

LOS TALLERES FAMILIARES Y EL TIANGUIS DE CHICONCUAC, MÉXICO: UN SISTEMA ECONÓMICO SUSTANTIVO

JESÚS SALES COLÍN
TOMAS MARTÍNEZ SALDAÑA

Introducción

Desde los 1940 la población de Chiconcuac, a pocos kilómetros de Texcoco, en el Estado de México, inició una serie de adaptaciones socioculturales para ajustarse al agotamiento de los recursos naturales del lago de Texcoco. Esto se debió al nuevo modelo económico de desarrollo emprendido por el Estado mexicano, para evitar las inundaciones de la Ciudad de México. Las estrategias de adaptación sociocultural de la comunidad fueron: (1) recolección, caza, pesca, agricultura, manufactura de artesanías textiles de lana y algodón, contratación como peones en haciendas; (2) proletarización de la población migrando a la Ciudad de México, (4) Surgimiento de ejidos y perforación de pozos para agricultura de irrigación y (5), a mediados de los 1950, la modernización de los talleres familiares artesanales hacia la industria domiciliar de maquila de ropa, ha sido la forma en que la población se ha ajustado a los cambios, lo que ocurre también en otras regiones del país (González Jácome 1991 y 2008; Magazine y Martínez 2010:17-8). Los materiales que se manejan en este escrito corresponden a investigaciones realizadas entre el 2013 y el 2014.

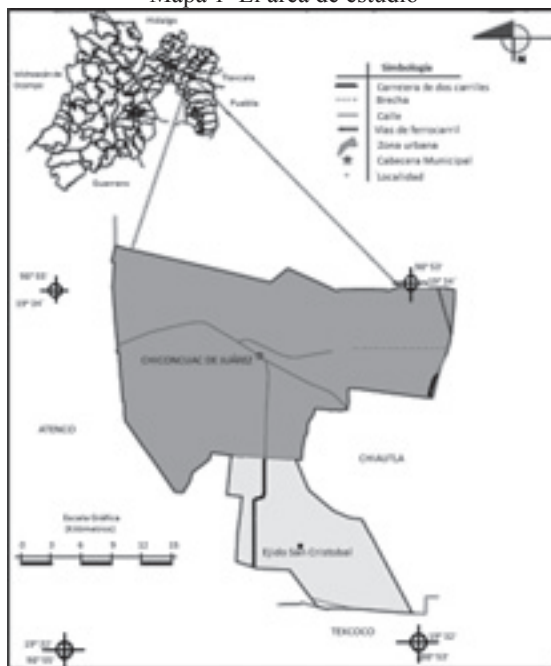
Se identifican en esta etapa las fuentes de origen de los talleres familiares y difusión de la maquila de ropa en la comunidad: (1) tradición prehispánica de manufactura de textiles de fibras naturales de maguey y algodón (¿1530?); (2) trabajadores de obrajes en haciendas ganaderas de la región durante el virreinato y época independiente hasta la revolución (1530-1920). (3) Formación de talleres artesanales familiares (1920-1940). (4) Modernización de talleres familiares (1940-1979), esta etapa embrionaria se mantuvo hasta finales de 1969, con la inauguración del sistema de carreteras del oriente de la cuenca de México y, cinco años después de que termina la segunda etapa del programa bracero a la Unión Americana y se iniciara el programa de maquila en la frontera norte del país, dando auge a la industria del vestido en México. (5) Crecimiento del tianguis y formación de maquila (1979-1999); (6) internacionalización del tianguis “el sistema económico sustantivo” (1999-2014). Esta situación condicionó la industria domiciliar de maquila de ropa en Chiconcuac y otros municipios como Santa Cruz Atizapán, además de Santa Anna Chiautempan, posicionándose como principal forma de subsistencia económica.

Vinculadas con una cadena de producción de la industria de fibras-vestido, las empresas locales grandes han formado una red de producción y comercio, desagregando los procesos de producción hacia empresas o talleres familiares quienes producen, cosen, planchan y lavan bajo un sistema de producción campesino, quienes satisfacen la demanda desde el nivel local hasta el internacional articulando el tianguis de Chiconcuac con otros mercados. Esta red de comercio fomenta otros sectores de la economía en la región de Texcoco.

El área de estudio

San Miguel Chiconcuac y el municipio al que pertenece, Chiconcuac de Juárez, está localizado a pocos kilómetros de la ciudad de Texcoco, centro político y administrativo de la región. Chiconcuac es un pueblo de origen prehispánico. Se localiza al noroeste del Estado de México en el polígono latitud norte 19° 32' 08'' a 19°34'10'' y longitud oeste 98° 52' 45'' a 98° 54' 40''; a una altitud promedio de 2,246 msnm con una superficie de 7.4 km², es uno de los 125 municipios del Estado de México y uno de los municipios ribereños del extinto Lago de Texcoco. Limita al norte y al este con los municipios de Atenco y Chiautla, al sur con Texcoco y al oeste con Atenco (INEGI 2014).

Mapa 1 El área de estudio



Fuente: INEGI 2014

El método

El estudio sobre el que se basa la información de este artículo, inició en noviembre de 2012 hasta agosto del 2014. Se aplicó la metodología propuesta por la ecología cultural (Steward 1963), para el estudio de las adaptaciones socioculturales de la comunidad al ambiente a través del tiempo. La aplicación de los niveles de integración sociocultural proporcionó el grado de interdependencia que guardan los talleres familiares y el tianguis de Chiconcuac, desde lo local hacia lo global.

Se aplicaron: entrevistas abiertas y dirigidas a personas clave de la comunidad como funcionarios del Ayuntamiento, campesinos y emprendedores de la industria de la maquila de ropa. La observación participante se realizó en el área rural y en talleres de manufactura. Para el estudio de la región, se tomó como unidad de análisis la cuenca, para el conocimiento del área empleando cartas topográficas y percepción remota y recorridos de campo. De estas temporadas de investigación han surgido varios escritos, que se anotan en la bibliografía.

La industria del vestido en México:

El siglo XXI puede ser considerado el punto clímax del proceso de crecimiento y expansión del capitalismo, donde la industria del vestido ilustra el nivel de concentración en las capitales de la moda Nueva York, Hong Kong, Londres, París, Los Ángeles, Milán, Sidney, Miami, Barcelona y Madrid, del diseño, los materiales, la calidad, la distribución y el consumo, articulando a las demás naciones en los procesos de producción y comercio como México. Históricamente, en los últimos 500 años, la región centro del país ha sido su eslabón integrador al mercado mundial. La segunda mitad del siglo XX, se ha caracterizado por una transición acelerada y caótica en que se creía en la modernización y abandono de ancestrales estructuras sociales y económicas, sobre las que, de acuerdo a algunos estudios, se sostiene el sistema económico hegemónico, sobre una estructura social y económica que puede ser confundida con explotación o esclavismo moderno, percibibles en la cadena industrial de la fibra-textil-vestido, nombrada por la antropología social británica como economía sustantiva.

