para el desarrollo de este concepto se recuperó la concepción y personificación del ‘capitalista’ que especifica Marx. Según esta postura, el capitalista es la clase poseedora de capital, dueña de los medios de producción y de la fuerza laboral, el capitalista es directivo, vigilante y mediador del proceso de trabajo.

Lo único que motiva al capitalista es la apropiación progresiva de ganancias, por lo que, la elaboración de mercancías constituye un recurso para obtenerlas. En este sentido, el capitalista debe propiciar, por medio de sus acciones, ciertos escenarios, tales como: reproducción ampliada de capital (capitalización de una parte de la plusvalía), reducción del tiempo necesario de producción a través del avance tecnológico y la sobreexplotación de la fuerza de trabajo, y economización (instalaciones estrechas e insalubres, falta de medidas de protección tanto en el proceso productivo como para los obreros).

El escenario de sobreexplotación ya sea vía prolongación de la jornada laboral o a través de la reducción del salario por debajo de su valor, representa el tema más discutido del capitalista en la academia por ser una acción que atenta contra la libertad de los obreros. Para esta investigación fue importante retomar esta práctica porque, según Marx (1975.b), **es mediante la acumulación que los pequeños obreros se convirtieron en pequeños capitalistas. Situación que describe los antecedentes del empresario emergente.**

Sin embargo, para que el empresario (personificado en esta postura como el capitalista) propicie escenarios de ganancia, este se enfrenta a ciertas restricciones definidas por estructuras económicas, sociales, culturales y políticas que delimitan su espacio de posibilidades. En este sentido, teniendo en cuenta estas limitaciones, se retoma la postura marxista del empresario como sujeto social, la cual explica la acción del empresario en función de sus relaciones entre estructuras.

La categoría de sujeto social recupera dos principios esenciales: el carácter activo y transformador del empresario, y la concepción de que el empresario se mantiene en constante interacción y en este proceso genera significados, no solo económicos, con dicha acumulación de significados subjetivos da sentido a su empresa. De esta forma, el empresario como sujeto social no necesariamente es el dueño de la empresa, de los medios de producción o de la fuerza laboral.

Esta postura a diferencia de Marx quien afirma que la acción del empresario es motivada por la obtención de ganancias, el autor sostiene que **la acción del empresario como sujeto social contempla diversos campos subjetivos como el conocimiento, los valores, razonamiento cotidiano, sentimientos y estética. Esto no significa que el sujeto social no sea un ser racional que busca ganancias, sino que su decisión no está determinada solo**

por un principio, la acción está mediada por el sentido que el sujeto social otorga a una situación determinada.

Una de las razones por las que se retomó la postura de sujeto social radica en que implica analizar el empresario por niveles de abstracción a través de dimensiones interrelacionadas entre sí, es decir, dentro (desde la estructura microeconómica) y fuera de la empresa (resaltando particularidades que surgen fuera y aunque influyen en lo interno corresponde a otros procesos). Esto nos permitió visualizar al empresario emergente en dos niveles de abstracción: configuración sociotécnica y unidad económica de producción.

Otra razón relevante del enfoque de sujeto social para esta investigación tiene que ver con que los sujetos sociales son vistos como parte activa de cada acción, dado que la genera y la transforma. En este sentido, **los empresarios emergentes se van constituyendo, es decir, sus acciones transforman su realidad e incluso lograron reconfigurar la configuración productiva predominante en el momento de su surgimiento.** Respecto a este último punto, la perspectiva de sujeto social afirma que **las configuraciones productivas no son universales, ya que son determinados por cada empresa en busca de su ganancia y están definidas por cada realidad productiva específica.**

Después de explorar estas dos posturas, solo hacía falta incorporar al análisis la parte innovadora que engloba otra realidad de los empresarios emergentes debido a que ellos diseñan, confeccionan y venden su marca propia de ropa. En este sentido, se integra el enfoque del empresario schumpeteriano. Schumpeter establece en su teoría de destrucción creativa que los empresarios, a través de nuevas combinaciones, generan alteraciones espontáneas y discontinuas que desplazan el punto de equilibrio. Combinaciones que consisten en: introducción de un nuevo bien o una nueva calidad de un bien, introducción de nuevos métodos de producción no antes probados, apertura de nuevos mercados o una nueva fuente de aprovisionamientos de materias primas y creación de nuevas formas de organización. **El empresario emergente introduce las dos primeras combinaciones; nuevo bien y nueva configuración productiva.**

El empresario schumpeteriano debe tener una conducta innovadora, que no solo se trata de crear, pensar y descubrir sino de transformar ese invento en algo susceptible de comercializarse. Este tipo de empresario debe ejercer una influencia personal y fomentar la

competencia. Además, este enfoque sostiene que **la ganancia del empresario no solo es monetaria sino también inmaterial, por ejemplo: placer por ganar, entusiasmo de creación, construcción de empresas familiares, estatus social o reconocimiento.**

Desde esta perspectiva, el empresario no es la personificación de una clase o un sujeto social, **para Schumpeter ser empresario es una función/condición** que, independientemente del rol que tenga este actor dentro de la empresa, se ejerce en el sistema productivo. Por ello, el empresario schumpeteriano está definido por su función empresarial y una vez que la cumple pierde esa condición. De esta propuesta solo se retoma la figura innovadora que introduce nuevas combinaciones debido a que la propuesta completa de Schumpeter romantiza la función del empresario como una función del hombre de negocios ideal.

El concepto de empresario emergente retomó características específicas de los tres enfoques y se definió a partir de la realidad como: sujeto social situado en una estructura económica característica de la estructura capitalista, con antecedentes productivos en la industria del vestido, propietario de los medios de producción como empresas (establecimientos físicos) o maquinarias, que emplea a trabajadores para generar valor y se apropia de un excedente. El empresario emergente es directivo, vigilante y mediador del proceso productivo dentro de la empresa, dueño de su propia marca de ropa, subcontratado para realizar otras actividades de la cadena productiva, que realiza funciones productivas, comerciales y administrativas, quien busca a aquellos que consuman su mercancía final, sujeto que asume el riesgo y es creador de nuevos escenarios, sus acciones -restringidas por estructuras ajenas a su persona- están determinadas por el deseo de obtener ganancias ilimitadas y maximizar la acumulación de capital.

