

# **UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA**

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial  
del 3 de abril de 1981



“EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ARTESANOS DE GUADALUPE YANCUICTLALPAN”

## **TESIS**

Que para obtener el grado de:

**DOCTORA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

Presenta

**AZUCENA BETANZOS GONZÁLEZ**

Directora: Dra. Martha Areli Ramirez Sánchez

Lectores: Dr. Hans Lundberg

Dr. Roger Magazine

## INDICE

Agradecimientos	4
Introducción	5
Acotando la experiencia de campo	10
I. ¿Qué es eso que llaman emprendimiento y cómo se vincula con la antropología social?	18
1.1. A manera de Introducción	18
1.2. El Emprendimiento en Cantillon, Smith, Schumpeter y Drucker	18
1.3. El emprendimiento desde la administración	26
1.4. La aportación de Bourdieu al emprendimiento	29
1.5. La antropología Económica y su aportación al análisis del emprendimiento	30
1.6. Convergencias teóricas	40
1.7. Emprender en México - De emprendedor a empresario	43
1.8. Historia de la Casa del Artesano ‘José Pérez Delgadillo’ en Gualupita	47
II. Emprendimiento Regional y su relación con el caso de Guadalupe Yancuictlalpan	56
2.1. A manera de Introducción	56
2.2. La teoría de clusters y de las proximidades en el estudio del emprendimiento	56
2.3. Antecedentes históricos y económicos de Santiago Tianguistenco	62
2.4. El entorno de Tianguistenco	66
2.5. El Parque Industrial de Santiago Tianguistenco	71
2.6. Análisis socio - económico de Tianguistenco y sus localidades	73
2.7. Gualupita - Descripción del entorno económico	79
2.8. Cambios en el entorno de Gualupita como consecuencia del corredor industrial	83
2.9. El emprendimiento desde lo local	87
III. La acción emprendedora manifestada en la vida religiosa de Gualupita	89
3.1. A manera de Introducción	89
3.2. Sociología y religión	89
3.3. El emprendimiento y su contexto socio - cultural	93
3.4. Antropología, intercambio y religión	95
3.5. Religión en México	98
3.6. Religión en Gualupita - Antecedentes históricos	102
3.7. Vida religiosa en Gualupita	111

3.8. Emprendimiento y vida religiosa en Gualupita	120
IV. Emprendimiento e Identidad	123
4.1. A manera de Introducción	123
4.2. La aportación de la sociología al estudio de la identidad	123
4.3. La antropología social en la construcción del concepto de identidad	125
4.4. La Identidad de Xalatlaco	127
4.5. El comercio y la identidad religiosa en Santiago Tianguistenco	130
4.6. La Identidad religiosa y artesanal en Gualupita	133
4.7. La importancia de Gualupita para Tianguistenco	142
4.8. La aportación de la identidad artesanal y religiosa a la economía de Gualupita	146
4.9. La identidad como catalizador de la economía	147
Reflexiones finales	149
Lista de figuras	153
Lista de tablas	158
Apéndice 1: Cita en francés del texto de Cantillon	159
Apéndice 2: Industrias en la región	161
Apéndice 3: Miembros ITAC	163
Referencias	164
Información Gubernamental	173
Fuentes de estadísticas	174
Artículos en internet	176
Páginas usadas de Internet	178
Referencias de imágenes usadas	179

## Agradecimientos

Quisiera agradecer a todas las personas que hicieron posible el desarrollo de esta tesis. En primer lugar a mi esposo, por su infinito apoyo y motivación, sin los cuales éste resultado no habría sido posible. Le agradezco también su tiempo y las reflexiones que elaboramos en torno al emprendimiento en todas sus formas. El diálogo siempre promueve el cuestionamiento y la reformulación en búsqueda de una mejora constante. A mis padres, quienes me enseñaron que el trabajo, la responsabilidad y la constancia son valores esenciales en la formación de la persona. A mi hijo, mi mayor motivación, en quien deseo que trascienda el valor del esfuerzo, la dedicación y la convicción. A la Dra. Martha Areli Ramírez, cuya confianza y apoyo constante fueron base para la planeación, desarrollo y conclusión de éste trabajo. Sus comentarios, cuestionamientos y metodología fueron una constante motivación y reafirmaron la intención de seguir investigando el emprendimiento. Ella fue una guía en este proceso de aprendizaje. A los artesanos de lana de Gualupita, quienes me abrieron la puerta de sus hogares, de sus talleres, de sus vivencias y planes. Especialmente a Don Tito, quien me abrió las puertas de Gualupita para poder acercarme a los artesanos y conocer más sobre ellos. A Doña Amanda, quien siempre me recibió de brazos abiertos. A Don José, Don Jorge, Don Sixto, Doña Rosa, Don Epifanio, Don Neri, Don Efrén y Mayor, quienes me mostraron sus talleres, me contaron sus vivencias y recuerdos. Y a todos aquellos artesanos con los que sólo pude compartir pequeños momentos, pero que me dejaron gran aprendizaje. Gracias por dejarme entrar en sus vidas y ser participe de ellas. Al Dr. Hans Lundberg y al Dr. Roger Magazine quienes con sus comentarios orientaron la versión final de éste trabajo. A CONACYT, cuyo apoyo fue indispensable para tomar la decisión de estudiar el doctorado. Y a la Universidad Iberoamericana, mi alma mater, lugar que siempre me ha hecho sentir como en casa.

## Introducción

El objetivo de esta investigación giró en torno al análisis del concepto emprendimiento, así como sus cambios y continuidades en una comunidad del Estado de México: Guadalupe Yancuictlalpan, en adelante mencionado sólo como Gualupita y que forma parte del municipio de Santiago Tianguistenco. Es importante mencionar que dicho tema se ha analizado desde la antropología social, para ser sensible al contexto que puede habilitar o inhibir el emprendimiento. En México, por ejemplo, hemos estado más acostumbrados a hablar de empresarios que de emprendedores. Y éste último termino ha sido asociado a jóvenes profesionistas, sin considerar que cualquier persona puede ser un emprendedor, como se dejará en claro en el capítulo 1. Ésta tesis pretende mostrar esto, con el caso concreto de los artesanos de lana de Gualupita. Para lograrlo se tomó prestado de la economía el concepto de “emprendimiento” y se llevó a cabo una investigación etnográfica, en la que se colectó información cualitativa mediante el uso de las técnicas de la antropología social<sup>1</sup>: la observación participante en el trabajo de campo con los artesanos, las entrevistas semi-estructuradas, entrevistas en grupo, el uso de fotografías etnográficas, el uso del diario de campo para la colecta de la información y por último la investigación documental sobre la historia y los antecedentes de Gualupita y sus localidades vecinas. La observación participante se llevó a cabo desde la primera inserción en campo, en junio de 2015, las entrevistas se realizaron a artesanos de lana de Gualupita, así como a comerciantes de Gualupita y personal del ayuntamiento en Santiago Tianguistenco, las fotografías fueron tomadas en toda la región para recopilación de información y el diario de campo fue usado en todas las interacciones con habitantes de la región para el desarrollo de ésta investigación. La revisión documental se llevó a cabo en diversos momentos. Algunas entrevistas fueron grabadas previa autorización de los entrevistados. Sin embargo toda la información recabada se colocó en diario de campo para su posterior clasificación por tema y análisis del dato empírico a la luz de la teoría social y económica.

La pregunta de investigación que se pretende responder con éste trabajo es: ¿El emprendimiento es siempre individual?, para lo cual se plantearon preguntas secundarias que

---

<sup>1</sup> Para conocer más, consultar el libro: La investigación antropológica de Anastasia Tellez.

servieran de guía: ¿El emprendimiento actual es algo exclusivamente aplicable a los empresarios y ejecutivos o puede ser encontrado en cualquier ámbito productivo?, ¿El emprendimiento es algo exclusivo para clases sociales medias y altas? ¿Cuál es el entorno que habilita esos emprendimientos? ¿Cómo influye el contexto? Estas preguntas surgieron porque el concepto emprendedor es aplicado a profesionistas, mientras que en otros entornos se habla de artesanos, o comerciantes; se habla de changarros o negocios, en vez de emprendimientos. El lenguaje usado acota y limita lo emprendedor a una esfera privilegiada. Por lo tanto, invisibiliza y deja de lado la relevancia de los emprendimientos totales. Por ello, la relevancia de ésta investigación para hacer visible la necesidad de reconocer el emprendimiento en todas sus formas y en todos sus contextos. Dado que la teoría administrativa no tiene una tradición de investigación profunda y empírica que la antropología sí, es que se decidió investigar el tema desde ésta última epistemología. En virtud del tiempo y los recursos que se tuvieron para llevar a cabo ésta investigación, sólo se ha analizado el emprendimiento en la comunidad de Gualupita, sin embargo, se hace necesario considerar los elementos del emprendimiento e identificarlos en otras unidades de análisis.