La importancia económica de este sector apenas ronda en promedio al 1.5% del PIB y no supera el 7% del manufacturero en los últimos 15 años. No obstante, en cuanto al número de empresas y trabajos remunerados se estima, de acuerdo al año y las tendencias, del orden de las 13 mil empresas, aproximadamente un 65% de todas las unidades económicas del ramo, que dan empleo en promedio, a medio millón de personas. De esta forma, la estructura de la industria nacional no difiere significativamente, en cuanto al tamaño de la empresa y número de trabajadores, con la de Estados Unidos, Europa y otras naciones. Respecto al tipo de mercado de consumo de los productos, tampoco hay mayores distinciones, siendo las tiendas, centros comerciales, almacenes y mercados sobre ruedas o tianguis, para México, formales e informales donde se comercia, como ocurre con el mercado / tianguis de Chiconcuac.

Antecedentes históricos

Las relaciones y articulación de Chiconcuac con la sociedad mayor y los procesos industriales de agricultura, la manufactura de textiles y prendas de vestir de fibras vegetales, como el algodón y el maguey, tiene orígenes prehispánicos. Inicialmente como tributarios de los mexicas y la Triple Alianza. Continuó posteriormente en la época virreinal, con la instalación de haciendas y ocho obrajes en la zona. Desde 1530 la zona era productora de ganado menor, ovejas laneras para la

manufactura de textiles; empleaban además otras fibras, como el pelo de res, de burro y el algodón, cuya producción era muy localizada por falta de vías de comunicación.

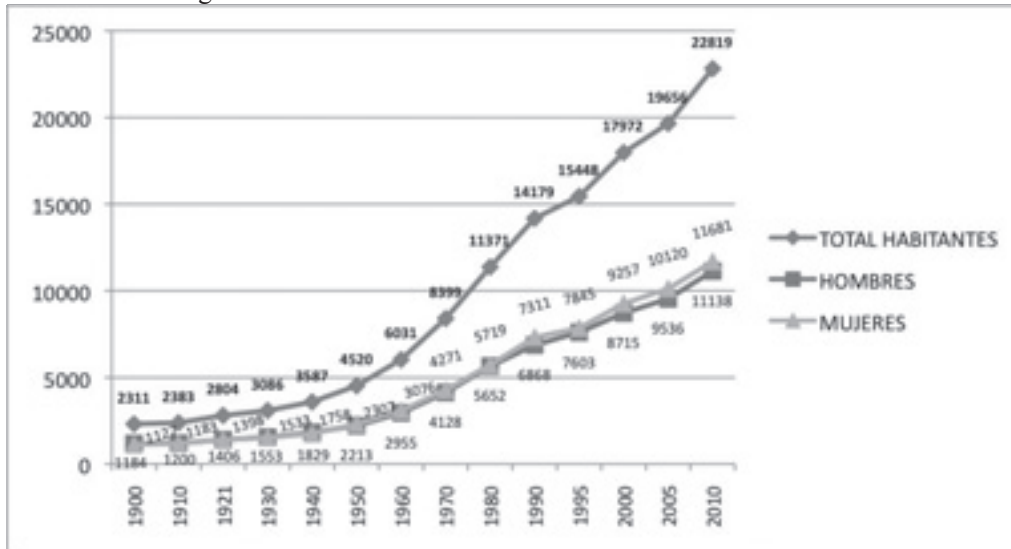
Durante la época independiente el cierre y abandono de la vieja industria española en la región, originó el abatimiento de los textiles de lana y el incremento de los de algodón. Desde 1837 los hilados de Puebla, producto de la presencia inglesa en México, los sustituyeron. Los procesos de Reforma, con las leyes de Desamortización (1854) y Nacionalización (1859), despojaron a Chiconcuac de sus tierras –que se remataron- además de los montes y cuerpos de agua. El pueblo quedó rodeado por la hacienda La Grande y Anexas, del municipio de Atenco, que concentró para finales del siglo XIX y principios del XX, 4 mil 662 hectáreas de tierra cultivable, regada por los ríos Jajalpango y Papalotla. En esa tierras se sembraban magueyes, maíz, frijol y alfalfa y trabajaban los habitantes del pueblo como medieros -o peones- en el tiempo de siembra. El resto del año los agricultores continuaban con su producción manufacturera y comercial de textiles y ropa de lana, principalmente (Domenech 1979:185, 191, 199, 201; Gibson:83, 361).

Durante el movimiento social de 1910 hasta los primeros años de la década de 1920, fueron años marcados por una depresión económica, la población se dedicó a la agricultura. Para 1920, tres vecinos eran los principales propietarios de las tierras, eran medieros de la hacienda y tenían talleres familiares, uno de ellos dedicado a la producción de prendas de acrílan, un segundo se identifica como cacique y el tercero con taller y centro de exposición de manufacturas, quien fungía como acaparador de la producción de textiles y vestidos de los artesanos locales. En los años del reparto agrario comprendidos entre 1917 a 1930, quienes cumplieron los requisitos fueron dotados de tierras, la restitución de la propiedad comunal no se otorgó debido a que se consideraron apócrifos los documentos del siglo XVI expuestos a las autoridades. Este proceso provocó la retención de la población en la comunidad, por las exigencias del reparto agrario, registrándose un incremento en la población de 100% en 10 años (Domenech 1979). Figura 1.

Desde la conformación del municipio, la relación tierra-población-agua fue desproporcionada; para 1898, al recibir la categoría de municipio, la superficie comprendida por sus fundos y terrenos de común repartimiento era de aproximadamente 157.90 Ha. Para 1920, San Miguel Chiconcuac contaba con 519 habitantes, de los cuales 113 eran jefes de familia y poseían 40 Ha de tierra. En los años del reparto agrario los habitantes de Chiconcuac fueron dotados con tierras localizadas en los municipios cercanos, además de recibir agua para riego, de los ríos perenes Papalotla, Coxcacuaco y torrenciales Atlaco, Xalalpango y San Bartolo. No obstante no fueron suficientes. Para 1935 se perforó en San Miguel el primero pozo para riego y se bombeó con motor de gasolina. En 1947 se perforó el segundo pozo, en Santa María y en San Pablito se perforaron dos pozos en cada lugar. Si bien la red de energía eléctrica entra en San Miguel para 1938, al ejido de Guadalupe llegó hasta 1968.

En los finales de la década de 1930 se abandonaron algunas tierras, cambiando su uso de suelo de agrícola a residencial. Entre los años de 1930 a 1945, la población migraba a la Ciudad de México para trabajar como obreros, maquiladores, o en cualquier actividad que le reportara ingresos (Domenech 1979). Para los 1970, los ríos Papalotla y Coxcacuaco manifestaban un cierto grado de agotamiento y contaminación; mientras que los restantes ríos torrenciales, solamente permitían una agricultura de temporal, aunque los pozos todavía sostuvieron la agricultura intensiva.

Figura 1 Crecimiento Poblacional de Chiconcuac 1900-2010



Datos: INEGI 2014.

Con la electrificación en 1935, la “Unión de Artesanos” adquiere la primera cardadora eléctrica traída desde Santa Ana Chiautempan, Tlaxcala; posteriormente, en los 1940, llegaron dos cardadoras de lana y dos selfactinas, desplazando a los cardadores y tornos de hilar manuales, formando operadores especialistas en la nueva maquinaria, ahorrando tiempo en el proceso de producción y liberando de este trabajo -para concentrarlo en otro- a los miembros de la familia. Hasta 1945, en la región se fueron formando ranchos lecheros, lo que fomentó la producción de alfalfa por los ejidatarios, quienes formaron asociaciones para perforar y explotar el agua y tener agricultura de irrigación, lo que permitió la acumulación de capital para estos grupos hasta 1948, cuando se da la veda de pozos de agua (Domenech 1979; Pelaez 1986:103-158).