Para distinguir esta definición de empresario emergente, se diferencié de otras posturas clásicas como: emprendedor y empresario atípico. El concepto de emprendedor tiene como base el pensamiento schumpeteriano y no está relacionada con características particulares de una persona sino con una forma de comportamiento que puede ser aprendida. Por lo tanto, ser emprendedor es aquel que mediante un proceso y teniendo encuentra

cualidades, habilidades, formación, conocimientos, experiencias y mutaciones del entorno, lleva a cabo un proyecto de índole económica, social, político, cultural o ambiental.

La segunda postura nace del debate sobre el trabajo atípico de Enrique De la Garza, trata de personajes que están al frente de trabajos cuya relación laboral no es bilateral (subordinado a un solo patrón o integrado a una sola empresa), sin contrato, desprotegido, riesgoso, pero no necesariamente precario, donde el cliente está relacionado directamente en la producción.

Una vez analizado, definido y diferenciado el concepto de empresario, también fue importante considerar el concepto de empresa ya que en el sector industrial se usa de manera indiscriminada **la palabra empresa como sinónimo de fábrica, organización, taller y maquiladora. Sin embargo, todos estos conceptos se descartan para esta investigación debido a que ninguno de ellos refleja la realidad del empresario emergente.** Por ejemplo, la fábrica es un establecimiento cuya función es transformar insumos en mercancías, lo que limita su definición solo a lo productivo.

Asimismo, la organización es una institución social donde todos sus integrantes buscan lograr un objetivo común. Estos elementos no se cumplen en este esquema, por el contrario, el empresario emergente busca obtener ganancias a través del diseño, producción y comercialización de su marca propia de ropa y de ser subcontratado para realizar otras actividades industriales, mientras que los obreros solo venden su mano de obra.

Los conceptos de taller y maquila o maquiladora tienen en común su uso en estudios sobre la industria del vestido, sin embargo, un taller es asociado a actividades artesanales, manuales, artísticas o de reparación. La maquila, por su parte, es aquella unidad económica donde se ensambla o manufactura para exportar. Por tal motivo, las actividades de los empresarios emergentes no coinciden con las anteriores, no realizan actividades manuales y la producción se comercializa en el mercado nacional.

En este marco, **la tesis utiliza el término empresa (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa), que se define como propiedad del empresario, cuyo espacio está diseñado para realizar un proceso productivo, donde se crean relaciones sociales de producción con diferentes intereses y posición frente a los medios productivos.**

En el capítulo cuatro se dio inicio con la presentación de resultados de esta tesis. Para establecer el proceso de conformación del empresario emergente primero se identificaron sus antecedentes productivos y laborales. **Se determinó que los empresarios emergentes tienen antecedentes en la industria del vestido y participaron en la cadena del vestido durante el auge del modelo maquila.** En el cual, se encontraron cuatro escenarios específicos: 1) empresarios que trabajaron en el área productiva, 2) aquellos que trabajaron en el área administrativa, 3) los que se dedicaban a la reventa de prendas de vestir (principalmente pantalones de mezclilla) y 4) quienes cuyo acercamiento con la industria fue por ser hijos de alguno de los tres contextos anteriores.

Los empresarios emergentes provenientes de los dos primeros escenarios ya contaban con experiencia previa sobre el funcionamiento, de carácter administrativo y otros productivos, en la industria del vestido. En cuanto al tema productivo, estos empresarios conocieron toda la cadena productiva porque se trataba de sujetos que entraron a una corta edad realizando actividades de apoyo, escalonando hasta convertirse en encargados de línea. De acuerdo con las características de la industria del vestido de la década de los noventa, estos empresarios solo contaban con conocimientos de maquila.

Los empresarios del tercer contexto contaban con nociones sobre la venta de prendas de vestir, y ya contaban con una cartera de clientes. Los empresarios del cuarto entorno tuvieron el acompañamiento de personas con antecedentes en la industria del vestido. Lo interesante de estas previas destrezas es que los empresarios emergentes acumularon experiencias y las llevaron hacia la práctica en sus empresas. Además de los conocimientos adquiridos en sus actividades anteriores, estos empresarios emergentes se hicieron conocidos en el medio regional industrial, lo anterior los permitió establecer relaciones productivas con más personas. **Los empresarios emergentes, después de algunos años de trabajo, empezaron a comprar maquinas con ahorros propios, rentaron pequeños establecimientos e iniciaron su producción a pequeña escala dado sus previos conocimientos y relaciones personales.**

El empresario emergente ha atravesado por diversos obstáculos durante su proceso de conformación, y las principales dificultades a las que se enfrentó fueron, por un lado, la necesidad de alcanzar volúmenes de producción suficientes para cubrir los costos operativos

y mantener viva su empresa y, por otro lado, la falta de credibilidad de ellos mismos para asumir el rol de empresario (dueño, dirigente). Respecto a esto último, la ausencia de confianza ha llevado a que algunos empresarios emergentes no se auto perciban como tal, en calidad de empresario.

Al analizar la conformación empresarial a través del primer nivel de abstracción (configuración sociotécnica) se identificaron cuatro aspectos. Primero, el nivel de tecnología que utilizan los empresarios emergentes no es el mismo en todos los casos, este depende de las actividades que cada uno de ellos ejerza. Por ejemplo, hay empresarios emergentes que tienen su centro de diseño que utilizan tecnología de mayor calificación, a diferencia de aquellos empresarios que subcontratan todos los servicios productivos y solo se dedican a comercializar su marca, este último utiliza tecnología básica.

Segundo, independientemente de tratarse principalmente de micro y pequeñas empresas, **la mayoría de los casos entrevistados utilizan una estructura jerárquica** con la cual las funciones de los empresarios están limitadas al ámbito de gestión. Esta estructura suele caracterizarse por contar con dos escalafones: uno para los empresarios (quienes ostentan mayor poder) y otro para los obreros.

Tercero, respecto a las relaciones laborales (relaciones sociales de producción) **se identificó que el reclutamiento de los obreros es realizado directamente por el empresario emergente ya sea a través de la publicidad** (carteles, radio, Facebook) **o mediante recomendación**, principalmente de personas que cuenten con experiencia en la industria.