Esta inquietud surge dada la formación y el acercamiento de la autora con diversos emprendedores a lo largo de su vida profesional y académica. Como estudiante de la licenciatura de comunicación en la Universidad Iberoamericana en la Ciudad de México, en el período de 2002 a 2006, se tuvo la oportunidad de realizar trabajos de investigación. Entre ellos el que más impactó generó en la autora fue el llevado a cabo en la Escuela para perros Guía I.A.P. en la delegación Xochimilco, bajo la tutela del profesor Alejandro Ayala, en el que se pudo conocer a una mujer emprendedora e invidente. La historia de Silvia, fundadora de dicha escuela, quien aún sufriendo discriminación, en un México en el que no existían los perros guía, se armó de los medios para viajar a Estados Unidos y conseguir un perro guía, así como el conocimiento y la motivación para traer dicho modelo a México. Su ejemplo fue un motivante que serviría para ejemplificar que es posible hacer las cosas cuando se quiere. Ella obtuvo los medios para hacer posible su escuela, como la obtención del terreno en que la construyó por parte del gobierno. Dicho caso fue tan impactante que se continuó trabajando con la escuela por un año, como una actividad social en la que se desarrolló un plan estratégico de marca, mediante el cual se

pretendía poner al alcance de la escuela una guía base que diera identidad a la organización y que sirviera para darse a conocer, sus valores y sus actividades, así como para obtener fondos económicos, a partir del conocimiento del impacto social que la escuela estaba generando.

Como parte de la investigación social llevada a cabo en la carrera y la aplicación del conocimiento adquirido en casos reales, se trabajó también con una clínica del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) en Cuautitlán Izcalli, en el que se llevaban a cabo terapias psicológicas y pedagógicas para personas de escasos recursos. Se realizó un diagnóstico de relaciones públicas en el que se llevó a cabo investigación cualitativa y cuantitativa mediante aplicación de encuestas, entrevistas semi estructuradas y observación participante, en el que se analizó la imagen percibida de la institución por miembros de la comunidad a la que beneficiaba. Al final se ofreció un plan de mejora para incrementar la productividad de los empleados y la satisfacción de los beneficiados. Posteriormente se realizó servicio social en el Consejo Nacional para la Prevención de la Discriminación (CONAPRED) en la Dirección de Comunicación. Ahí se tuvo la oportunidad de acudir a diferentes ponencias y talleres sobre el problema de discriminación en México. De las cuales se elaboraban boletines de prensa, así como informes para su transmisión en radio. Asimismo se llevó a cabo análisis de tipo cuantitativo y cualitativo sobre la problemática nacional, los medios en los que se difundía dicha información y las nuevas propuestas de empresas incluyentes.

Al terminar la carrera se trabajó en el área de mercadotecnia digital de una empresa global en Santa Fé, en la Ciudad de México. Ahí se tuvo la oportunidad de trabajar de cerca con personas de culturas diferentes a la propia: con españoles, portugueses, suizos, letones, y norteamericanos. La experiencia fue enriquecedora en muchos sentidos. Quedo claro que cada cultura tenía formas particulares de hacer las cosas. Así, mientras los españoles y portugueses eran más relajados, no así los mexicanos y norteamericanos con los que me tocó trabajar. Marcelo, el suizo, era sin duda el que más motivaba al grupo de trabajo; hablando 8 idiomas y habiendo tenido la oportunidad de viajar alrededor del mundo, a sus escasos 32 años representaba un ejemplo, más que como jefe, como líder. Buscaba siempre el aprendizaje y enriquecimiento de todo el equipo. Fue él quien impulsaría el posterior estudio de un Diplomado en Marketing, como una manera de seguir adquiriendo conocimiento. En esa época aún no

existían cursos especializados de Marketing Digital como hoy día. Las empresas para las que trabajé: Movilisto y Timwe fueron pioneras en la venta de contenidos digitales para los móviles en los años 2006 a 2008. Siendo una joven de 23 años fue gratificante contar con la confianza de la organización para asignarme el puesto de gerente en donde era responsable de un grupo de 8 personas de diferentes áreas y disciplinas. Tratar de entender sus particulares perspectivas fue esencial para coordinar el trabajo de todos y dar resultados a la organización para la que trabajábamos. Así como tuve un cubículo para trabajar, tuve una silla en una mesa y un escritorio propio. Tuvimos oficinas en Regus, cuando apenas se posicionaba en México como un Hub en el que todos los emprendedores podían acceder y tener su oficina propia. El esquema de la empresa tradicional se estaba transformando hacia modelos más abiertos a los que cualquiera podía acceder. Entre las funciones estaba capacitar y supervisar en términos de mercadotecnia, publicidad y diseño. Asimismo se mantenía una relación constante con otras empresas globales como Televisa, Multimedios, y agencias de mercadotecnia. También se tenía que trabajar con proveedores que unían nuestros anuncios en uno solo para su entrega a Televisa, así como con proveedores de contenido digital a nivel mundial. Hubo mucho aprendizaje en términos de innovación, de trabajo en equipo, de liderazgo y de colaboración internacional. Se trabajó con centros de llamadas o call center en otro país y en la planeación de campañas en Google Adwords, para lo cual se requería el dominio del idioma inglés.

Para el año 2008 casi concluía un diplomado en mercadotecnia en el Tec de Monterrey en Santa Fe, en el que se revisaron diversos aspectos relacionados a la creación, desarrollo y control de una organización. Se revisaron balances, estado de resultados y estrategias innovadoras que darían impulso a una empresa. Ahí se dio cuenta de que varios de los estudiantes eran emprendedores o bien, trabajaban en empresas familiares y querían adquirir conocimiento para mejorar dichos emprendimientos. Tomaban un diplomado en una universidad de renombre para poder aplicar lo aprendido en sus proyectos. Los perfiles eran variados, desde los jóvenes que buscábamos conocimiento sin tener un emprendimiento propio, los jóvenes que trabajaban en empresas familiares y las personas de 50 años que habían decidido dejar de trabajar como empleados y emprender. Se tomó conciencia de lo mucho que hacía falta por aprender relacionado a la administración de una organización y se realizó el proceso de inscripción a la

Maestría en Administración en la Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE) del Tec de Monterrey campus Estado de México. Ésta nueva etapa estuvo llena de aprendizaje; no sobre el origen de la administración, sino sobre cómo aplicar estrategias de control en una organización. Se revisaron temas como mercadotecnia, estrategias de servicios, finanzas, análisis de escenarios, el funcionamiento de las franquicias, los recursos humanos, la cultura organizacional, la mercadotecnia global, la motivación y el impulso del empresario, el liderazgo y en el área particular de innovación y emprendimiento, todo lo relacionado a la creación de un proyecto emprendedor, desde la concepción de la idea hasta la ejecución. Como parte de las prácticas profesionales requeridas por la Maestría se tuvo la oportunidad de trabajar en una incubadora de reciente creación, surgida como un emprendimiento por estudiantes del Tec de Monterrey, en Naucalpan. Ellos, como nosotros, recién aprendían cómo ayudar a otros emprendedores a volver realidad sus proyectos. Dentro de sus concesiones habían conseguido una casa dúplex para montar sus oficinas, de manera gratuita a cambio de volver realidad un proyecto familiar: un restaurante de comida corrida. Se acercaron todo tipo de personas que ya eran emprendedores. No se trataba de profesionistas, ni empresarios, ni personas que pudieran pagar una capacitación en el Tec de Monterrey, sino personas que tenían su pequeño emprendimiento y muchas de las veces ni siquiera sabían si con su negocio realmente ganaban dinero o perdían. Tratar de crear un modelo de negocio de un proyecto que ya está en funcionamiento y del cual sus fundadores no saben bien qué hacer fue todo un reto. Desde comunicar lo que emprendimiento significaba hasta buscar la manera de decirles que ellos ya eran emprendedores empíricos, pues sin planeación ya estaban emprendiendo. Se trabajó poniendo por escrito las ideas que tenían, se hicieron números de sus gastos y sus ingresos, se hicieron proyecciones a futuro de sus negocios, se creó su imagen corporativa: su logotipo y su eslogan, se redactó lo que era su misión, su visión y sus valores, se trabajó en diferentes formas de innovar lo que ya hacían para que se mantuvieran vigentes. Era una manera de trabajar con emprendimientos al revés de la teoría. No desde la planeación, sino desde la ejecución. Como parte del proceso de titulación se tenía que trabajar en la creación de un modelo de negocio, en el cual se plantearon todos los temas vistos en la maestría. La titulación de dicho programa fue en diciembre de 2010. En el año 2011 a 2014 se observó de cerca un emprendimiento familiar, lo

que llevó a plantear más preguntas sobre el emprendimiento, sobre las empresas familiares, sobre las pymes, sobre el entorno que posibilitaba e inhibía el desarrollo de distintos proyectos. Razón por la que se dio un regreso a las aulas en búsqueda de un programa mediante el cual se pudiera analizar el fenómeno emprendimiento, desde la academia y con el soporte teórico y metodológico que lo abordara. Hubo un acercamiento al doctorado en administración, impartido en el Tec de Monterrey Ciudad de México, sin embargo, se consideró que el doctorado en antropología social de la Universidad Iberoamericana, tenía tradición en investigación y las herramientas necesarias para analizar el emprendimiento en la vida real. Analizar al hombre más que al desarrollo de la organización permitiría entender las lógicas detrás de los diferentes tipos de emprendimientos.