Los años anteriores a 1945 el proceso de manufactura de textiles y ropa era netamente domiciliario; la mujer preparaba la lana y el hombre la producción, en telares mecánicos de madera, propulsados por la fuerza del hombre. Además, la comercializaba en el municipio -o fuera de él en la Ciudad de México-. Las prendas se pedían por encargo a los artesanos, por los mismos comerciantes-acaparadores, o los mismos productores las comercializaban en el tianguis de Chiconcuac, en los mercados de la región o se dirigían a pie hacia la Ciudad de México, pudiendo vender o intercambiar su producción durante el trayecto. En ese año, se inicia la construcción del sistema de carreteras de la región rectificando y reconectando los caminos reales, caminos y veredas con la capital nacional y la vía al oriente, hacia el puerto de Veracruz (Domenech 1979).

Caminos y carreteras.

Las vías de la modernización y la comercialización

A partir de 1945 se inicia el programa de construcción en la infraestructura de comunicaciones, que buscaba mejorar las vías terrestres desde la Ciudad de México hacia todo el territorio nacional. En particular las salidas al oriente, hacia el puerto de Veracruz, pasando por Puebla, Tlaxcala, Hidalgo, así como las salidas a Pachuca y Querétaro, que fueron clave para el desarrollo industrial de Chiconcuac. Si bien las obras iniciaron en el año de 1945, fueron terminadas con su pavimentación hasta 1965. Para 1968 se abre la carretera a Tepexpan y Teotihuacán

pavimentada hasta 1969. Esta red de caminos, está conformada por las antiguas rutas comerciales que desde tiempos prehispánicos han conectado al centro con las demás regiones del territorio hasta la costa. Todo ello permitió desde esos años, la existencia de un sistema de comunicación intensivo. Para 1940, existía una red de camiones que interconectaban toda la región del oriente de la cuenca de México, entre los diferentes pueblos y cabeceras municipales, donde la de Texcoco ha fungido como eje rector que se conectaba con la Ciudad de México y hacia otras entidades estatales como Tlaxcala, Puebla y Veracruz, principalmente.

Por otra parte, desde el año de 1900 se contaba con dos vías férreas de comunicación: el Ferrocarril Interoceánico México-Jalapa-Veracruz, que pasaba por los distritos de Otumba, Texcoco y los pueblos de La Palma, Ometusco, San Vicente, Chapingo, Texcoco, y Metepec; y el Ferrocarril Mexicano, que comunicaba la Ciudad de México con Veracruz, cruzando por Tlanepantla, Texcoco, Santa Clara, Tepexpan, Cuonalan, Xometla y Teotihuacán. Todo este sistema de comunicación permitió la propagación de las manufacturas de lana, así como la existencia del tianguis de los lunes de Chiconcuac, dando la fama que hoy se conoce en los pueblos de la región. No fue sino hasta 1968, por el paso de la llama olímpica, que se inició una campaña de difusión masiva sobre las mercaderías artesanales de lana que se vendían en el tianguis, lo que se detonó un bum económico. En las siguientes décadas, gracias a las vías de comunicación, se intensificó por vía terrestre el comercio, transitando carros, camiones, trailers llegados desde diferentes estados del país, así como de otras naciones como los Estados Unidos y Centro América (Domenech 1979).

Las aperturas de nuevas vías de comunicación generaron casos de movilidad espacial y la introducción de nuevas opciones para los tejedores; como aquel, donde en 1940, una mujer de Oaxaca introdujo la técnica y los productos realizados con tejido de agujas, facilitando el trabajo para los miembros de la unidad doméstica -como los niños- quienes inmediatamente se integraron a la producción doméstica. La red de caminos hacia el oriente permitió el tránsito y la migración de personas, entre ellos comerciantes, por lo que las relaciones entre diferentes pueblos no se hicieron esperar. Con la electrificación de los municipios y las relaciones comerciales establecidas, en particular con habitantes de Santa Ana Chiautempan, en Tlaxcala, centro textilero de donde los artesanos de Chiconcuac adquieren la primera cardadora y selfactina, iniciando la etapa de modernización de la producción (Domenech 1979).

A la fecha las vías de comunicación mantienen una amplia y moderna red de carreteras federales y de cuota como el circuito exterior mexiquense, que comunican todo el oriente de la cuenca de México con el resto del país, además del proyecto de construcción del nuevo aeropuerto internacional de la Ciudad de México, que en los próximos años se construirá sobre el extinto Lago de Texcoco, lo que seguramente intensificará el comercio de la región y en particular el de Chiconcuac.

La unidad doméstica y los talleres familiares

San Miguel Chiconcuac es la cabecera municipal, donde reside históricamente el mayor número de la población; está formado por dos barrios: Santa María Chiconcuac y San Pablito Calmimilolca (San Pablito); además de las colonias Emiliano Zapata, San Miguel y Santa María. La estructura del pueblo tiene forma de una retícula, desde el centro, que se va adecuando y perdiendo. De los años de 1950 en adelante, los predios de las unidades domésticas adquirieron características urbanas y debido al crecimiento poblacional las tierras de cultivo cambiaron su uso de suelo al habitacional-manufacturero, con materiales nuevos para la construcción en el centro y manteniendo el viejo patrón hacia la periferia, con solares para los huertos y el cultivo de maíz, que al paso del tiempo han ido perdiendo. Por el tipo de producción artesanal de textiles y del vestido, las unidades domésticas pueden ser: (1) taller separado de la vivienda, (2) taller y vivienda en el mismo sitio, (3)

taller dentro de la vivienda, (4) comercio. Por el tipo de actividad económica, hasta 1970 se podían distinguir agricultura, ganadería, artesanías de prendas de lana, hilatura de lana, confección de ropa de acrilán y comerciante.