En este proceso de reclutamiento existe una negociación entre el empresario emergente y el obrero respecto al salario que este último recibe. Cabe señalar que **los salarios en la industria del vestido de la región de Tehuacán se determinan mediante dos estrategias: acuerdo basado en experiencia o bajo el sistema de destajo.** El primero de ellos es implementado cuando se requiere preservar la calidad productiva o cuando hay pocos obreros que realicen una determinada operación. Mientras que el segundo método se utiliza cuando se requiere aumentar la productividad del obrero y contrarrestar los tiempos muertos.

Estas dinámicas evidencian el acercamiento entre empresario emergente y obrero, los resultados de la investigación arrojaron que la mayoría de los empresarios emergentes

mantienen una comunicación directa con sus empleados. Los empresarios emergentes han buscado crear una línea directa de comunicación porque, para ellos, tiene un resultado positivo con la productividad de los obreros.

Cuarto (cultura empresarial), como se mencionó a lo largo de la tesis, **las funciones del empresario emergente supera las características tradicionales, ya que abarcan diversas áreas de trabajo, que se clasifican en gestión productiva (actividades de dirección de calidad y producción, vigila y cuida que se cumpla con los tiempos de entrega de la mercancía), gestión comercial (negocia la compra de insumos y salen a buscar clientes que compren su mercancía final) y gestión administrativa (compra mano de obra, negocia salario, paga nomina, factura, paga impuestos y calcula de ganancias).**

Para realizar dichas funciones los empresarios emergentes demandaron de conocimientos específicos: productivo-comercial y administrativo. De acuerdo con sus antecedentes los empresarios emergentes ya contaban con conocimiento previo sobre ciertas áreas, sin embargo, para ejercer su papel de empresarios tuvieron que adquirir nuevas habilidades. **Se identificó que los nuevos conocimientos están relacionados con el nivel de escolaridad de cada empresario emergente, aquellos con un nivel escolar básico y medio superior dominaban el proceso productivo y a través de capacitaciones como cursos y diplomados aprendieron de tecnologías, diseño, finanzas, mercadotecnia y logística. Los empresarios con educación superior cursaron carreras en el área económico-administrativo y buscaron adquirir conocimientos técnicos en el manejo de máquinas nuevas, técnicas de costuras y procesos productivos.**

Como parte de la cultura empresarial se identificó que **el empresario emergente se autodetermina un salario** (este salario es diferente a la ganancia de su empresa), **acción que forma parte de la cultura empresarial regional** ya que es una medida compartida y recomendada entre la caracteriza de los empresarios para tener un control sobre el dinero de la empresa.

Otra característica de la cultura empresarial regional es que **los empresarios emergentes tienen jornadas laborales mayores a 48 horas**, su horario de trabajo depende de las actividades y pendientes que a cada empresario se le presente. Esta particularidad puso

en debate la posibilidad de que el sujeto de estudio en lugar de ser un empresario emergente fuera un trabajador precarizado. Sin embargo, debido a sus características y funciones, este concepto corresponde a otro tipo de sujetos, como propietarios de talleres que también se encuentran en la cadena productiva del vestido que cumplen funciones de subcontratación en la informalidad, mismos que no son centro de nuestro análisis.

Esta tesis reconoce la importancia del proceso de constitución del empresario emergente. **En su proceso, se reconoce la importancia del papel de la familia, específicamente de las mujeres (esposas o madres) aportando su apoyo emocional y laboral.** Las esposas se convierten en el mayor apoyo, en la mayoría de los casos sin ser remunerada económicamente. La madre, por su parte, se considera una autoridad, en algunos casos es reconocida y remunerada por su trabajo y en otros solo es una guía para el empresario.

Durante su proceso de formación como empresarios emergentes, algunos han ido incorporando a integrantes de su familia en las operaciones administrativas y logísticas de la empresa, formando así empresas familiares, cuyo control operativo cae en manos del padre o del hijo, dejando a las mujeres (generalmente hijas) el área administrativa y/o creativa.

Respecto al segundo nivel de análisis se identificaron cuatro tipos de relaciones: con clientes y proveedores, con instituciones, con políticos y con otros actores. En cuanto a los clientes, según el estudio de campo se reconocen al menos cuatro tipos de clientes debido a las diversas funciones que los empresarios emergentes realiza; revendedores, comprador final, broker y empresarios emergentes. Sin embargo, en cualquiera de los cuatro tipos se observa una relación cercana e incluso de amistad entre los empresarios emergentes y sus clientes. Esta situación cambia un poco con los proveedores, hay dos tipos de proveedores; los regionales-nacionales y los extranjeros. Con los primeros se mantiene una relación amistosa, pero con los proveedores extranjeros las transacciones se realizan a través de intermediarios y solo existe una relación comercial.

Respecto a la relación con políticos, existe una limitada relación entre los empresarios emergentes y el Estado dado que, los programas o políticas de promoción industrial son limitadas, sin embargo, se observa una alta participación de estos empresarios en busca de puestos políticos. En cuanto la relación con las instituciones, pese a la existencia de

instituciones de alcance nacional enfocadas en la industria del vestido en la región, existe la falta de comunicación y el conflicto de interés entre ellas, esto ha influido en la escasa relación entre ellas y los empresarios emergentes.

En cuanto a la relación con otros actores, la primera relación que se vislumbra es entre empresarios emergentes, en el entorno regional se desarrollan relaciones estrictamente laborales entre empresarios del vestido, ya sea recomendándose con clientes y proveedores o proporcionándose trabajo entre ellos. El segundo actor que se distingue es el prestamista informal, este actor es fundamental en la industria regional del vestido debido a que el financiamiento informal se convirtió en la principal fuente de financiamiento por su fácil acceso. La importancia del prestamista informal permite cuestionar al sistema financiero formal y el difícil acceso al crédito formal al que se enfrentan los empresarios locales.

En el quinto capítulo, como parte del estudio del proceso de constitución del empresario emergente se analizó su capacidad de configuración dentro de un sistema en movimiento. Identificando de esta forma la reconfiguración del entorno del empresario emergente tehuacano y sus acciones de configuración, asimismo, se profundizó en como a través de dichas acciones el empresario emergente configura su entorno. En este sentido, se resaltaron las cuatro principales problemáticas que han modificado a la industria del vestido del 2000 al 2020.

En primer lugar, una de las reconfiguraciones más importantes tuvo lugar a partir de la crisis financiera de 2008. Esta crisis global agravó la crisis local de demanda de inicios de siglo, grandes empresas de la región redujeron su producción e incluso algunas cerraron operaciones y disminuyó la participación de la región en las cadenas globales de producción. Frente a esta problemática las acciones fueron cambiar la orientación del mercado al que se destinaba la producción, cambiar de giro temporalmente o la combinación de fuentes de ingreso.