Al elaborar el protocolo de investigación se observó que había poca información académica en torno a los emprendimientos, no había estudios serios y profundos que implicarían una teoría y un análisis en torno a estos. Analizar el emprendimiento desde la antropología social representaba un reto. A lo largo de los estudios de doctorado se pudo hacer trabajo de campo con artesanos de lana de Gualupita, y con emprendedores sociales de la Ciudad de Oaxaca. Asimismo se llevó a cabo investigación de diferentes propuestas teóricas en torno a las cooperativas, las nuevas organizaciones de base humana, la innovación social, las organizaciones del tercer sector, los hubs, los fablabs, el trabajo colaborativo incrustado en la red virtual, la economía social y solidaria y las unidades domésticas. Sin embargo, en todas ellas se puede apreciar el emprendimiento, por lo que se consideró más relevante analizar el emprendimiento, más que cualquiera de esas aproximaciones.

### **Acotando la experiencia de campo**

Hacer trabajo de campo en Gualupita, Estado de México mostró la apertura que tenían los artesanos ante los extraños, cuando mostraban curiosidad e interés por lo que hacían. Se manifestó el orgullo de los artesanos por serlo, por ser un símbolo del cual otros querían aprender. Se tuvo la oportunidad de trabajar con gente sencilla y humilde, quienes abrieron su mente, sus talleres y sus hogares para contar sus historias, sus experiencias y sus sentimientos al crear una prenda. Narraban en pasado y en presente, la manera en que crecieron y

experimentaron los cambios que vivió la artesanía de la que vivieron sus padres. Hacían observaciones con añoranza sobre lo que había sido su tradición y sobre lo que era, sobre como ellos eran el ejemplo de artesanos de la zona, de lo orgullosos que se sentían de tener su Casa del Artesano y de sus muchos planes a futuro para dar a conocer su trabajo al mundo. Hablaban de otras épocas en las que había más turismo, en las que llegaban camiones llenos de gente sólo a hacer compras en Gualupita, de las marías, que se asentaban en la plaza principal de Gualupita y para las cuales, más que llegar a vender, hacían relaciones sociales en la comunidad. Hablaban del pasado, cuando iban al río a bañarse, a lavar la lana, a nadar. De que antes tendían los hilos de lana en la calle y todos hacían lo mismo, mientras que hoy era muy fácil adquirir el hilo. Narraban que sus hijos no tejían mucho y que les preocupaba que se perdiera la tradición. También describían a un artesano que había ganado premios, que era el mejor artesano de lana del mundo, aunque no mencionaban su nombre. Tomó tiempo conocerlos más a fondo, para que contaran que en realidad sí tenían problemas de agua y que les hacían falta apoyos y política pública para el incremento de sus ventas. Para que dijeran que era muy difícil llevar sus prendas a FONART. Y sin embargo, el hecho de que sólo hablaran cosas buenas de su comunidad y de los artesanos en su conjunto era algo positivo. Hablaba de su cultura hacia los extraños. De sus ganas de atraer más gente y contar sólo lo positivo. Una vez que se hizo la primera inserción en campo, existieron varios proyectos en los que la investigadora participó y que enriquecieron su formación como antropóloga.

Se trabajó en el proyecto de investigación de la Dra. Carmen Bueno buscando a los chicos del Instituto Politécnico Nacional (IPN) que habían participado de un concurso internacional en ingeniería automotriz llevado a cabo en Estados Unidos, llamado PACE. Se logró establecer contacto con los chicos que participaron en concursos anteriores y se logró entrevistar a los actuales. En la Universidad Iberoamericana se llevaron a cabo entrevistas semi estructuradas con jóvenes estudiantes que participarían en el proyecto PACE 2015 y se observaron las diferentes estrategias desarrolladas por los jóvenes para generar experiencias y aprendizaje. Por un lado, en la Ibero, había chicos que inscribían una materia al semestre para continuar asistiendo a los concursos internacionales y seguir generando redes. Mientras que los

chicos del Poli tenían que conseguir fondos y dormir en una camioneta con tal de llegar a su destino. También se realizó netnografía en páginas de internet, así como en sus redes sociales.

Un año después de hacer trabajo de campo con los artesanos de lana de Gualupita, en el verano del 2016, se tuvo la oportunidad de ir a la Ciudad de Oaxaca como parte de la investigación de la consultoría Spectron, liderada por la Dra. Sandra Alarcón. Ahí se entrevistó a los responsables de distintas cajas de ahorro, que se constituían en Oaxaca como una forma alterna a los bancos y una manera de acercarse a las personas. Eran una alternativa en la que se podía conseguir fondos de manera más flexible que en un banco y bajo esquemas colectivos, no sólo individuales. Estando en Oaxaca, se identificaron las instalaciones del primer Impact Hub Social de América Latina y aún cuando se llegó a sus oficinas, se descubrió que hacía meses estaban vacías. Se trataba de un hub que ya sólo existía en las redes sociales pues tenían más de un año de no estar en operación en Oaxaca. Se tuvo que viajar al lugar para enterarse de ello. Se estableció comunicación con ellos estando en la ciudad de México y nunca aclararon que ya no existieran. Fue estando en Oaxaca e indagando con los vecinos del lugar y directamente con jóvenes en la Fundación Alfredo Harp Helú, en el centro de Oaxaca, que nos dimos cuenta de que ya no había Hub. Lo que nos llevo a La Ceiba, un emprendimiento social ubicado a una cuadra de lo que eran sus oficinas y en donde nos facilitaron el número telefónico de quién había sido la fundadora y directora. A partir de ese momento se estableció comunicación con Julieta, quien nos contó lo que había pasado con el Hub. Ella, su esposo y su equipo de colaboradores fueron muy amables al contarnos la manera en que llegaron a trabajar ahí, como lo vivieron, los cambios a los que se enfrentaron, la cultura organizacional que se vivía, los visitantes que tenían, los viajes que hacían. Nos contactaron con otros fundadores, con los que pudimos establecer comunicación. Nos enteramos de que todo el equipo inicial salió del Hub y cada quien desarrolló otros emprendimientos. Se hizo notorio que existía en Oaxaca un ecosistema emprendedor que estaba generando el arranque y desarrollo de varias iniciativas sociales en la ciudad, colaborando con artesanos y agricultores. Asimismo existían varios colectivos de jóvenes trabajando en capacitar a la gente en nuevas tecnologías y en recuperar las tradiciones de la región, como la lengua zapoteca. Llamó la atención que estos jóvenes creadores del colectivo Alfa, de sólo 18 años habían surgido de un grupo católico, al igual que los chicos de Gualupita que consiguieron

la Casa del Artesano. Estos jóvenes de Oaxaca habían trabajado con la iglesia llevando comida a personas desamparadas y después de haberlo hecho se habían dado cuenta de que esas acciones no eran suficientes. Por lo que se dieron a la tarea de aprender más y de transmitir sus conocimientos a las comunidades. Estas dos prácticas de campo trajeron consigo mucho aprendizaje y se observó que las personas querían compartir el conocimiento con sus pares, que existían emprendedores, como dice Schumpeter (1949) en su ensayo *Economic theory and entrepreneurial history*, surgiendo de cada esquina y de todos los rincones del mundo. Ninguno de ellos necesitaba saber lo que era un emprendedor, ni las características que se suponía debían de tener. Ellos simplemente lo hacían. Tanto los artesanos como los jóvenes de Oaxaca contaban con la perseverancia, las ganas, la motivación, el esfuerzo constante, la preocupación. No por generar algo nuevo, sino por innovar para mantener ciertas tradiciones presentes. Ellos no pensaron en innovar, ni hicieron un plan de negocios, ellos sólo emprendieron y siguieron ciertos pasos, a veces con prueba y error. Ellos no consideran que lo saben todo, son conscientes de que hay un aprendizaje diario. No aprendizaje en las aulas, sino un aprendizaje de las personas, de los otros. Tienen una curiosidad que los lleva a ver las cosas desde diferentes perspectivas y tratan de transmitir lo que aprenden a otros.