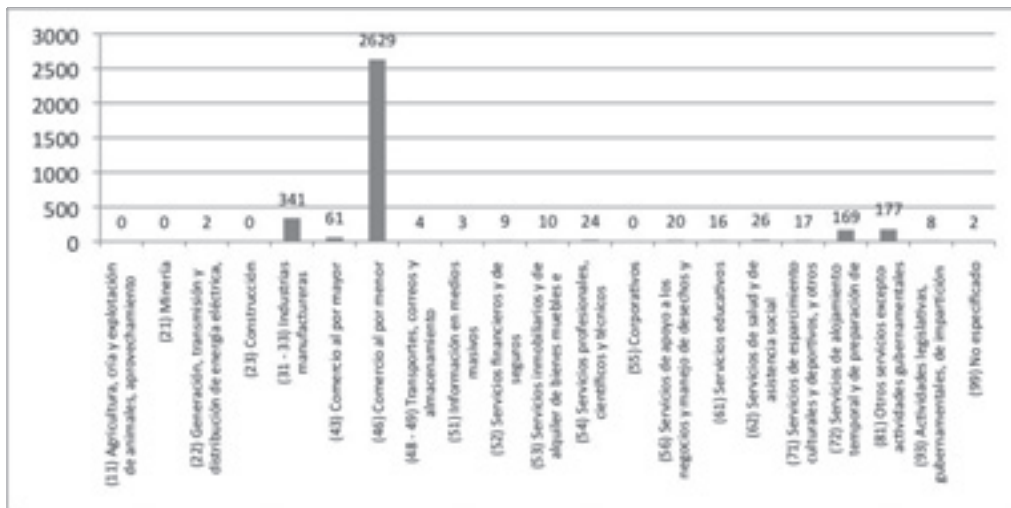
La unidad doméstica de Chiconcuac, tiene una estructura de origen prehispánico patrilineal y patrilocal, que pasó de una endogamia hacia la exogamia, basada en el modo de producción campesino, donde los integrantes de la familia participaban en las labores del campo y la manufactura de textiles de lana y el comercio para la reproducción de su unidad, donde cada miembro de la familia tenía una función específica. El hombre compraba la lana en el tianguis, o el vendedor iba hasta su domicilio. La mujer preparaba la lana en bruto, o sucia, la lavaba con agua caliente y tequesquite y la enjuagaba con agua del río Atlaco, en baldes o cubetas en los patios de su casa. La escogía limpiando la basura y azotándola con una vara o palo, la cardaba con dos paletas de madera con superficie de lija e hilaba en los solares, o en dentro de sus casas, pasándola por un torno para formar el hilo; posteriormente se volvía a lavar y se teñía y se ponía a secar y hacia los molotes para montarlos en los carretes del telar. El hombre y los hijos varones se encargaban de preparar el telar y confeccionar la tela, comercializarla en el tianguis local o regional, o llevarla a vender a la Ciudad de México (Domenech 1979).

A partir de 1973, con el auge comercial, se distinguen dos tipos de productores (1) los productores locales, que corresponden con los artesanos que modernizaron su infraestructura con modo de producción campesino, o variante de este con trabajo asalariado, normalmente talleres familiares pequeños (de 3 a 10 personas) y medianos (11 y 50 trabajadores), de los cuales por lo menos el 50% son miembros de la familia nuclear o extensa. (2) productor empresarial, productores locales o filiales de compañías externas con una organización empresarial, que contratan fuerza de trabajo o maquilan los procesos de producción. Para los años de 1990, la concentración y demanda provocó que algunos productores abandonaran los procesos de producción dirigiendo su atención al control del mercado, surgiendo (3) agentes comerciales, que desagregan los procesos de producción en municipios y pueblos de la región, en los que se reproduce el patrón de los talleres familiares.

Algunos de los pueblos y municipios que maquilan para los agentes comerciales de Chiconcuac son Atenco, San Andrés Chiautla, Texcoco, Santiago Cuautlalpan, San Pablo Jolalpa, Chimalpa, San Bernardo, Cuanalan, Acuexcómec, Atenguillo, Huitznáhuac, Nezquipayac, Papalotla, Tepetitlán, Tocuila, Tulantongo, Zapotlán, Tlaltecahuacan, Tepetlaoxtoc, La Concepción Jolalpa, San Pablo Jolalpa, Cuanalan y La Loma, San Juan Tezontla, San Andrés de las Peras, Tequezquináhuatl, San Pablo Ixayoc, La Purificación Tepetitla, San Inés y San Nicolás Tlaminca, Santa Ma. Tecuanulco, Sonto Tomás Apipilhuasco, San Jerónimo Amanalco, San Juan Totolapan, San Pedro Huaquilpan, Santa Isabel Ixtapan, San Bernardo Tlamimilolpan, Ocopulco, Tezoyuca, Zumpango, Otumba, Carpio, Los Reyes La Paz, Nezahualcóyotl, Tepeyehualco, San Pedro Huaquilpan; Nextlapan en Hidalgo; Acatzingo, Puebla (Pérez y Zamora 2010:66-7 en: Magazine y Martínez 2010, Trabajo de campo); así como pueblos de los estados de Tlaxcala, Puebla, Hidalgo, Veracruz, Guanajuato y Jalisco, entre otros.

Para el 2013, el INEGI registró 3 mil 518 unidades económicas, de las cuales 341 (9.69%) se dedicaban a la producción de ropa y 293 (8.33%) de ellas, empleaban de uno a cinco trabajadores, el comercio al por menor registró 2 mil 629 (74.72%) unidades económicas, de las que 1,806 (51.34%) daban trabajo a uno y hasta cinco trabajadores (INEGI 2013).

Figura 2 Unidades económicas censadas en Chiconcuac 2013



Fuente: INEGI 2013.

A la fecha se puede identificar una estructura social basada en la afiliación (el matrimonio) y la alianza (las redes de parentesco social) sobre las que descansa todo el entramado de producción y comercio de la región al oriente de la cuenca de México, sobrepasando los límites del Acolhuacan Septentrional establecido por Palerm y Wolf (1972), que se entrelaza con lazos meramente comerciales a otras regiones y cuencas, como los pueblos y municipios de Santa Cruz Atizapán y Almoloya del Río, en el Alto Lerma y Toluca (Sales 2011 y 20113), entre otros sitios que maquilan a quien les proporcione trabajo, o son productores independientes, que distribuyen su mercancía hacia diferentes puntos del país.

El tianguis

El tianguis -o mercado de indios- es otra estructura de origen prehispánico, que ha mantenido sus funciones hasta la actualidad. En un inicio proviene de Chiautla, pero con el reconocimiento como municipio, Chiconcuac mantuvo el tianguis de los lunes, ya famoso por sus productos de lana; además de ser el sitio de reunión de otros productores agrícolas, ganaderos y manufacturas. Para 1908 del pueblo de Xolalpan llevaban habas y alverjón, de Texcoco barbacoa, de los pueblos sierreños hierbas, leña, ocote y hongos. Estos productos eran originarios de los pueblos y se comercializaban mediante trueque o dinero. Para la década de los 1930 el tianguis de Chiconcuac ya gozaba de fama en la región y para los 1940, con las nuevas vías, se aceleró su importancia. El tianguis tradicional mantuvo su forma hasta la primera mitad del siglo XX. En 1938 se construyeron dos naves ampliando el mercado de la Plaza de la Constitución, no siendo suficientes para el número de locales, los que se acomodaron en las calles contiguas desde el centro hasta la salida a la carretera Chiautla-Texcoco. Desde los 1960 se incrementaron los locales comerciales sobre Avenida Morelos, la que a su vez ha sido la vía de comunicación principal y donde se localiza la central camionera (Domenech 1979).

Desde 1963, en la Avenida Hidalgo se concentraron las fábricas de hilados, como la Guadalupeana y la Natividad. Para febrero de 1973 se inauguró el nuevo mercado, en los terrenos de común repartimiento de San Miguel Chiconcuac, obra financiada por el Banco de Obras y Servicios Públicos, con un costo de 3 millones de pesos a pagarse en un plazo de tres años. Su construcción incrementó los días de tianguis a martes y domingos; además de los lunes, desapareciendo la vieja estructura del tianguis donde se congregaban productos agropecuarios y de alimentos preparados, destacando el comercio de prendas de vestir producidas localmente, o en otros lugares como la Ciudad de México, San Martín Texmelucan, Santa Ana Chiautempan -en Tlaxcala- y otros estados. Paralelamente fueron apareciendo comercios fijos y semifijos en sus alrededores, así como empresas procesadoras de hilo de lana y mercerías con otras fibras sintéticas (Domenech 1979).