La segunda problemática que experimentó la industria del vestido fue en los años recientes 2018-2019. Esta industria sufrió una fragmentación de actividades como parte de la subcontratación. Anteriormente las empresas eran subcontratadas para coser piezas completas, ahora las micro empresas ensamblan partes de una sola pieza. Esta división

provocó un incremento significativo de los micro establecimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir.

La mayoría de estos establecimientos industriales generalmente operan en la informalidad por lo que dicha reconfiguración productiva representa otra problemática; que es la escasez de mano de obra. Estos establecimientos al operar en la informalidad cuentan con la capacidad de pagar sueldos superiores semanales (netos) al promedio de la región debido que absorben una mayor proporción de la mano de obra disponible. Esta se reconoce como la tercera reconfiguración que surge de esta cuestión, donde la mano de obra industrial está siendo acaparada por las micro y pequeñas empresas informales. Ante esta reconfiguración no se ha producido una acción, sin embargo, esta investigación recomienda al Estado la regulación de empresas informales y a las instituciones con injerencia en la industria orientar a los propietarios de empresas en la transición hacia la formalidad, asimismo, establecer un tabulador salarial promedio regional.

La cuarta reconfiguración se relaciona con la crisis sanitaria provocada por el virus SARS CoV2 que estancó en buena medida la actividad productiva. Crisis que tuvo un doble efecto, primero una baja demanda debido al cierre de plazas comerciales, segundo, se dio un estancamiento de la oferta por el cierre de operaciones. Ante tales situaciones se tomaron dos medidas, vivir de ahorros y adaptarse a la demanda productiva: en este caso, la producción de cubrebocas y prendas de vestir para el sector de la salud resultó una solución.

Estas reconfiguraciones permiten observar como **el empresario emergente se ha constituido en un entorno en constante movimiento generado por alteraciones espontáneas y por sus mismas acciones**. Además de las acciones emprendidas ante dichas problemáticas, **los empresarios emergentes han recurrido a nuevas estrategias para garantizar su permanencia como división de servicios productivos (producir prenda de marca propia y manufacturar o crear diseños para terceros), externalización de ciertas fases productivas (producción o servicio de diseño), rápida circulación de comercialización (a través de tianguis, ventas en línea y tiendas físicas) y diseños de prendas en tendencia**.

La estrategia de externalización de servicios es una práctica que llamó la atención al reconfigurar el proceso productivo en serie tradicional y visibilizar la

fragmentación industrial a nivel regional, dando origen a tres configuraciones productivas emergentes. En cada una de las configuraciones, incluso en el tradicional, es el empresario emergente quien toma todas las decisiones de su empresa: compras, ventas, aprueba diseños de prendas, subcontrata y acuerda salario, entre otras decisiones más.

En las configuraciones productivas emergentes se encontró la subcontratación de un Centro de Diseño, encargado de realizar todo el proceso desde el diseño hasta el empaque de la prenda. Por otra parte, hay empresarios que, además de subcontratar costura, revisión y empaque; cuenta con dos empresas en las que subdivide el proceso productivo. Asimismo, **las configuraciones revelan la combinación de subcontratación de trabajo presencial y en modalidad home office.** Cabe destacar que la fragmentación de actividades productivas no solo se separa por áreas, sino que las actividades de una misma área pueden realizarse en empresas diferentes.

Esta tesis además de caracterizar al empresario emergente identificó su estructura económica, política y social. En cuanto a lo económico, **los empresarios emergentes declaran tener un margen de utilidad bajo, incluso algunos reconocen tener pérdidas y estar a punto de ir a la quiebra.** Además, se reconoce que **el margen de ganancia de una prenda de marca propia es 10 veces mayor que una prenda confeccionada por un tercero, pese a estas condiciones están expuestos a bajas utilidades.**

ÁREAS DE ESTUDIO A PARTIR DE ESTA INVESTIGACIÓN

A partir del trabajo de campo y de los resultados de la investigación se visibilizaron otros **temas para futuras investigaciones**, mismos que requieren de un mayor análisis y que se enlistan a continuación:

- **Poca presencia de empresarias emergentes.** Aunque las esposas o madres de los empresarios emergentes ejercen un papel importante en el proceso de su conformación empresarial, es el hombre el que ocupa el rol principal. Por lo tanto, no se reconoce el papel fundamental de las mujeres. Además, se localizó mayor participación de mujeres en funciones productivas como obreras y en actividades intermediarias como brokers. Por consiguiente, vale la pena profundizar en el papel que cumplen las mujeres, en sus diferentes roles y puestos.

Resaltando que la figura del broker dentro de la cadena productiva se encuentra en un nivel superior al de aquellas actividades de ensamble. Esta línea de investigación se sitúa en la discusión de nuevas formas de autoempleo en el trabajo femenino informal.