A la par de estos trabajos de campo se continuó trabajando con ellos, haciendo visitas a Oaxaca, haciendo visitas a Gualupita, haciendo más entrevistas semi estructuradas. Se asistió a diferentes ferias de productos naturales, orgánicos y sustentables a los que asistieron los chicos de Oaxaca. Al trabajar con productores traían consigo cosas como café, chocolate, cremas y productos cosméticos elaborados de manera artesanal. En esos lugares se pudo conocer a más y más emprendedores que estaban haciendo algo de manera local, algunas veces familiar y estaban ingresando en estas ferias para comercializar sus productos. Se tuvo la oportunidad de invitar a los artesanos de Gualupita a la Feria Manos Abiertas organizada en la Universidad Iberoamericana y así pudieron participar en ella 2 años, gracias al apoyo de la Mtra. Lomelí. En dicha feria en la Ibero también se estableció contacto con otros emprendimientos familiares. Desde 2016 se tuvo la oportunidad de impartir clases en la Universidad Iberoamericana gracias a la confianza de la Dra. Martha Areli Ramírez. Se comenzó impartiendo la clase de Cultura y Subjetividad para la licenciatura en Psicología y posteriormente la clase de Diversidad

Sociocultural y Consumo para los estudiantes de la licenciatura en Mercadotecnia y Arquitectura. Gratamente se observó que las psicólogas eran chicas muy emprendedoras. Se ha tenido la oportunidad de ver diversos proyectos, entre ellos una iniciativa de biblioteca en una zona de Hidalgo logrando articular a los habitantes y capacitándolos en clasificación y préstamo de libros, así como unos chicos que trabajaban con niños en el tiradero del Bordo de Xochiaca, llevando dinámicas de dispersión para que pensarán menos en drogas, alcohol y violencia. En el verano de 2019 se tuvo la oportunidad de conocer un emprendimiento social de chocolate en la Ciudad de Oaxaca, con diversos reconocimientos internacionales, como parte del trabajo de investigación llevado a cabo por el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP). Nuevamente se hizo visible el ecosistema emprendedor en Oaxaca, en el que se trabaja de la mano con diversas redes sociales para la creación y fortalecimiento de sus emprendimientos.

El doctorado siempre se visualizo con el objetivo de analizar el emprendimiento y aún cuando se revisaron diversos temas y se hizo campo de distintos lugares, al final se tomó la decisión de analizar el emprendimiento en los artesanos de lana de Gualupita. Esto debido a que era una unidad de análisis en la que se podía apreciar de manera clara un ecosistema emprendedor en el que se apreciaban distintos conceptos estudiados durante el doctorado, como la cultura, la religión, la identidad, el trabajo colaborativo, las unidades domésticas de producción, otras formas de economía y el emprendimiento. Todas ellas subsistiendo a pesar de que su entorno era muy distinto. Se halló un entorno fuertemente local en una interacción armoniosa con su entorno global. Por eso llamo la atención su existencia y se volvió relevante su análisis. Como se explicó antes, se tomó la decisión de hacer una investigación del emprendimiento desde la antropología social. Sin embargo, en su proceso éste trabajo tomó prestado el concepto emprendimiento de la economía y se ayudó de las ciencias sociales, como lo son la sociología, la antropología social, la antropología económica y la administración para comprenderlo y explicarlo. Al ser un tema poco abordado por la antropología social, a excepción de autores como Strathern y Fredrick Barth, es que se consideró necesario explicar el origen del concepto en la teoría del economista francés Richard Cantillon en 1755 y lo que economistas como Schumpeter, Smith y Drucker aportaron a su construcción. Para analizar el ecosistema emprendedor de los artesanos se consideraron cuatro capítulos; el primero enfocado en la

revisión teórica del origen y la construcción del concepto emprendimiento, así como su origen y contexto en México, el segundo que es un análisis de las unidades económicas de la región en conjunto con los antecedentes históricos que configuraron dichas actividades, el tercero que se refiere a la influencia de la religión católica para el emprendimiento de los artesanos y el cuarto, en el que se vinculan las actividades económicas y la religión con su pasado histórico para hablar de identidad religiosa y artesanal. Para hacerlo se hizo una investigación de tipo cualitativo, mediante el trabajo de campo llevado a cabo en Gualupita, en donde se realizó observación participante así como entrevistas semi estructuradas con los artesanos de lana, los vendedores de hilo y personal de la oficina de desarrollo económico de Santiago Tianguistenco. Asimismo se llevo a cabo una investigación documental sobre la historia de Gualupita y sus comunidades vecinas para ubicar el origen de la actividad artesanal. Se observo que el mapa de Santiago Tianguistenco mostraba cambios en la distribución del territorio, razón por la que se profundizó en el pasado histórico de la región, para comprender sus cambios y continuidades. El método de análisis histórico comparado fue de gran ayuda para distinguir las motivaciones que dieron origen a la identidad particular de las comunidades, así como al desenvolvimiento de sus actividades productivas.

En el primer capítulo se llevó a cabo una revisión teórica del concepto emprendimiento desde la teoría económica de Richard Cantillon (1755), Adam Smith (1776) y Joseph Schumpeter (1949). Se consideraron estos autores por ser economistas clásicos, cuyas propuestas han sido avaladas y reconocidas, no sólo para la economía, sino para las ciencias sociales y la administración. Asimismo dan cuenta del proceso evolutivo que ha tenido el concepto emprendimiento. Posteriormente se presentó un análisis desde la administración en el que se enfatiza la importancia de la cultura y el contexto para el desarrollo de emprendimientos. Relevante para la investigación dada la epistemología antropológica que considera el entorno cultural de los individuos. Se expuso también la aportación sociológica de Bourdieu para la comprensión del fenómeno social y finalmente se cerró con las aportaciones teóricas de los antropólogos: Polanyi (1944), Mauss (1950), Frankenberg (1967), Strathern (1972), Appadurai (1986), Narotzky (2004) y Ortiz (2005) para el entendimiento de las implicaciones del emprendimiento. En el segundo capítulo se hizo una revisión de la teoría que explica el

fenómeno del emprendimiento regional, por lo que se presentaron las propuestas de Boschma (2005) y Ramírez-Pasillas (2007) en torno a la importancia de las proximidades para la generación de innovaciones y emprendimientos. También se muestra un análisis cuantitativo de las unidades económicas de la región mediante un trabajo comparativo de información proveniente de INEGI. Para establecer la importancia cultural del contexto se presenta una investigación documental de los antecedentes históricos y comerciales de la región. Así como la etnografía de la región mediante una descripción densa de lo visto, las industrias presentes y los diferentes tipos de unidades económicas. Para luego analizarlas a través de la teoría y sustentar la importancia de Gualupita como centro artesanal regional. En el tercer capítulo se llevó a cabo una investigación documental de la religión católica en México, por ser la que más sobresale en la unidad de análisis Gualupita. Para mostrar su influencia en el desarrollo social de la región se exponen los antecedentes históricos y su presencia actual, así como las diferentes maneras en las que articulan las interacciones entre los habitantes de la comunidad. Para lograrlo, se hace uso del concepto antropológico de fiesta en la teoría de Monaghan (1990) y Magazine (2012) quienes han analizado dicho fenómeno en Santiago Nuyoo, Oaxaca y en Tepletlaoxtoc, Estado de México respectivamente. Se muestran también las propuestas sociológicas de Durkheim (1912), Weber (1905 & 1920), Cannetti (1983) y Blancarte (2007 & 2010) en torno a la influencia de la religión en el comportamiento social. Se consideró a los primeros dos autores por ser exponentes reconocidos en el análisis de las religiones, a Cannetti por su concepto de masa que se puede analizar en los diferentes movimientos religiosos y Blancarte por especializarse en la influencia religiosa para los mexicanos. Por último, en el cuarto capítulo se vinculan religión y actividad productiva para describir en términos antropológicos, con la teoría de Giménez (2000 & 2010), la identidad de los Gualupitenses. En esa construcción de la identidad se hace una revisión teórica del significado de cultura y el proceso de interiorización (Geertz, 1973) que tiene como resultado una identidad artesanal (Lopez Austin, 2010) y una identidad religiosa (Blancarte, 2007 & 2010) que promueve el emprendimiento entre los artesanos. Dado que identidad implica una autoafirmación y una diferenciación de los otros, se hace uso del análisis comparativo revisando los elementos que dan identidad a Xalatlaco, Tianguistenco y Gualupita; para afirmar lo que

caracteriza y es único de nuestra unidad de análisis. Finalmente se propone un esquema para analizar la influencia de la identidad en la generación de emprendimientos.

Aún cuando la tradición antropológica habla de objetos de estudio, se ha preferido considerar a todas las personas que aportaron información a éste trabajo como anónimos en las citas presentadas a lo largo de la tesis; pues así como ellos compartieron su vida en confianza, no se quiere exponer aquí la identidad de ninguno de ellos, más que para mostrar lo orgullosos que lucen en sus talleres. Todos, en su conjunto, aportaron al desarrollo y análisis de éste trabajo.

# I. ¿Qué es eso que llaman emprendimiento y cómo se vincula con la antropología social?

## 1.1. A manera de Introducción

En este capítulo se establecen los principios teóricos que serán usados en ésta tesis y sobre los que se construirán la reflexiones acerca del concepto *emprendedor*. En una primera parte se expone la teoría de Richard Cantillon (1755), Adam Smith (1776), Joseph A. Schumpeter (1949) y Peter Drucker (1985) que han sido un referente en temas económicos para académicos de todas las disciplinas. Posteriormente se mostrará la teoría contemporánea sobre el tema y la teoría sociológica de Bourdieu (1959) que ha servido para explicar los temas relacionados a negocios y sociedad. Para finalmente adentrarnos en el análisis llevado a cabo por antropólogos; en tema de emprendimiento y de antropología económica. A lo largo de toda la exposición teórica, se introducen notas etnográficas para analizar el dato empírico a la luz de la teoría propuesta. Al final del capítulo se expone la descripción densa de la Casa del Artesano José Pérez Delgadillo, lugar que fue clave en la investigación llevada a cabo por ser un símbolo de la artesanía de lana en la región.