La cercanía con la zona arqueológica de San Juan Teotihuacán contribuyó a la visita de turismo nacional e internacional, este último atraído por los productos artesanales de lana manufacturados localmente. Con el paso del tiempo, la producción artesanal perdió importancia, adquiriendo los productos de lana en otros lugares y comercializándose en el tianguis, volviéndose el dólar moneda de cambio en los años de 1960. En el tianguis se adquiere ropa al menudeo, sin embargo, los puestos fungen como primer eslabón de una red de comercio al mayoreo. Los grandes comerciantes son llevados a los talleres o fábricas, para comprar grandes lotes de ropa. En caso de no poder satisfacer la demanda de un cliente, establecen alianzas entre productores para concretar la negociación, ya sea prestándose la ropa, comprándola o produciéndola; normalmente, estas son alianzas entre grupos de familias extensas (Domenech 1979).

Con la inauguración del mercado en 1973, inicio el comercio y acaparamiento de tierras para la construcción de locales comerciales para su venta y arriendo, a la fecha un local puede tener tres arrendatarios diferentes en un día de 24 horas cuyos precios varían entre los \$30 mil y \$45 mil pesos y la adquisición de un puesto puede sobrepasar el millón de pesos (Domenech 1979; Pérez y Zamora 2010). De tal forma que surge otro grupo, el de los arrendadores de puestos, que también pueden ser comerciantes y fabricantes. A partir de los 1990, algunos empresarios abandonan la producción y transitan como agentes comerciales, mediando entre productores, talleres familiares de maquila, proveedores, comerciantes mayoristas-minoristas y clientes.

El tianguis de Chiconcuac, pasó a fungir como importante centro comercial, escaparate y centro de abastos de insumos en la producción de prendas de vestir, blancos y similares de diferentes pueblos y municipios de la región oriente de la cuenca de México, de la Ciudad de México, de otros estados y municipios y hacia el exterior del país, relacionados con la cadena de producción de la industria de la fibra, textil y del vestido. El crecimiento del tianguis de Chiconcuac, no solo ha fomentado el tránsito de un tipo de “economía sustantiva” de producción artesanal de textiles y del vestido combinada con agricultura en los talleres familiares de las unidades domésticas, hacia proceso de manufactura modernos, con maquinaria automática y nuevas fibras sintéticas y naturales del tipo gremial, sostenidos sobre estructuras de economía campesina como el trabajo de los miembros de la familia (sin sueldo) y sus variantes de contratación de trabajadores.

Lo anterior se vió favorecido por la presencia del turismo nacional y extranjero, así como de agentes comerciales de diferentes partes del país y de fuera del país, como coreanos, chinos, indios, judíos y libaneses, quienes eran los dueños de las sucursales de tiendas de tela. Surgieron otras actividades conexas, como la hotelería y los moteles para pasar al menos una noche; los servicios de alimentos; las líneas de autotransporte de pasajeros y de carga; los servicios de mecánica automotriz; las gasolineras; los servicios de repuestos y mantenimiento mecánico y eléctrico para la maquinaria textil y del vestido; los servicios educativos; de salud; la industria de la construcción para ampliar y adecuar las unidades domésticas. Desde los 1970 en la entidad se contaba con las sucursales de los principales bancos.

Para las siguientes décadas después de 1980, la gama de empresas locales, se especializó en la cadena de la industria de la fibra-textil-vestido, telas, botones, cierres, hilos, mercerías, tintes, envolturas de plásticos y cartón, etiquetas, ganchos para ropa, maniqués de alambre a la de fibra de vidrio u otras fibras sintéticas, transportistas, contadores, modelaje y maquila en general. Todas estas empresas, exceptuando los servicios públicos y las Organizaciones Productivas de Bienes y Servicios (OPBYS) privadas, iniciaron sus operaciones, las continúan en alguna medida o se sostienen, bajo el modelo de la unidad económica campesina, o unidad doméstica (campesina), soportadas en el trabajo-no pagado- de los miembros de la familia (Chayanov 1966: 271-2; González Jácome *et al.* 2007:20), abandonando para muchos casos la actividad agrícola y manteniéndola en mucha menor proporción, en las partes media y alta del oriente de la cuenca de México.

La política modernizadora

La década de 1960 se caracterizó por continuar el impulso al desarrollo económico del país y el fin de esta, impulsado por la terminación de la Segunda Guerra Mundial, conocido como “El milagro mexicano” el modelo de desarrollo estabilizador (1952-1970), encabezado en el Estado de México por Carlos Hank González (1969-1975), bajo la política de modernización y urbanización de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, así como el programa de mejoramiento de los pueblos del Estado de México bajo el “Programa Remodelación de Los Pueblos” (Decreto 216, 10 de mayo de 1975, XLV Legislatura del Estado de México), como parte de la “Operación Progreso”, cuyo programa para Chiconcuac preveía la red de drenaje, guarniciones y banquetas, pavimentación o empedrado, regeneración de fachadas, nombres de calles, construcción del club juvenil, Palacio Municipal, jardín público y Jardín central (Domenech 1979:305, LEGISTEL 2014).

De forma paralela, existían diferentes programas de desarrollo, como el programa de modernización industrial, que apoyaba la adquisición de nueva maquinaria industrial textil para la planta productiva del país, bajo la condición de destruir la vieja maquinaria e impedir su uso en talleres domésticos. Sin embargo, a pesar de las restricciones, algunos talleres de Tlaxcala adquirieron dicha maquinaria y la trabajaban en el pueblo de San Bernardino Contla y en Santa Ana Chiautempan (González Jácome 1991:39), este último considerado centro textil, que contaba con ocho fábricas grandes con maquinaria moderna, 20 pequeñas y más de 300 talleres familiares, para 1977 (Robichaux 1991:68; López Villafaña 1991:69 compilados en: González Jácome 1991).

En 1968 se introduce la máquina tejedora de hilo de acrilán en el municipio, para dejar de depender del municipio vecino de Atenco, donde se producía y vendía a Chiconcuac, adquiriendo maquinaria automática. Se concluye la carretera Chiconcuac-Tepexpan-Teotihuacán, pasa la llama olímpica por el tianguis, como parte de una campaña publicitaria dirigida desde el Estado para el fomento de la industria artesanal local, lo que incrementa el comercio en el tianguis. Para el año de 1969 la demanda de lana y acrilán, motiva la adquisición de maquinaria belga: cardadora, selfcatina y batiente, por parte de la compañía La Guadalupeña, mediante un crédito del Banco de Comercio y del Banco Internacional, con un plazo de dos años y un costo de dos millones de pesos. Todo esto por influencia de emprendedores de Santa Ana Chiautempan; dicha empresa, tenía pedidos de 100 a 200 kilos mensuales para los Unión Americana (Domenech 1979). Las relaciones con Tlaxcala, al parecer tienen sus orígenes en que Chiconcuac fue un importante productor de lana durante la primera mitad del siglo XX.