- **Fortalecimiento de la cadena regional de producción.** Con la fuga de capitales industriales de inicios de siglo que se agravó en 2008, la externalización de la producción se orientó a otros países, con lo cual, la región perdió relevancia en la cadena global de producción. Esta situación propició que la cadena productiva regional se fortaleciera debido a la reorientación de producción hacia el mercado nacional. Este es un tema que requiere un estudio más amplio.
- **Financiamiento de la micro, pequeñas y medianas empresas de la industria del vestido.** Los créditos informales resultan ser una herramienta integral para los propietarios de empresas debido a su fácil acceso, por lo que este tipo de financiamiento se ha convertido en una medida recurrente en la industria del vestido regional. Analizar y cuestionar al sistema financiero formal respecto al alcance de micro y pequeños establecimientos requiere de un estudio exhaustivo.
- **Competencia desleal de productos chinos.** Uno de los principales problemas que enfrentan los productores nacionales son las importaciones de prendas de vestir chinas. La producción regional no es competitiva frente a estas mercancías en términos de precio, aunque la calidad nacional sea mejor los clientes prefieren comprar lo más barato que oferta el mercado chino. Ante esta disyuntiva se recomienda la regulación de importaciones de prendas de vestir, asegurando un entorno comercial equitativo, así como la ampliación de este análisis.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceves, J. (2014). *Representaciones sociales en torno al maíz dentro del mercado la purísima en Tehuacán, Puebla*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Alba, C. (1996). Los empresarios y el Estado durante el Salinismo. *Foro Internacional XXXVI-I-2*, 31-79.
- Alba, C. (2006). Los empresarios y la democracia en México. *Foro Internacional XLVI-1*, 122-149.
- Almaraz, A. (2007). El boom de las empresas extranjeras en el valle de Mexicali. Efectos en las relaciones empresariales locales (1912-1930). *Frontera Norte Vol.19 núm.37*, 113-142.
- Alonso, J. (2010). El impacto laboral del TLCAN en la secular industrial del vestido poblana. *Observatorio Laboral Revista Venezolana, vol. 3, núm. 6*, 103-131.
- Alonzo, J. (2011). Evolución de la industria del vestido en Yucatán en el marco de las cadenas globales de valor. *Revista de economía Vol.28 núm.76*, 106-129.
- Alonzo, J. (2015). *DINÁMICAS TERRITORIALES Y DESARROLLO EN UN CONTEXTO DE GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA. EL CASO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN YUCATÁN*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Arriola, C., & Galindo, J. (1984). Los empresarios y el estado en México (1976-1982). *Foro Internacional XXV-2*, 118-137.
- Arroyo, M., & Cárcamo, M. (2010). La evolución histórica e importancia económica del sector textil y del vestido en México. *Economía y Sociedad XIV (25)*, 51-68.
- Basave, J. (2001). *Un siglo de grupos empresariales en México*. México: UNAM-Ediciones Miguel Ángel Porrúa.
- Bazant, J. (1964). Evolución de la industria textil poblana (1554-1845). *Historia Mexicana*13(4), 473-516.

- Canto, R. (2011). Competitividad y cohesión social. El caso de la industria del vestido en Yucatán. *Estudios Sociales Vol. 19 núm. 38*, 223-.
- Carrillo, J. (2009). ¿Cómo interpretar el modelo de maquila? Cuatro décadas de debate. En M. d. Barajas, G. Grijalva, B. Lara, L. Velázquez, L. I. Rodríguez, & M. Z. (coords.), *Cuatro décadas del modelo maquilador en el norte de México* (págs. 81-108). México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Castilla, B., & Torres, B. (2010). Crisis sobre crisis en la industria maquiladora de exportación y sus consecuencias en la ocupación. El caso de Yucatán. *El Cotidiano, N. 162*, 43-56.
- Castillo, I. (2018). *Reestructuración productiva y eficiencia colectiva. La experiencia de la industria del vestido de Tehuacán, Puebla*. Tijuana, México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Castro, D., & Favila, A. (2019). Productividad y competitividad de la industria textil y de la confección de México: un análisis con China, 1995-2011. *Revista Nicoláita de Estudios Económicos, Vol. XIV N.1*, 95-109.
- Cerutti, M. (1999). Empresarios españoles en el norte de México (1850-1912). *Revista de Historia Económica XVII núm. especial*, 143-189.
- Cerutti, M. (2001). propietarios, empresarios y Estado-Nación en el norte de México (1850-1920). *Travesía núm.5/6*, 29-42.
- Cerutti, M. (2018). Los Zambrano (en y desde Monterrey), perfil y protagonismo de una influyente familia empresarial. En A. A. Coords., *Familias empresariales en México, sucesión generacional y continuidad en el siglo XX* (págs. 95-134). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Cota, R. (2012). *Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección el caso de Zapotlanejo, Jalisco*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- De la Garza, E. (1992). *Crisis y sujetos sociales en México*. México: Ed. Miguel A. Porrúa.
- De la Garza, E. (2012). El trabajo no clásico y la ampliación de los conceptos de la Sociología del Trabajo. *Revista de Trabajo. Dinámica del trabajo en el mercado de la incertidumbre global, Año 8, Núm. 100*, 109-124.
- De la Garza, E. (2015). *Alteraciones desde el configuracionismo del objeto de investigación*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- De la Garza, E. (2018). *La metodología configuracionista para la investigación*. Barcelona/México: Editorial Gedisa, S.A./UAM-I.
- De la Garza, E., & Leyva, G. (2012). *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Díaz, H., Corona, M., & Mayett, Y. (2013). Los retos de las empresas familiares ante su continuidad: caso Tehuacán. *Revista Internacional Administración y Finanzas 6(1)*, 1-22.

- Díaz, P. (2009). *Capitalistas y empresarios: El mercado de la función empresarial*. España: Universidad de Alicante.
- Duménil, G., & Lévy, D. (2018). *Managerial Capitalism. Ownership, Management and the Coming New Mode of Production*. London: Pluto Press.
- Durr, E. (1987). *El empresario schumpeteriano en la teoría del desarrollo económico*. Alcalá de Henares, España: Universidad de Alcalá.
- Flores, M. (2010). *Procesos de proletarización. Generación y género en la dinámica del sistema putting out de la industria maquiladora en la región de Tehuacán, Puebla*. México: CIESAS.
- Flores, M. (s.f.). *La desechabilidad de la fuerza de trabajo femenina en las maquiladoras de prendas de vestir: el caso de la maquiladora Dyc Bikini*. México.
- Galindo, J. (2002). *The persistence of the Economic Elite in the Mexican Federal District in the Twentieth Century: The case of the Jean Family*. Oxford: Universidad de Oxford.
- Galindo, J. (2017). *A French migrant business network in the period of export-led growth (ELG) in Mexico: The case of the Barcelonnettes*. Taylor & Francis Group.
- Gamboa, L. (2004). La constancia mexicana. De la fábrica, sus empresarios y sus conflictos laborales hasta los años de la posrevolución. *Tzintun. Revista de Estudios Históricos* núm. 39, 93-112.
- García, S. (2018). *El proceso de constitución empresarial y su relación con la definición de estrategias para el establecimiento de relaciones socioproductivas, en la industria textil y del vestido en Aguascalientes*. México: UAA.
- Gereffi, G. (2000). *El tratado de libre comercio de América del Norte en la transformación de la industria del vestido: ¿bendición o castigo?* Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Gereffi, G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. *Problemas del Desarrollo* Vol.32 núm.125, 9-37.
- Gereffi, G., & Bair, J. (2001). Local clusters in global chains: The causes and consequences of export dynamism in Torreon's blue jeans industrial. *World Development* Vol.29 núm.11, 1885-1903.
- Gil, L. (2010). *Actuales formas laborales y acción de los trabajadores: un estudio en Villa Hidalgo, Jalisco*. Jalisco: UAA.
- Hernández, L. (2011). Heterogeneidad laboral y transformaciones territoriales en el mundo rural contemporáneo del valle de Tehuacán, Puebla. *El trabajo en la crisis. Desafíos y oportunidades*. Mérida: VII Congreso Nacional Asociación Mexicana de Estudios del Trabajo.
- Hernández, M. (2003). La reestructuración productiva en Aguascalientes. En M. Hernández, *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales. Tres estudios de caso en Aguascalientes* (págs. 100-119). México: Plaza y Valdés/UAA.