## 1.2. El Emprendimiento en Cantillon, Smith, Schumpeter y Drucker

Para la elaboración de éste trabajo de investigación se ha considerado indispensable ahondar en el origen del concepto emprendimiento. En el siglo XVIII es el francés Cantillon quien en 1755 introduce el término *entrepreneur*. Lo hace en el capítulo 13<sup>2</sup> de su libro *Essai sur la nature du commerce en général (1755)*, el cual fue asimilado al inglés como *An Essay on Economic Theory*<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> La circulation & le troc des denrées & des marchandises, de même que leur production, se conduisent en Europe par des Entrepreneurs, & au hasard [La circulación e intercambio de bienes y mercancías, así como su producción, son llevadas a cabo en Europa por emprendedores, al azar]

<sup>3</sup> Es importante mencionar que al hacer la traducción del título del libro, del francés al inglés, se cambió el sentido del mismo. Colocando “teoría económica”, en lugar de “la naturaleza del comercio en general”.

...excepto por el príncipe y el terrateniente, todos los habitantes de un estado son dependientes. Pueden dividirse en dos clases, emprendedores y trabajadores contratados. Los emprendedores no tienen salarios fijos, mientras que los otros tienen salarios fijos mientras haya trabajo, aunque sus funciones y rangos pueden ser desproporcionados.

El general que tiene su pago, el cortesano su pensión y el servidor doméstico que tiene un salario, todos caen en ésta última clase. Todos los otros son emprendedores, ya sea que estén establecidos con capital para conducir sus empresas, o sean emprendedores de su trabajo propio sin capital, y se puede considerar que viven en la incertidumbre; incluso los mendigos y los ladrones son emprendedores de esta clase. Finalmente todos los habitantes de un estado derivan su vida y sus ventajas de la propiedad de los terratenientes y son dependientes.

Es verdad, sin embargo, que si alguna persona con salarios altos o algún gran emprendedor tiene capital ahorrado o riqueza (que es, si tiene reservas de trigo, lana, cobre, oro, plata o alguna mercancía en constante uso o circulación en un estado teniendo un valor real o intrínseco) puede ser considerado independiente tanto como el capital dure. Él puede intercambiarlo o adquirir una hipoteca, y recibir ingresos de la tierra y de préstamos públicos asegurados por la tierra. Él puede incluso vivir mejor que los pequeños terratenientes y comprar propiedades de algunos de ellos. [Traducción propia] (Cantillon, 1755/2010, pp. 75 - 76)

Como se puede observar, el autor comienza haciendo una división entre los emprendedores y los empleados, considerando que los primeros viven en incertidumbre, mientras que los segundos no. Explica que sus grados de independencia se basan en la cantidad

de capital con el que cuentan. Para Cantillon, el emprendedor tiene “...un espíritu alegre, una genialidad para la empresa y una determinación para alcanzar metas.” [Traducción propia] (Cantillon, 1755/2010, p. 174) Es relevante su propuesta pues la generó a partir de un análisis empírico, considerando el contexto de los diferentes tipos de emprendedores que surgían en la Francia de su tiempo. Conceptualización vigente pues expone lógicas que persisten en nuestro tiempo; personas que no tienen un salario y por decisión o por necesidad, emprenden y desarrollan ciertas habilidades para mover la economía, propia y de su entorno. En ésta tesis se revisará el caso empírico de los artesanos de lana de Gualupita, los cuales no siempre han sido artesanos, pues algunos han trabajado en la industria con un salario fijo. Sin embargo han preferido conservar su ocupación como artesanos de lana. Han preferido vivir en la incertidumbre económica manteniéndose activos en la producción de prendas.

...los comerciantes por mar y tierra, restauranteros, pasteleros, hoteleros, etc., así como emprendedores de su propia labor quienes no necesitan capital para establecerse, como los jornaleros artesanos, los cobreros<sup>4</sup>, las costureras, deshollinadores<sup>5</sup>, transportadores de agua, viven con incertidumbre y llegan a sus clientes. Maestros artesanos como zapateros, sastres, carpinteros, peluqueros, etc., quienes emplean ayudantes de acuerdo al trabajo que tienen, viven con la misma incertidumbre dado que sus clientes los pueden dejar cualquier día. [Traducción propia] (Cantillon, 1755/2010, p. 75)

Para Adam Smith (1776) los emprendedores reaccionan a los cambios económicos transformándose en agentes de cambio, transformando la demanda en oferta; detectando oportunidades y desarrollándolas. Para él, la riqueza proviene del trabajo. En *La mano invisible*

---

<sup>4</sup> Cobrero se le dice coloquialmente a aquella persona artesana que manipula el cobre creando piezas con él.

<sup>5</sup> En la época de Cantillon, existía la actividad de deshollinador, pues eran aquellos jóvenes que limpiaban el hollín de las chimeneas. Solían ser niños o jóvenes esbeltos que pudieran moverse con libertad dentro de la chimenea al hacer su trabajo.

(2008/2014) expone como la división del trabajo genera innovación, pues hace que una persona se enfoque en una sola actividad y que al mismo tiempo se vuelva más productiva. Ésta división del trabajo es tan natural del ser humano como lo es el truco y el intercambio de bienes. Por ello va generando oficios en el tiempo, como lo es el caso de los carpinteros o los tejedores de lana. Respecto a los últimos dice que el que teje no suele ser el mismo que hila. En el caso particular de Gualupita los artesanos son emprendedores en el sentido en que detectan oportunidades y las aprovechan, como las nuevas tendencias en ropa, gorros, blusas o suéteres. Toman lo novedoso y lo tejen; en lana, en estambre o en algodón, incrementando la oferta para que no se limite a sus tejidos tradicionales. Tejen ropa para perros hecha de lana dada la tendencia actual de cuidar a las mascotas como un miembro más de la familia. Ellos aprovechan la ventana globalizadora para tomar tendencias y tejerlas, como los gorros de lana estilo casco romano o gorros con rastas<sup>6</sup>. Al hacerlo se van especializando, pues aunque es una comunidad reconocida por sus artesanías de lana, no todos los artesanos elaboran el mismo trabajo. Existen artesanos que se especializan en tejer tapetes de lana, que a su vez son trabajados para marcas globales que los detallan y exportan a Europa, sin decir que son tapetes hechos por artesanos. Existen otros que sólo tejen cosas pequeñas como gorros, calentadores de pies, chalecos, calcetas y mañanitas<sup>7</sup>. Otros que realizan un trabajo exclusivo pues son los únicos que saben tejer en telar de pedal y elaboran las prendas más caras y especializadas. Cada gabán elaborado en telar de pedal cuesta al menos \$5,000 por el trabajo que implica. A algunos les gusta trabajar con lana de colores naturales, como lo son el blanco, el negro y el café. El gris lo hacen combinando el negro y el blanco y el negro casi nadie lo usa porque la lana es más cara que las anteriores. Refiere un artesano que un kilo de lana de color negro natural puede costar hasta \$80 el kilo, debido a que no hay muchos borregos de ese tono. Si requieren lana de color, hay artesanos especializados en teñir la lana. La mayoría usando lininas<sup>8</sup>, sin embargo hay algunos que saben teñir con tintes naturales, como grana, cochinilla,

---

<sup>6</sup> Rasta es el nombre popular de los *dreadlocks*: “tubos de cabello enredado que forman un tipo de peinado.” Definición de: <http://www.vidarasta.net/significado-dreadlocks-movimiento-rastafari/>

<sup>7</sup> Mañanita es una capa cerrada con un agujero para introducir la cabeza. En la parte de enfrente y de atrás terminan en pico. Hay de distintos materiales como lana, estambre, tela, algodón y de distintos colores y estilos. Son usualmente usadas por las mujeres.

<sup>8</sup> Tintas industriales para teñir la lana

añil y cáscara de nogal. Hay otros que trabajan con tela de lana; primero la tejen para convertirla en tela y posteriormente de ella confeccionan prendas, como chalecos, bolsas, manteles y cortinas. Este proceso de crear la tela se lleva a cabo en telares industriales "...de la segunda guerra mundial". Las máquinas tienen tanto tiempo que no hay técnicos que las reparen, por lo que quien las tiene debe saber usarlas y repararlas. Estos artesanos emprendedores son agentes de cambio, como lo narra Smith en el sentido en el que mueven la economía, como se mostrará al final del capítulo 4, en donde, mediante el mantenimiento de sus tradiciones generan derrama económica para la comunidad.