Para los años de 1970, los talleres familiares chicos contaban hasta con dos máquinas tejedoras de acrilán, los medianos hasta con cuatro máquinas, adquiridas en la Ciudad de México, abandonando la producción de lana, para los años del 2010. Se estima que al menos, una de cada cuatro familias cuenta con una máquina de coser o tejer. La prenda se terminaba -o se daba a maquilar- para hacer ojal, pegar cierre, hacer bastilla, cuello, puño o cualquier otro tipo de acabado

que se requiera, incluido el lavado y la tintorería. Para 1968, del precio estimado de una prenda, el 40.30% correspondía al costo de producción y el restante 59.70% era la ganancia. Para el año de 1972, los costos de producción se incrementaron, pasando al 72.81% y el precio del producto se redujo, disminuyendo la ganancia hasta un 27.19% para los talleres familiares (Domenech 1979).

Los talleres familiares -mediante la alianza entre familias- competían por el mercado. Las grandes compañías incrementaron su inversión en maquinaria nueva para abatir costos, expandirse y satisfacer la demanda del mercado e inhibir la competencia de los talleres familiares; además de buscar nuevos nichos de mercado, como los establecidos con almacenes de prestigio como el Palacio de Hierro y Liverpool, entre otros, así como con tiendas comerciales, con pedidos de 800 unidades al mes. Para el año de 1972 se estiman por lo menos 700 puestos fijos y semifijos en el tianguis y sus alrededores. En los últimos años, se estiman, no menos de 15 mil puestos durante las 24 horas de viernes a martes, no obstante, muchos puestos pertenecen a una misma familia u organización de productores-comerciantes.

Para las décadas de 1980 y 1990, pese a la desaceleración económica sufrida por el país, el tianguis de Chiconcuac mantuvo el comercio, proveyendo de ropa y textiles a las familias de menores ingresos. Con la apertura comercial iniciada con el GATT y posteriormente con el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN, por sus siglas en español y NAFTA por sus siglas en inglés), se incluyeron Canadá, Estados Unidos y México), Chiconcuac retomó su crecimiento comercial en la región, incorporando la ropa estadounidense, la producción de Asia, así como su contrabando. La política económica de las últimas dos décadas, considerada de tipo neoliberal o *laissez-faire* y, en particular, en el nuevo milenio, con los cambios políticos, se incrementó el número de unidades económicas no formales en la región.

Los productos

La gama de productos es variable, con el paso del tiempo se ha adecuado a las necesidades del mercado. Hasta 1940 se podía distinguir la producción de manufactura artesanal de prendas de lana de Chiconcuac, la producción agropecuaria, la de alimentos preparados, la de orfebrería y la de herrería, plástico y loza. Desde 1945 en adelante se introdujeron las nuevas fibras sintéticas y se desplazó la ropa de lana de estilo tradicional, con las nuevas tendencias de la moda casual. El alto costo de la lana, que es de importación, ha tenido efectos importantes, que incluyen su abandono paulatino en la producción de prendas de vestir, cobertores y ropa de invierno.

Los productos que se expenden comprenden una amplia gama, que va desde playeras, camisetas de algodón, acrilán, nylon, o mezclas de ellas, con estampados y bordados, camisas, vestidos, faldas, pantalones, jeans, suéteres, chamarras de piel, de gamuza, de tela, abrigos, ponchos, jorongos, capas, rebozos, morrales, guantes, bufandas, sabanas, cobijas, sarapes, gabanes, colchas, manteles, carpetas, alfombras, calcetines, ropa interior para dama y caballero, niña, y niño, hilos de diferentes fibras y telas; así como las artesanías textiles de lana. Los productos se producen en diferentes pueblos y municipios del oriente de la cuenca de México, las artesanías pueden venir de Tlaxcala o de Guadalupe Yancuictlalpan, en el Alto Lerma. Además de los comercios de comida preparada para toda la clientela y los mismos comerciantes (Domenech 1979; Pérez y Zamora 2010; Sales Colín 2011).

Las filiaciones comerciales

Debido al auge económico que ha dado el tianguis de Chiconcuac a la región del oriente de la cuenca de México, desde los años de 1970, algunos productores y comerciantes al mayoreo están afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Textil y, por ser un mercado de lana, a la Cámara Nacional de la Industria de la Lana, quienes mantenían hasta hace algunos años, un programa de propaganda hacia la región, además de los ya existentes del gobierno para la modernización del país. Hasta la década de 1990 la principal filiación fue la militancia del gobierno municipal al Partido Revolucionario Institucional (PRI). En los años posteriores hubo relevo en los gobiernos, entre la dos fuerzas políticas principales del país (PRI y Partido Acción Nacional -PAN), manteniendo la estructura comercial y de producción conseguida desde finales de los 1970.

La fama del tianguis de Chiconcuac permitió que sus productos se distribuyeran y comercialicen otros en diferentes regiones y estados del país y hasta sus fronteras del norte y del sur, como de otras latitudes. Dentro del país la Ciudad de México, Texcoco, Tlaxcala, Puebla, Veracruz, Hidalgo, Pachuca, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Acapulco, Guerrero; Toluca, Cuernavaca, Michoacán. Fuera del país: Estados Unidos de América, Canadá, España, Japón, Guatemala, China, Corea, India, mucho debido al comercio de contrabando, la laxitud de la aduanas nacionales y la acometida de Asia, China e India, por llegar al mercado de la Unión Americana.

Características generales de los talleres

Para conocer las características generales que guardan las unidades domésticas de los talleres familiares de Chiconcuac y su área de influencia hacia el oriente de la cuenca de México, se partió de los estudios de Sales Colín (2011 y 2013:108-12) en la cuenca alta del Lerma, donde el estudio de los talleres de Santa Cruz Atizapan, permitieron la elaboración de una tipología. Los tipos de unidades domésticas se relacionan con el tipo de taller, (1) Taller familiar o microempresa (TF) de una a 10 personas, normalmente caracterizados por tener como eje laboral y administrativo a la familia nuclear y extensa; (2) el taller pequeño o pequeña empresa (TPE), donde laboran de 11 hasta 50 trabajadores; (3) el taller mediano (TME) desde 50 hasta 150 trabajadores. Estas tres categorías corresponden a lo que se entiende como MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas empresas), (4) Talleres grandes (TGA) más de 150 trabajadores. En los tipos 2-3-4, la familia ocupa los puestos gerenciales, compras, ventas y producción y han abandonado la actividad agrícola en contraste con el tipo (1).

Las familias de campesinos / tejedores, pueden tener desde una hasta cinco máquinas de coser o tejer, que utilizan para hacer trabajos de maquila. Son propietarios de una a cinco hectáreas, donde mantienen la actividad agrícola. Normalmente están localizadas en los pueblos circunvecinos a San Miguel Chiconcuac, con características urbanas-rurales, o rurales, que se alejan de la Ciudad de México hacia el oriente de la cuenca. Sus hijos trabajan en los talleres familiares, o del municipio, o en otras actividades relacionadas. Las familias sin tierra, que son trabajadores de la costura, pueden ser hijos de campesinos -o no- con familia. Trabajan la tierra con el padre y, si tienen taller, colaboran en él maquilando o realizan alguna otra actividad económica que complementa su ingreso.