- Hernández, M. (2004). *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales. Tres estudios de caso en Aguascalientes*. México: UAA/Plaza y Valdés.
- Hernández, M. (2006.a). Perspectiva sociológica de los actores empresariales. En E. De la Garza, *Tratado latinoamericano de Sociología* (págs. 209-227). Barcelona, España: Anthropos.
- Hernández, M. (2006.b). Los estudios empresariales en América Latina: Balance y alternativas de análisis. En E. (. De la Garza, *Teorías sociales y estudios del trabajo* (págs. 158-191). Barcelona/México: Anthropos/UAM-I.
- Hernández, M. (2006.c). La estructura del empresariado en México: un análisis para el sector público y privado. En E. d. Salas, *La situación del trabajo en México* (págs. 437-458). México: UAM, IET, CASSI, AFL-CIO, Plaza y Valdés.
- Hernández, M. (2010). Estrategias empresariales y cultura obrera en la maquila. En E. d. (Coords.), *Trabajo, identidad y acción colectiva* (págs. 201-226). México: Plaza y Valdés, S.A de C.V.
- Hernández, M. (2012). *Estrategias Empresariales de subcontratación internacional: La influencia de las configuraciones culturales y subjetivas*. México: Plaza y Valdés Editores.
- Hernández, M. (2015). Empresas y empresarios. Los estudios del trabajo en Colombia y América Latina: resultados y desafíos. *Evento previo al VIII Congreso Latinoamericano de Estudios del Trabajo*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, L., & Rosales, R. (2011). Hacia el constructivismo geográfico rural. Pertenencias y cambios en el territorio, El Valle de Tehuacán, Puebla. *Espacialidades 1(1)*, 205-233.
- Juárez, H. (2002). *La industria maquiladora de confección de prendas de vestir en México*. México: Centro de Investigación y Estudios de Posgrado.
- Juárez, H. (2004). *Allá... donde viven los más pobres: Cadenas globales-regiones productoras en la industria del vestido*. México: UOM/BUAP/UG/UM.
- Kosík, K. (1967). *Dialéctica de la concreto*. México: Editorial Grijalbo, S. A.
- López, S. (s.f.). *Globalizados y precarios. Trabajadores de la industria de la confección en tres regiones de México*. México.
- Luna, M. (1986). El nuevo discurso empresarial. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales Vol. 32 núm. 124*, 23-32.
- Luna, M., & Puga, C. (2006). Los estudios sobre los empresarios y la política. Recuento histórico, líneas de investigación y perspectivas analíticas. *Trabajo y Reestructuración: Los retos del Nuevo Siglo*. Acatepec, Morelos: V Congreso Nacional AMET 2006.
- Luxemburg, R. (1913). *La acumulación del capital*. Edicions internacionals Sedov.

- Mandel, E. (1971). *Tratado de economía marxista. Tomo II*. México: Ediciones Era.
- Marichal, C. (2006). Historia de Empresas e Historia Económica en México: Avances y Perspectivas. *Trabajo y Reestructuración: Los Retos del Nuevo Siglo*. Oaxtepec, Morelos: V Congreso Nacional AMET.
- Martínez de Ita, M. (2004). Las maquiladoras del estado de Puebla. *Comercio Exterior Vol.54 núm.4*, 336-342.
- Martínez de Ita, M. (2005). Condiciones de trabajo en la industria del vestido en Puebla: 1996-2002. *Aportes Año X núm.28*, 5-34.
- Martínez de Ita, M., Sánchez, G., & Campos, G. (2005). La industria maquiladora de exportación en el estado de Puebla. En E. d. Garza, *Modelos de producción en la maquiladora de exportación: La crisis del Toyotismo Precario* (págs. 297-321). México: UAM, Plaza y Valdez Editores.
- Martínez, R. (2018). Tehuacán: los indígenas que alguna vez compraron sus derechos ciudadanos. *Nueva antropología 31(89)*, 43-65.
- Marx, K. (1975.a). *El Capital Tomo I Vol 1*. México: Siglo XXI Editores, S. A. de C.V.
- Marx, K. (1975.b). *El Capital Tomo I Vol 3*. México: Siglo XXI Editores, S. A. de C.V.
- Marx, K. (1976). *El Capital Tomo III Vol. 6*. México: Siglo XXI editores, S.A. de C.V.
- Marx, K. (2005). *La tecnología del capital. Subsunción formal y subsunción real del proceso de trabajo al proceso de valorización (Extractos del Manuscrito 1861-1863)*. México: Editorial Itaca.
- Marx, K. (2007). *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política. Borrador 1857-1858*. México: Siglo XXI editores, S.A. de C.V.
- Marx, K. (2009.a). *El Capital. El proceso de circulación del capital Tomo II Vol. 5*. México: Siglo XXI editores, S. A. de C. V.
- Marx, K. (2009.b). *El capital. El proceso global de la producción capitalista Tomo III Vol. 6*. México: Siglo XXI editores, S. A. de C. V.
- Matus, M., Carrillo, J., Gomis., R. (2018). Empresas multinacionales, derramas de conocimiento y spin-off en México. ¿El país de origen hace la diferencia?. *Perfiles latinoamericanos 26 (52)*, 1-21.
- Maya, C. (1987). La industria de transformación en México. Grandes plantas y estructura de la competencia. México: UNAM.
- Maza, O., & García, S. (2016). ¿Cuál racionalidad? Las racionalidades en las micro unidades de la industria de la confección en Aguascalientes. *Ciencia desde el Occidente vol.3 núm.2*, 20-31.
- Maza, O., & Ortiz, D. (2016). El trabajo atípico y los atípicos empresarios. Una lectura desde el género. En E. B. Coords., *El quehacer de la Universidad ante los problemas complejos: la propuesta interdisciplinaria* (págs. 205-224). México: UAQ/UNAM.