Siguiendo con la teoría, Schumpeter (1949/1989) consideró la manera en que el ambiente y la historia influyen al emprendedor, considerando más que al individuo, a una serie de habilidades emprendedoras que podían estar contenidas en una persona o en un grupo de personas. En el caso particular de los artesanos de Gualupita, aunque ellos no han creado una empresa, trabajan tanto individualmente como colectivamente para mantener vivas las tradiciones de las artesanías. Producen prendas de manera individual y al mismo tiempo trabajan en pequeños colectivos o unidades económicas familiares, además de estar inscritos en alguna asociación de artesanos. En su ensayo *Economic theory and entrepreneurial history* Schumpeter enfatiza la diferencia entre un hombre de negocios y un emprendedor; dice que enfocarse en el capital, la administración y la posesión de compañías no es lo mismo que ser emprendedor. "De hecho, el incremento de factores y particularmente del capital, fue el resultado y no la causa de lo que podemos identificar como actividad emprendedora" [Traducción propia] (Schumpeter, 1989, p. 262) Para él, en la segunda mitad del siglo XIX se pudo observar que los capitalistas no eran emprendedores y que los emprendedores no eran capitalistas. Considera que el emprendedor desarrolla un conocimiento tácito porque tiene hábitos, por ejemplo: sabe administrar recursos porque lo hace de manera constante. Y se vuelve líder mediante la práctica al lanzar nuevos proyectos e influenciar a la gente. Aunque no es emprendedor todo el tiempo, tiene hábitos que le dan cierto conocimiento y habilidades.

...desde que el emprendimiento esencialmente consiste en hacer cosas que generalmente no se hacen en el curso ordinario de una rutina de negocios, es esencial un fenómeno que viene bajo el aspecto más amplio del liderazgo. [Traducción propia] (Schumpeter, 1989, p. 259)

Como se describió, el capital no es esencial para el emprendedor descrito por Schumpeter (1989). “Ellos saludan desde todas las esquinas del universo social.” [Traducción propia] (p. 268) “...la necesidad de la función emprendedora no necesita estar encerrada en una persona física y menos en una persona en particular. Cada ambiente social tiene su propia manera de llenar esa función emprendedora.” [Traducción propia] (Schumpeter, 1989, p. 260) Este aspecto de emprendimiento, de acciones colectivas en pro de la enseñanza, suceden en Gualupita, como una forma de llenar la necesidad emprendedora. En Gualupita no se cuenta con un líder al que sigan todos los artesanos y quien conjunte en sí mismo todas las habilidades emprendedoras para tomar decisiones por todos, pero sí existen diversos grupos de personas que se asocian por voluntad para mantener sus tradiciones. Esta forma de emprendimiento colectivo les ayuda a ser más fuertes en diferentes sentidos. Las Unidades Domésticas o grupos familiares, (Ortiz, 2005) (Pérez Lizaur, 2010) en Gualupita, trabajan como una pequeña empresa, pues en ellas existe división del trabajo, especializaciones, áreas de producción, venta, promoción y capacitación. Asimismo existe una planeación, una organización, un desarrollo y un control de actividades, como se darían en una empresa, sin serlo. Las decisiones son tomadas de manera colectiva, se considera la experiencia de los mayores, que pueden ser los padres o los abuelos. Como asociaciones de artesanos tienen la posibilidad de acceder a ferias de artesanías en las que conjuntan esfuerzos y tienen la posibilidad de incrementar sus ventas. Asimismo, tienen reuniones en las que se revisan áreas de innovación, capacitación, producción, ventas, intercambio de recursos, de productos finales y asesoría en lo fiscal, sin llamarlas de esa manera. Ellos lo platican en términos de los cambios que harán a las prendas, en los cursos que tomarán, en el número de prendas que tejerán, en los costos de sus productos y ferias a las que asistirán, en la compra de hilo entre amigos y compadres, y en preguntas a la oficina de desarrollo económico

de Tianguistenco sobre como pueden facturar a sus clientes. Es una manera en la que cada líder de su respectiva unidad económica puede revisar los temas que les preocupan o las áreas en las que pueden mejorar. Es una manera de hacer que la información fluya, desde organismos como El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFEM) o Desarrollo Económico de Tianguistenco hacia todos los artesanos interesados. Y finalmente, como Artesanos en su conjunto, pueden acceder a política pública, concursos artesanales y a ser uno como bloque turístico.

El entorno económico de Gualupita ha cambiado en los últimos 60 años, desde que llegó la Zona Industrial a Tianguistenco y sus alrededores. Sin embargo, los emprendedores se han adaptado para mantener viva la tradición de sus artesanías de lana. Vamos a poder observar, en el capítulo 2, que en toda la región los habitantes han adaptado sus actividades económicas en función de los cambios económicos de su entorno, escogiendo, en algunos de los casos, una actividad productiva, si no principal, sí identificable en términos de identidad, como revisaremos a detalle en el capítulo 4. Por lo tanto, el desarrollo de las actividades emprendedoras se ven como un proceso y no como un fin. Por lo que podemos considerar que la función emprendedora expuesta por Schumpeter se enfoca en ciertas habilidades para la administración de recursos, en un liderazgo y en considerar al capital como el resultado de una actividad emprendedora y no el comienzo. Para lograrlo, se considera el análisis del contexto de los artesanos; los cambios y continuidades que han tenido en la elaboración de las artesanías de lana en Gualupita. Igualmente, aunque el capital no es algo esencial en la teoría de Schumpeter (1989) para ser emprendedor, sí considera que "...los hombres que actualmente cumplen funciones emprendedoras tienen ciertos intereses en común... y adquieren posiciones capitalistas en caso de tener éxito." [Traducción propia] (p. 268) Sin embargo, es importante mencionar que cuando se habla de capital y negocios, empresas y emprendimientos, no se puede hablar sólo de dinero, pues hay distintos y variados capitales que se intercambian en una transacción, como lo revisaremos más adelante al exponer la teoría de Bourdieu (2000). En *The entrepreneurial business* Drucker (1985) dice que es común pensar que convertirse en emprendedor es algo natural, algo a lo que las personas tienen acceso y consiguen el éxito...

Pero el emprendimiento no es “natural” no es “creativo”. Es trabajo. Por lo tanto, la conclusión correcta de la evidencia es la contraria de la que normalmente se alcanza. Que un número substancial de negocios existentes, entre ellos, un buen número medianos, grandes y muy grandes, tengan éxito como emprendedores e innovadores indica que el emprendimiento y la innovación pueden ser alcanzados por cualquier negocio. Pero ellos deben esforzarse de manera consciente. Ellos pueden aprender pero requiere esfuerzo. Los negocios emprendedores tratan al emprendimiento como una obligación. Son disciplinados sobre ello, trabajan en ello, practican en ello. [Traducción propia] (Drucker, (1985/2010, p. 150)

Por lo tanto, un emprendedor debe ser perseverante, trabajador y disciplinado. Se ha considerado la propuesta de Drucker por ser uno de los pensadores más influyentes para la administración del último siglo. En esta tesis se mostrará cómo los artesanos de lana de Gualupita tienen esta actitud positiva frente a sus trabajos y cómo tratan de ser mejores cada día. Aunque pueden no tener todos los recursos de los profesionistas que buscan ser emprendedores, tienen una comunicación<sup>9</sup> consolidada entre todos los artesanos de la región y artesanos de otras regiones con los mismos intereses, por ejemplo, de la Ciudad de Oaxaca y de otras zonas del Estado de México. Ellos organizan reuniones y sesiones de trabajo en las que los artesanos comparten su conocimiento sobre las artesanías. Drucker, al igual que Schumpeter, considera que un emprendedor puede ser un individuo o una institución. Para él un emprendedor puede existir en un negocio creado, en una institución pública o en un nuevo proyecto (Drucker, 1985/2010, p. 143). Igualmente da importancia al contexto en el que se desarrolla. Considera al emprendedor como una competencia<sup>10</sup>. Para él (Drucker, 1985/2010) un negocio exitoso tiene que aprender a

---

<sup>9</sup> En el capítulo 2 se mostrarán las diferentes proximidades que tienen los artesanos de acuerdo a la teoría de Ron Boschma (2005) y que promueven la acción emprendedora

<sup>10</sup> Competencia en el sentido de una pericia, aptitud, o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado. Real Academia Española (2019, septiembre).

sobrevivir. Lo mismo aplica a las instituciones que brindan servicios públicos, como a las universidades, los gobiernos locales, las organizaciones religiosas y otros. (Drucker, 1985/2010, p. 144). Finalmente argumenta que en los nuevos proyectos existe una gran oportunidad para la innovación. En el caso de Gualupita se han identificado dos tipos de emprendedores para el análisis de ésta tesis; por un lado están los que tejen en lana y por el otro están aquellos jóvenes que se dieron cuenta de la importancia de estos artesanos para la comunidad y que en 2009 conjuntaron esfuerzos y obtuvieron un espacio físico para los artesanos en Gualupita: ‘La Casa del Artesano José Pérez Delgadillo.’ Son emprendedores en la medida en que tuvieron perseverancia y desarrollaron habilidades para mantener viva la tradición de las artesanías de lana en el tiempo. Asimismo, juntaron fotografías antiguas de la comunidad y las expusieron, como una manera de recordar el pasado de sus tradiciones. La mitad de ellos pertenecía a un grupo religioso católico, como se profundizará en el capítulo 3, mientras que la otra mitad estuvo conformada por un grupo de jóvenes profesionistas que quisieron “...darle un lugar digno a los artesanos” (Trabajo de campo, 2015). Los artesanos de lana de Gualupita han sido perseverantes al adaptar su ocupación en el tiempo, aún cuando su entorno ha sufrido cambios; la transformación de sus actividades enfocadas en la agricultura y la pesca hacia un contexto industrial, la contaminación que han sufrido en su localidad como una consecuencia de la extracción de agua del río Lerma, así como la llegada de industrias a su alrededor y sus consecuencias ecológicas, como se verá a fondo en el capítulo 2.