Las familias propietarias de los pequeños talleres familiares, cuentan con cinco a 15 máquinas, para diferentes procesos: diseñan, cortan, zurcen, distribuyen, venden y maquilan. Aunque el grueso de la fuerza de trabajo es familiar, pueden contratar de 3 a 5 trabajadores o dar a maquilar. La casa tiene un área específica para la producción que va de los 30 m² a los 50 m². Las familias propietarias de los talleres medianos, tienen un espacio para la producción de 50 m² a 150 m²,

puede ser una casa adaptada para tal fin, donde trabajan entre 11 y 50 personas o una nave para las instalaciones del taller. Las familias dueñas de los talleres grandes cuentan con instalaciones especiales, como edificios o naves con superficies de más de 150 m², realizan todo el proceso de producción en sus instalaciones, o lo dan a maquilar en los talleres pequeños o a talleres que son parte de la misma empresa, que ha desagregado la producción. Trabajan en la instalación más de 50 trabajadores y otros están repartidos en las casas.

Se estima que el 100% de los talleres familiares son independientes y con capital local; por lo que no tienen, o llevan a cabo, alianzas estratégicas y/o inversión extranjera que les permita sustentar una ventaja competitiva. Por otro lado, son dueños de sus medios de producción, lo que les brinda independencia, las fuentes de financiamiento son locales, basadas en redes de parentesco y reciprocidad. El financiamiento bancario es poco o nulo, al igual que el gubernamental. Este último se ha hecho presente, sobre todo de parte del gobierno del estado y del local, que les ha otorgado créditos para la compra de máquinas de coser. Los talleres grandes pueden ser filiales de Sociedades Anónimas, o de otro tipo de empresa comercial con diferentes orígenes de capital, por lo que cuenta con diferentes apoyos gubernamentales y privados.

Otra forma de financiamiento de los talleres medianos y grandes es a través de sus proveedores, los talleres pequeños y micros, prolongando el tiempo de pagos. Normalmente los talleres grandes, controlan la producción, financian a los medianos y pequeños, adelantando pagos de la producción solicitada. A su vez, los talleres grandes, tienen que pedir a sus clientes los pagos, al menos para cubrir el sueldo de los trabajadores. Las empresas más jóvenes tienen 10 años de haberse creado y las más viejas han cumplido 50 o más años de operar en el mercado, lo que las convierte en un conjunto de empresas que aprovecharon los momentos de auge de la industria, no obstante que los últimos cuatro años el mercado interno y externo se ha contraído de manera importante.

Hay empresas con más de 70 años trabajando, quienes son proveedores de firmas nacionales o distribuidores nacionales. También existen empresas pequeñas, medianas y grandes que ofrecen el paquete completo, o una modalidad. Los sistemas de calidad se basan en inspecciones visuales y pruebas manuales, las empresas medianas y grandes tienen sistemas de calidad basados en atributos pero no sistemas estadísticos o sistemas de *Control Total de la Calidad*. El mayor número de las empresas se centra en la producción de básicos masivos *commodity* y productos elementales, que están de moda en el mercado nacional. El sistema de producción más utilizado corresponde a la producción en línea para talleres medianos y grandes, en los pequeños y micros la falta de maquinaria hace que se lleve un sistema modular empírico, basado en la prueba y error y la experiencia de haber trabajado previamente en algún taller grande. El sistema de entrenamiento es transmitido de padres a hijos, mediante el aprendizaje vicario¹.

Es altamente probable que la eficiencia de la capacidad de producción no sea inferior al 75% para las empresas locales, debido a la tecnología que no supera los 15 años; la que se complementa con el tiempo de trabajo horas/día que los talleres familiares invierten, siendo el sistema de destajo beneficioso para ellos en temporada de alta producción. Las empresas grandes, medianas, pequeñas y micro, combinan la confección de su propio producto (marca propia), si cuentan con ella, con maquila. No se tiene información del porcentaje de la producción que se exporta (legal) o merca (ilegal) fuera del país. El mercado meta va de lo local, pasa por lo regional y nacional como principal concentración hasta el internacional legal e ilegal para las maquiladoras micro, pequeñas y medianas que están vinculadas con las empresas grandes.

¹ El aprendizaje vicario se realiza por observación, por lo que no tiene que pasar por una etapa de ensayo / error.

Las empresas grandes y medianas tienen de uno a 10 clientes. Las empresas, pequeñas y micro pertenecen a una red de proveedores de las grandes y medianas, las empresas que tienen marca propia venden directo en los diferentes tianguis de la región. Existe una diversidad de canales de distribución y comercialización terrestres utilizados por las empresas. Las ventas nacionales se realizan a tiendas departamentales, de autoservicio y especializadas de la industria del vestido y de la moda, así como en tianguis y puestos callejeros. Las empresas micro y pequeñas son poco tecnificadas, dirigidas hacia producciones del orden de 2 mil prendas a la semana o menos. Las empresas grandes realizan diseño asistido por computadora, o les son enviados desde los centros de la moda. El patronaje o diseño, es un secreto de gremio para las empresas grandes, medianas, pequeñas y micro, al igual que el corte, el cual realizan con equipo industrial automático. Las micro y pequeñas, maximizan sus recursos en el corte, de acuerdo a la demanda. La optimización de recursos comprende el ahorro de energía eléctrica y el aprovechamiento de materia prima y mano de obra, apoyándose con la ayuda de todos los miembros de la familia que estén en edad de contribuir al trabajo.

En cuanto al sistema de calidad, las micro, pequeñas y medianas empresas basan su sistema en atributos mediante inspección visual de insumos, durante los procesos y cuando el producto está terminado, de acuerdo con las especificaciones de los clientes o por sus propios estándares de calidad. Las innovaciones tecnológicas que atienden el mercado local se dirigen al diseño de las prendas, atendiendo las tendencias de la moda. El servicio ofrecido por las micro y pequeñas empresas orientadas a su mercado local es personalizado, atendiendo las quejas mediante el cambio de producto. Las ventajas competitivas de un mayor porcentaje de empresas corresponden a la calidad del producto terminado, el desarrollo de estrategias orientadas a los clientes y las estrategias de diseño de prendas de vestir, principalmente con el apoyo de tecnología convencional.

Entre las debilidades identificadas destaca un mayor porcentaje de empresas que enfrentan una crítica situación económica y financiera (falta de liquidez, flujo de efectivo y capital de trabajo; falta de capital, alto endeudamiento, altos costos de producción y la competencia de productos de Asia así como de ropa de segunda, que se comercializa en los diferentes tianguis del área conurbada de la Ciudad de México, con precios que van desde los \$10 pesos y hasta los \$70. Este es el rango entre la ropa usada y la nueva.

Comentarios finales

La unidad doméstica campesina conseguía su reproducción social mediante la agricultura, la caza de patos en el lago de Texcoco, la recolección de plantas, la mediería y peonaje, y la producción de manufacturas textiles y del vestido desde épocas prehispánicas, durante el virreinato y hasta el primer tercio del siglo XX. La región se distingue desde la época prehispánica por el número de vías de comunicación que van desde el centro del país hacia Veracruz, aspecto que mantuvo durante el virreinato-colonia hasta la fecha, con la actual y moderna infraestructura y en los próximos años con la construcción del nuevo aeropuerto internacional de la Ciudad de México. Además de su cercanía a la ciudad capital, la cual ha estado siempre interrelacionada a las metrópolis, a los centros económicos, financieros, industriales y culturales de todo el mundo.