- Maza, O., García, A., & Pérez, A. (2014). Estrategias de los empresarios atípicos, ¿atípicas? En O. M. Coord., *Estudios sobre el trabajo en la región de México* (págs. 181-218). México: UAA.
- Minian, I., Martínez, Á., & Ibáñez, J. (2017). Cambio tecnológico y relocalización de la industria del vestido. *Revista Problemas del Desarrollo Vol. 188 núm. 48*, 140-164.
- Muñiz, I. (2014). *Consecuencias de la incorporación de la industria del vestido y la confección como estrategia de desarrollo en la región de Tehuacán, Puebla, México*. Puebla, México: Colegio de Postgraduados.
- Muñiz, I., Ramírez, B., & José, J. (2010). De campesino a obrero: transformación de la vida cotidiana en la industria maquiladora de Tehuacán, Puebla. En Á. V. Gustavo Rojo, *Aportes desde la Psicología y Sociología a la ruralidad* (págs. 65-86). México: UAIM/ Centro de investigaciones en Alimentación y Desarrollo, A.C.
- Neffa, J., & De la Garza, E. (2010). Modelos económicos, modelo productivo y estrategias de ganancia: conceptos y problematización. En J. N. Garza, *Trabajo y modelos productivos en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.
- Palacios, L. (2018). Grupo Salinas: formación empresarial de cuatro generaciones. En A. A. Coords., *Familias empresariales en México, sucesión generacional y continuidad en el siglo XX* (págs. 255-296). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Puga, C. (1989). Empresario: un concepto útil. *Estudios Políticos; NVa. Época Vol. 8 núm. 1*, 53-57.
- Ramírez, L. (2018). El cedro y la ceiba. La extraordinaria y venturosa historia de una familia de empresarios libaneses en tierras mayas. En A. A. Coords., *Familias empresariales en México, sucesión generacional y continuidad en el siglo XX* (págs. 177-226). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Romero, M. (2003). La historia empresarial. *HMex LII-3*, 805-829.
- Romero, M. (2018). Del pequeño almacén a los negocios financieros. Tres sucesiones exitosas en una familia empresaria: Grupo Coppel, 1940-2010. En A. A. Coords., *Familias empresariales en México, sucesión generacional y continuidad en el siglo XX* (págs. 227-254). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Sánchez, G., Martínez de Ita, M., Campos, G., y Corte, P. (2014). La reforma a la Ley Federal del Trabajo: estableciendo los normas de precariedad. Las evidencias de la subcontratación. En S. P. Paulina Chávez, *Visión crítica de la reforma laboral. Un análisis multidisciplinario* (págs. 175-202). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Santiago, E. (2009). Globalización, migración y trabajo en la capital de blue jeans. Las mujeres trabajadoras de maquiladoras en el sur de Puebla. *Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre núm. 55*, 16-30.
- Santiago, E. (2011). *"Para ser maquilador se necesita no tener corazón": Neoliberalismo y diversificación empresarial en la industria maquiladora del vestido del sur de Puebla*. Jalisco: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

- Santiago, R. (2010). *La industria del vestido de Tehuacán en tiempos de crisis*. México: Red Solidaridad de la Maquila.
- Santos, M. (1997). *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Madrid, España: Alianza Editorial, S. A.
- Schumpeter, J. (1967). *Desarrollo económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1997). *Teoría del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sosa, M., & Rangel, G. (2007). Análisis del desarrollo económico del municipio de Tehuacán, Puebla y líneas de acción para su desarrollo local. *Revista Mundo XXI*, 46-59.
- Tarín, A., y Rivas, J. (2018). *La clase trabajadora ¿Sujeto de cambio en el siglo XXI?* Madrid, España: Siglo XXI de España Editores, S. A.
- Valerio, M. (1995). *El sector textil y la industria del vestido en el tratado de libre comercio*. Xalapa, Ver.: Universidad Veracruzana. Monografía.
- Ventura, M. (2006). La industrialización en Puebla, México, 1835-1976. *Encuentro de Latinoamericanistas Españoles: Viejas y nuevas alianzas entre América Latina y España*, 650-662.
- Zabludovsky, G. (1993). Mujeres empresarias y participación política en México. *Revista de las especialidades de ciencia política y administración pública*, 173-196.
- Zemelman, H. (1989). *Crítica epistemológica de los indicadores*. México: El Colegio de México.
- Zemelman, H. (2000). *Conocimiento y sujetos sociales. Contribución al estudio del presente*. México: El Colegio de México.
- Zemelman, H. (2010). Sujeto y subjetividad: la problemática de las alternativas como construcción posible. *Revista de la Universidad Bolivariana Vol.9, N°27*, 355-366.
- Zemelman, H. (2011). *Los horizontes de la razón III. El orden del movimiento*. Barcelona: Anthropos.

ANEXOS

Anexo 1. Datos particulares de los municipios de estudio.

1. Tehuacán

El municipio de Tehuacán es el segundo municipio más poblado del estado. De acuerdo con cifras del INEGI, en 2020 el municipio contaba con una población de 327,312 habitantes de los cuales el 47.2% era hombres y el 52.8% eran mujeres.

En términos económicos, Tehuacán se ha destacado por su participación industrial y exportadora. Según datos de la Secretaría de Economía en 2021, las principales ventas internacionales del Municipio fueron Trajes para Hombres o Niños, Conjuntos, Chaquetas, Blazers y Pantalones (US\$105M), Trajes Sastre, Conjuntos, Chaquetas, Vestidos, Faldas, Faldas Pantalón, Pantalones Largos, Excepto de Baño, para Mujeres o Niñas (US\$39.1M) y Tomates Frescos o Refrigerados (US\$36.4M). Los principales destinos de ventas internacionales fueron Estados Unidos (US\$182M), Canadá (US\$1.72M) y Honduras (US\$1.25M).

En cuanto a las principales importaciones destacan el Maíz (US\$162M), los Tejidos de Algodón (US\$26.64M). Los principales países de origen de las compras internacionales fueron Estados Unidos (US\$192M), China (US\$12.5M) e Italia (US\$3.17M). Respecto a las unidades económicas, según datos del Censo Económico 2019 el 73.6% del total de unidades se concentró en los sectores de comercio al por menor (8,364 unidades/42.9%), Industrias Manufactureras (3,378 unidades/17.3 %) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (2,610/13.4%).