### **1.3. El emprendimiento desde la administración**

Leo Paul Dana (2010a) habló de la importancia del contexto cultural para el análisis del emprendimiento. Su artículo es el resultado de un análisis cualitativo entre los pastores de renos Sámi en Noruega, Suecia, Finlandia y Rusia. Planteó la importancia y la necesidad de hacer investigación sobre emprendimientos, sin el uso de hipótesis previas, como suele hacerse en la teoría administrativa, por lo que se basa en la teoría de antropólogos como Fredrik Barth (1963) y Tim Ingold (1976 & 1978). Para Dana (2010a), al igual que para Schumpeter (1949) es importante el contexto pues se trata de emprendedores que surgen en un entorno social, con una

identidad<sup>11</sup> y un sentido de propiedad que determina sus lógicas internas. Propone ver al emprendimiento como un fenómeno social más que como una actividad económica. Entre los Sámi, Dana (2010a) encontró la existencia del trabajo cooperativo, aunado a una competencia entre esos grupos. En Gualupita se puede encontrar éste mismo fenómeno en el que los artesanos trabajan de manera conjunta, mientras que al mismo tiempo existe entre ellos una competencia que los impulsa a hacer más, a generar diseños, a innovar en el tejido de prendas, a buscar maneras de hacer tejidos diferentes, coloridos e innovadores que sean difíciles de imitar para sus compañeros artesanos. Y en consonancia con la importancia del contexto es que se profundizará en los siguientes capítulos sobre los antecedentes históricos y el entorno en el que se han desarrollado los emprendimientos en Gualupita, así como la influencia religiosa existente en Gualupita y que influye y habilita la generación del trabajo cooperativo del que habla Dana (2010a).

Sabah, Carsrud y Kocak (2014) identificaron al emprendimiento como la creación de una nueva actividad económica en la que se generan productos o servicios. Consideraron la importancia de la familia del emprendedor pues influye el proceso de creación desde su sistema de valores. De ahí que en su artículo se enfoquen en la importancia de la cultura para el emprendedor y del contexto en el que se desarrollan los emprendimientos. Consideran importantes los elementos culturales, así como la región particular y el grado de nacionalismo, pues promueven o limitan la Orientación Emprendedora (EO) dado que hay una identidad y unos valores compartidos determinados. “Las culturas que premian el carácter emprendedor tienen una propensión al desarrollo e introducción de innovaciones radicales. En contraste con culturas que refuerzan el conformismo, grupos de interés y el control sobre el futuro muestran menos un carácter emprendedor.” [Traducción propia] (Sabah et al. 2014, p. 309) Promueven una apertura cultural que promueva emprendimientos. La aportación de Sabah et al. (2014) es relevante para ésta tesis ya que considera la importancia del entorno para el emprendedor. Pues desde la antropología social consideramos siempre el contexto en el que se manifiestan diferentes fenómenos, a nivel diacrónico y sincrónico. Entre los factores que para Sabah et al. (2014)

---

<sup>11</sup> Se puede observar la inquietud sobre la identidad como parte del emprendedor desde la administración. Tema que se profundizará en el capítulo 4.

influyen la OE están la familia, el nacionalismo y la religión. En el capítulo 3 se revisará a más detalle la influencia que la religión puede tener para el desarrollo de emprendimientos, en particular para los artesanos de lana de Gualupita y la manera en que en un momento de la historia mexicana, hablar de religión católica era lo mismo que hablar de la nación. En cuanto al sistema de valores que desarrollan los emprendedores a partir de instituciones formales como la familia, se mencionó anteriormente en éste capítulo la manera en que funcionan las unidades domésticas y se mostrarán en el capítulo 4 las diferentes maneras en que la identidad de los artesanos promueven el desarrollo de ésta orientación emprendedora.

Lobo, Vélez, y Puerto (2016) hicieron un análisis de la teoría de los comunes, la teoría del liderazgo y la teoría del emprendimiento para deducir las convergencias y los vacíos existentes entre una y otra. Su trabajo abarca el tema de cooperación y emprendimiento en un caso de análisis de Colombia. Tras revisar la teoría entre el liderazgo y el emprendimiento, afirman que hay individuos clave que son catalizadores de la acción colectiva y del aprovisionamiento colectivo de bienes. (Lobo et al. 2016, p. 989). Tras analizar su caso de estudio afirman que en ciertos contextos las diferencias entre un líder y un emprendedor se vuelven borrosas ya que se sobreponen. Al igual que para Sabah et al. (2014) consideran relevante el contexto. Lobo et al. (2016) revisan el tema de los comunes, o *commons* en inglés. Esto debido a que la teoría de los comunes analiza elementos como el agua que pertenece a todos. La cultura se puede considerar también como un común, pues es incluso validada como patrimonio de la humanidad. Hacer el análisis de esas tres teorías para ver el emprendimiento hace sentido ya que los artesanos de lana de Gualupita, al emprender y seguir innovando: en sus tejidos, en los diseños, en la manera como distribuyen y comercializan sus productos, mantienen viva una tradición en la comunidad y la dotan de identidad; que es relevante no sólo para ellos, sino para todos los habitantes de Gualupita y para el municipio de Tianguistenco como nodo turístico y artesanal. Sin embargo, en éste trabajo no se usará la perspectiva teórica de los comunes para analizar el fenómeno de los artesanos de lana, sino el de el emprendimiento.

#### 1.4. La aportación de Bourdieu al emprendimiento

La sociología con su inherente tarea de interpretar la sociedad, sus procesos y conexiones devela las estructuras y sistemas que permiten el análisis del capital social, cultural, simbólico y económico de los miembros que la componen. En la teoría de Bourdieu (2000/2011), al igual que en la de Cantillon (1755/2010) se da énfasis en la importancia al surgimiento de la teoría a partir del análisis de la realidad social. Mediante la historia comparada y la antropología comparativa.

...el significado de capital económico es obvio. El capital cultural implica varios tipos de conocimiento legítimo; el capital social son las relaciones sociales valoradas entre las personas; y el capital simbólico procede del honor y el prestigio de las personas.  
(Ritzer, 2002, p. 496)

Bourdieu (1959/1997) consideraba que existe una construcción social que filtra lo que los actores piensan, perciben y construyen. En la creación de su teoría ha sido muy criticado por tomar prestados conceptos de la economía y analizarlos como “...socialmente construidos... circunscritos histórica y espacialmente...” (Román M., 2015, p. 11) Sin embargo, “el interés y la ganancia en sociología no están necesariamente restringidos a una rentabilidad monetaria... el mercado también puede ser empleado de manera simbólica para referir una serie de intercambios aunque no sean económicos.” (Román M., 2015, pp. 11-12). A esa construcción social en la que se establecen determinadas reglas y estructuras que deben seguirse, lo llamó *campo social*. En éste, existen capitales que posee una persona. Dependiendo del tipo de capital y la cantidad de los mismos es que Bourdieu clasifica las ventajas que tienen las personas en diferentes ámbitos. Este campo social no es inerte, sino que se construye y se reconstruye de manera constante al igual que el individuo. Los diferentes capitales son: el económico asociado al dinero, el cultural asociado al conocimiento de una persona, al social que depende de las redes y contactos que tenga la persona y el simbólico que se refiere a lo que representa la persona para los otros. De acuerdo a Bourdieu (2000) los artesanos poseen un gran capital cultural pero poco capital económico. Para Gualupita, ésta teoría es relevante en tanto que su campo social se ha movido en

el tiempo, como se revisará a fondo en el capítulo 2; dados los cambios de ser una región enfocada en la agricultura a ser una zona industrial. Para mantenerse vigentes en este mundo globalizado, los artesanos deben hacer uso de su capital cultural manifestado en la transmisión generacional del conocimiento tácito sobre tejer; su capital social para mantener sus redes y relaciones fuertes en búsqueda de un trabajo colectivo que sume más a cada uno, como individuos y en su conjunto; de su capital simbólico al ser reconocidos como tal, como artesanos y de su capital económico para invertir en prendas de mayor complejidad en su elaboración, que valen más pero que tardan más tiempo en venderse. Si bien Bourdieu (2000) no habla en específico de los emprendedores, se puede considerar que un emprendedor será aquél que sepa hacer un buen uso de su capital social y cultural en un campo social cambiante, para generar con ello una acumulación de su capital económico y simbólico en su entorno. El capital económico dependerá del tipo de emprendedor que sea, ya que puede buscar el enriquecimiento propio o sólo la subsistencia de su emprendimiento. O como veremos en el capítulo 2, el capital económico para el mantenimiento de la fiesta como articulador de las relaciones sociales en la comunidad y por lo tanto, de los emprendimientos. Sin embargo, todo emprendimiento requiere de un capital económico para ser sostenible y mantenerse en el tiempo.