Otra reminiscencia funcional es la presencia de mercados, tianguis -o mercado indígena-especializados. Desde el virreinato, salían en busca de nuevos mercados para sus productos, paralelamente al tianguis de Chiconcuac. El costo de los textiles, producidos por la metrópoli o por otros estados-nación ha sido siempre alto, en relación con el poder adquisitivo de la población regional y local. Por lo que la demanda de textiles siempre ha excedido su oferta propiciando la industria que satisfaga esta necesidad de vestido.

Desde el virreinato, el estado protegió y privilegió el sector industrial español-criollo, e inhibió, persiguió y castigó el sector industrial local e indígena. No obstante que los mercados se diferenciaban sobre todo por aspectos de calidad. Para el siglo XX no hubo diferencias notables, exceptuando que algunas empresas no aplicaron la política de destrucción de vieja maquinaria por nueva, vendiéndola a pueblos surgiendo talleres familiares como ocurrió en Santa Ana Chiautempan, en Tlaxcala, de donde por relaciones personales llegan las primeras máquinas a Chiconcuac. Lo anterior se relacionó con las políticas de modernización de mediados del siglo XX en general, dando lugar al fortalecimiento del tianguis de Chiconcuac como un centro de comercio regional-nacional-internacional, surgiendo actividades conexas a las de la industria del vestido, e incrementándose para los las décadas de 1980 en adelante, el aumento en las unidades económicas formales e informales.

Como en otros casos, algunos talleres, no solo maquilan bajo el esquema de ensamble, aplican el “paquete completo” o *full package* (Secretaría de Economía 2003). Los talleres enfocados al mercado local, adquieren la materia prima y suministros, diseñan, hacen el patronaje, el corte, la confección, dependiendo del diseño; también se encargan del acabado, o lo dan a maquilar, mantienen un control de calidad basado en atributos; hacen el embalaje, realizan la venta y comercialización del producto.

El sistema socioeconómico sobre el que descansa la red de comercio del tianguis de Chiconcuac es un sistema de producción campesino, caracterizado por una unidad doméstica, mejor entendido como la familia, basada en el trabajo sin remuneración de sus miembros para lograr su sobrevivencia. Este se ha formado con redes y estructuras socioeconómicas basadas en la afiliación y la alianza entre familias, para compartir el trabajo de maquila, clientes y proveedores. Tienen características gremiales que limitan el libre acceso al sistema de producción y comercialización en la región del oriente de la cuenca de México. Por su extensión territorial, el número de personas integradas, la producción y el mercado ¿acaso no debemos considerar, la región de Texcoco, un distrito industrial, más aun, un clúster industrial? Este tiene características peculiares, como se ha visto en la información del texto, que pueden verse como ajustes realizados a través del tiempo, que permiten el éxito del sistema.

Por último, Chiconcuac guarda paralelismos estructurales y funcionales con otras comunidades como la de Santa Cruz Atizapán, de origen prehispánico, con una estructura campesina, enfrentada a un agotamiento o desaparición de sus recursos naturales, con una intervención del Estado y cercanía al centro económico, político y cultural más importante del país. Principalmente guarda algunas diferencias, como es el hecho de que en Chiconcuac, la cultura de manufacturas de fibras para textiles y vestido es ancestral, tener un control sobre el tianguis, estar en un sitio comunicado. En comparación con Santa Cruz Atizapán, cuyo desarrollo en la industria del vestido se da en los últimos 64 años.

Bibliografía

CHAYANOV, Alexander

1966 *The theory of peasant economy*. Daniel Throener, Basile Kerblay ref Smith (Ed). Illinois: The American Economic Association, Translation association series. Home Wood.

DIRECTORIO ESTADÍSTICO NACIONAL DE UNIDADES ECONÓMICAS

2013 En: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>. México: INEGI, Gobierno del Estado de México.

DECRETO DE LA XLV LEGISLATURA

2013 Decreto 216 de 10 de mayo de 1975

- En: <http://www.edomex.gob.mx/portal/page/portal/legistel/decretos/legislativo/XLV-legislatura>. Estado de México: LEGISTEL-Consejería Jurídica.
- DOMENECH ARANDA, Ma. Cristina
 1979 “Procesos de cambio y transformación de dos comunidades campesinas: Mesón Viejo y Chiconcuac”. Tesis de Licenciatura en Antropología Social. México: Universidad Iberoamericana.
- ELIZALDE, Ángeles, Gloria, Margarita, María
 1986 Santiago Cuautlalpan. Una comunidad rural en proceso de cambio. Tesis que para obtener el título de Licenciado en Antropología Social Presenta. México: Universidad Iberoamericana.
- GIBSON, Charles
 1967 *Los aztecas bajo el dominio español 1519-1810*. México: Siglo XXI.
- GONZÁLEZ JÁCOME, Alba
 1991 *La Economía desgastada. Historia de la producción textil en Tlaxcala*. México: Universidad Autónoma de Tlaxcala, Universidad Iberoamericana.
 2008 “De las manos tejedoras a las fábricas textiles: el nacimiento de una industria en Tlaxcala”. En: *Tlahcuilo 4, Boletín del Archivo Histórico del Estado de Tlaxcala*. La industria textil en Tlaxcala. México: Gobierno del Estado de Tlaxcala y Colegio de Historia de Tlaxcala, pp. 9-24.
- GONZÁLEZ JÁCOME, Alba, Silvia del Amo Rodríguez y Francisco D. Gurri
 2007 *Los nuevos caminos de la agricultura: procesos de conversión y perspectivas*. México: Universidad Iberoamericana y Editorial Plaza y Valdes. México.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI)
 2014^a Censos y Conteos de Población y vivienda.
 En: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/default.aspx>. Consultado octubre de 2014. México: INEGI.
- PALERM, Ángel y Eric Wolf
 1972 *Agricultura y civilización en Mesoamérica*. México. Sepsetentas.
- PÉREZ LIZAUR, Marisol y Scarlett Zamora Wasserman
 2010 “El mercado de ropa de Chiconcuac como detonador del desarrollo regional”. En: Magazine Roger y Martínez, Saldaña, Tomas (Coords); *Texcoco en el nuevo milenio*. México: Universidad Iberoamericana.
- SALES COLIN, Jesús
 2011 *La gestión del hombre en Santa Cruz Atizapán, Estado de México: Cambio económico, social y cultural y su impacto en el ambiente 1940-2011*. Alemania: Editorial Académica Española.
 2013 “Los Talleres familiares de Santa Cruz Atizapán, Estado de México, 2012”. En: *Perspectivas Latinoamericanas*. Japón: Centro de Estudios Latinoamericanos. Universidad Nanzan, Nagoya, No. 10, pp. 102-114.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA.
 2003 “Programa para la Competitividad de la Cadena Fibras – Textil – Vestido”. México: Secretaría de Economía.
- STEWART, H. Julian
 1963 *Theory of culture change: the methodology of multilinear evolution*. Urbana: University of Illinois.