En términos de empleo, de acuerdo con el Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica en Tehuacán fueron Industrias Manufactureras (19,098 empleados/27%), Comercio al por Menor (17,558 empleados/24.8%) y Servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos y Desechos, y Servicios de Remediación (8,652 empleados/12.2%).

2. Ajalpan (101)

En 2020, de acuerdo con cifras del INEGI, el municipio de Ajalpan contaba con una población de 74,768 habitantes de los cuales el 48.4% era hombres y el 51.6% eran mujeres.

En cuanto al comercio internacional de Ajalpan no se cuenta con datos. Respecto a las unidades económicas, según datos del Censo Económico 2019 el 87.65% del total de unidades se concentró en los sectores de Industrias Manufactureras (2,371 unidades/56.8%) comercio al por menor (978 unidades/23.4%), y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (311 unidades/7.45%).

Los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica, de acuerdo con el Censo Económico 2019, fueron Industrias Manufactureras (8,031 empleados/70.5%), Comercio al por Menor (1,725 empleados/15.1%) y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (644 empleados/ 5.65%).

3. San Gabriel Chilac (124)

De acuerdo con cifras del INEGI, en 2020 el municipio de San Gabriel Chilac contaba con una población de 15,954 habitantes de los cuales el 47.4% era hombres y el 52.6% eran mujeres. En cuanto al comercio internacional no se cuenta con datos. Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en San Gabriel Chilac fueron Industrias Manufactureras (600 unidades/43.9%) comercio al por menor (441 unidades/32.2%), y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (129 unidades/9.43%).

En términos de empleo, de acuerdo con el Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica en San Gabriel Chilac fueron Industrias Manufactureras (1,501 empleados/53%), Comercio al por Menor (688 empleados/24.3%) y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (263 empleados/ 9.29%).

4. Altepexi (013)

En 2020, de acuerdo con cifras del INEGI, el municipio de Ajalpan contaba con una población de 22,629 altepexanos de los cuales el 48.1% era hombres y el 51.9% eran mujeres. No se cuentan con datos del comercio internacional de Altepexi. En términos económicos, según datos del Censo Económico 2019 el 87.2% del total de unidades se concentró en los sectores de Industrias Manufactureras (888 unidades/38.6%) comercio al por menor (884 unidades/38.4%), y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (235 unidades/10.2%).

Los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica, de acuerdo con el Censo Económico 2019, fueron Industrias Manufactureras (3,126 empleados/53.3%), Comercio al por Menor (1,532 empleados/26.1%) y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (505 empleados/ 8.61%).

5. Santiago Miahuatlán (149)

De acuerdo con cifras del INEGI, en 2020 el municipio de Santiago Miahuatlán contaba con una población de 30,309 habitantes de los cuales el 48.4% era hombres y el 51.6% eran mujeres. En cuanto al comercio internacional no se cuenta con datos. Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Santiago Miahuatlán fueron Comercio al por Menor (497 unidades/51.8%), Industrias Manufactureras (220 unidades/22.9%) y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (89 unidades/9.28%).

En términos de empleo, de acuerdo con el Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica en Santiago Miahuatlán fueron Industrias Manufactureras (1,660 empleados/46.4%), Comercio al por Menor (986 empleados/27.6%) y Comercio al por Mayor (342 empleados/9.56%).



BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

**DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E**

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

Itzel Castillo González

Titulada:

**CRECIENDO ENTRE COSTURAS: EMPRESARIOS EMERGENTES EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN,
PUEBLA (2000-2023)**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., a 20 de noviembre de 2024

**Dr. Germán Sánchez Daza
Director de Tesis**



BUAP

Oficio No. SIEP - DEPD-1119/2025
Asunto: **Autorización de impresión**

ITZEL CASTILLO GONZÁLEZ
DOCTORADO EN ECONOMÍA POLÍTICA DEL DESARROLLO
PRESENTE

Por este conducto reciba un cordial saludo, asimismo y de la manera más atenta hago de su conocimiento que se autoriza la impresión de su trabajo de TESIS titulado:

**“CRECIENDO ENTRE COSTURAS: EMPRESARIOS EMERGENTES
EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN, PUEBLA (2000-2023)”**

Toda vez que ha presentado la liberación del director de Tesis y la comisión revisora se ha pronunciado en el mismo sentido.

Sin más por el momento, quedo de Usted.

Atentamente

"Pensar bien, para vivir mejor"

H. Puebla de Z., 24 de septiembre de 2025

Dr. Juan Isaias Aguilar Huerta

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado



c.c.p. Archivo
Dr.JIAH/ cmtip*



BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

**DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E**

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

Itzel Castillo González

Titulada:

**CRECIENDO ENTRE COSTURAS: EMPRESARIOS EMERGENTES EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN,
PUEBLA (2000-2023)**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

A T E N T A M E N T E

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., a 20 de noviembre de 2024

**Dra. María Eugenia Martínez de Ita
Revisora**



BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

**DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E**

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

Itzel Castillo González

Titulada:

**CRECIENDO ENTRE COSTURAS: EMPRESARIOS EMERGENTES EN LA REGIÓN DE TEHUACÁN,
PUEBLA (2000-2023)**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., a 20 de noviembre de 2024

**Dr. Jorge Romero Amado
Revisor**



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ECONOMÍA

DOCTORADO EN ECONOMIA POLITICA DEL DESARROLLO

SE APRUEBA LA TESIS:

CRECIENDO ENTRE COSTURAS: EMPRESARIOS EMERGENTES EN LA
REGIÓN DE TEHUACÁN, PUEBLA (2000-2023)

DE LA ESTUDIANTE
ITZEL CASTILLO GONZÁLEZ

VOTO REVISOR 1:

DR. ALFREDO GARCÍA
GÜEMEZ

VOTO REVISOR 2:

DRA. NAXEAI LUNA MÉNDEZ

VOTO REVISOR 3:

DR. JUAN REYES ÁLVAREZ

VOTO REVISOR 4:

DRA. MARÍA EUGENIA
MARTÍNEZ DE ITA

VOTO REVISOR 5:

DR. JORGE ROMERO AMADO