### **1.5. La antropología Económica y su aportación al análisis del emprendimiento**

La antropología económica creció de la yuxtaposición de la investigación etnográfica e histórica. Fue preparada por varias corrientes en el pensamiento social Europeo, notablemente por el socialismo alemán y francés, el utilitarismo inglés y la tradición francesa de criticar al racionalismo de Rosseau en adelante. (Hann & Hart, 2011, p. 52)

Algunos textos de Antropología Económica (Herskovitz, 1952), (Godelier 1974), (Narotzky, 2004), (Molina & Valenzuela, 2006), se enfocan en definir términos en función del capitalismo, las formas de producción, distribución, intercambio, consumo, el concepto de propiedad y la división del trabajo en diferentes culturas. Otros autores como Polanyi (1944),

Mauss (1950), Appadurai (1986), Comas (1998) y Sassatelli (2004) se enfocan en temas de intercambio, consumo y mercantilización de las cosas. Son pocos los que han abordado el tema de emprendimiento (Barth, 1963), (Frankenberg, 1967/2004), (Strathern, 1972) y hay otros que hacen un recuento de la historia de la Antropología Económica (Hann & Hart, 2011). En éste apartado se revisarán las propuestas antropológicas que han surgido en torno al emprendimiento. Se incluirá la propuesta de Polanyi (1944), Mauss (1950), Appadurai (1986), Narotzky (2004), Ortiz (2005) y Serna (2005) en el análisis, pues aunque no se refieren en específico a los emprendedores, su teoría sirve para analizar los intercambios y relaciones que tienen entre sí. Asimismo se revisarán algunos trabajos de investigación etnográfica que se han realizado con artesanos (Cook & Binford, 1990), (Novelo, 2008) (Pérez Lizaur, 2010), ya que aunque el tema central de ésta investigación es el emprendimiento, son los artesanos los protagonistas de la unidad de análisis Gualupita.

Polanyi (1944/2003) siendo doctor en leyes “...encontró en la historia y la antropología medios más efectivos con los que desarrollar ideas respecto al lugar de la economía en la sociedad.” (Polanyi-Levitt, 2014, p. 3) “...estableció tres modelos de integración de la actividad económica: reciprocidad, redistribución e intercambio”. (Polanyi-Levitt, 2014, p. 1) Tomó mucha importancia a fines de la segunda guerra mundial, pues había un mundo fracturado en el que las concepciones del mundo moderno se habían disipado. La teoría de que la razón llevaría a la civilización a ascender, se vio derrumbada después de que en la segunda guerra mundial se mostrara que lo que importaba más era la lucha por el poder y ver quién tenía las armas más poderosas. La crítica de Polanyi fue hacia la importancia que adquirió la moneda post segunda guerra mundial. Dijo que en el comportamiento social domina la reciprocidad por encima del trueque. (Polanyi, 1944, p. 99) Para él la regulación y los mercados crecieron juntos, pues el significado de lo que era la tierra, así como las relaciones de maestro, oficial, aprendiz, el número de aprendices estaban regulados por la costumbre y lo que vino a hacer el sistema mercantilista fue unificar esas condiciones. (Polanyi, 1944, p. 120) Criticó los estatutos de la modernidad, los universalismos, pensar que todo el mundo debía comportarse de la misma manera cuando se sabía que el mundo no funcionaba así. De ahí su propuesta sobre otras maneras de intercambio, maneras que no pueden ser medidas ni reguladas por el estado.

Intercambios que no pueden ser cuantificados porque no responden a la lógica "universal" en la que todo se mueve con dinero. Porque incluso en economías regidas por el dinero, hay intercambios no medibles ni predecibles en donde se manifiestan intereses políticos y sociales. En los que se intercambian puestos o favores, y en donde surgen compromisos de reciprocidad y lealtades regidos por lo social. En Gualupita se puede ver que hay diversos intercambios, como los narrados por Polanyi, como se verá también con la propuesta de Mauss (1950) y como se vió con la propuesta de Bourdieu (1959). En Gualupita apareció la zona industrial, junto con la modernidad; con la idea de universalidad, de que había un camino para todos los habitantes. Una trayectoria que implicaba el paso por la universidad y el trabajo en alguna de las industrias de la región. Algunos habitantes de la región recibieron bien a las fábricas, como se verá en el capítulo 4, sin embargo, para Gualupita los artesanos han sido esa otra cara de la modernidad, en la que se siguen manteniendo las tradiciones, modificadas y adaptadas en el tiempo, como los recursos que utilizan o la forma que tienen al tejer, incluso los diseños y la forma de mercantilizar sus artesanías, pero aún presentes dando identidad a la región. Las relaciones de maestro y aprendiz siguen presentes en Gualupita, en donde se llevan a cabo intercambios y en donde se vuelven relevantes los capitales de los que hablaba Bourdieu.

Mauss (1950/2002) analizó de manera comparativa el trabajo etnográfico de otros antropólogos, entre ellos Malinowsky; observó que existen diferentes intercambios en las comunidades que tienen una función profunda, más allá de los aspectos económicos. Esos habilitan la existencia de relaciones sociales, pues se encuentran insertos en las dinámicas culturales de la comunidad y pueden darse entre personas, entre deidades y personas, así como entre personas y la naturaleza. Su teoría puede describir el intercambio de bienes, pero también el intercambio de festines, ritos y presentes en los que se genera una cierta obligatoriedad de el que recibe a devolver a aquél que le dio. Para Mauss (1950), éstas formas de intercambio anteceden a las economías impersonales. (Hann & Hart, 2011, p. 48) La relevancia de la teoría de Mauss (1950) se debe a que no todos los intercambios llevados a cabo en las relaciones sociales, entre artesanos o entre emprendedores, involucran dinero. Hay intercambios que influyen en lo económico, sin embargo en ellos se intercambian favores. En el caso de los artesanos de Gualupita hay intercambio de conocimientos en sus reuniones. Hay intercambio de

recursos, de materia prima para la elaboración de las artesanías en lana. Pero en ellos, los que dan esperan recibir. En Gualupita los artesanos más experimentados reciben el reconocimiento de los otros. Por ejemplo: para la peregrinación de la Virgen de San Juan de los Lagos en agosto de 2015 se le pidió al artesano más conocido de Gualupita, Modesto Nava, la elaboración de un estandarte, a lo que él aceptó. Hacerlo fue una forma de reciprocidad hacia los habitantes de Gualupita, pues además de poner esfuerzo y tiempo en el diseño, usó hilo de oro para el estandarte y lo que cobró fue simbólico. Al mismo tiempo, los habitantes le siguen dando un lugar importante dentro de la comunidad pues es la cara de los artesanos de Gualupita al exterior. Asimismo hay un intercambio entre deidades y personas, pues al mismo tiempo que visten a los santos, reciben favores de ellos, como se verá a profundidad en el capítulo 3.

Frankenberg (1967/2004, p. 61), antropólogo británico, describió la manera en que Barth (1963), antropólogo social noruego, identificó lo emprendedor como algunas actividades y acciones, que no están precisamente en un individuo. Barth (1963), de acuerdo a Frankenberg (1967) ve el comportamiento emprendedor como un proceso dinámico, en el que el emprendedor busca una maximización de las ganancias que no son siempre económicas y está dispuesto a tomar riesgos para lograrlo. Planteó que se debe considerar el coste social y un sistema completo en el que también se afecta a la comunidad. Citó a Merton (1957) cuando hablo de la diferencia entre el emprendedor dueño (*entrepreneur of the freeholder*) y el libre empresario (*entrepreneur of the free enterpriser*); pues mientras el primero, con sus granjas y pesca, es consciente de su responsabilidad de ayudar al crecimiento de la comunidad, el segundo no, ya que persigue sus intereses con indiferencia a los de la comunidad. Para Merton (Frankenberg, 1967, p. 63) dado que ambos tipos de emprendedores son diferentes no compiten entre sí, más bien los primeros se ayudan de los segundos para ser reconocidos fuera de la localidad. Aún cuando los primeros podrían ser descritos como empresarios y los segundos como emprendedores, se nota la influencia de Schumpeter (1949) pues analizan, más que al individuo, el comportamiento emprendedor. Tanto en Merton como en Frankenberg se ve la aportación a la antropología económica cuando introducen el tema de comunidad en el estudio del emprendimiento. Frankenberg (1967) citó a Arensberg (1937) quien describió que en los procesos hay un cambio de campesino-campesino a campesino-tendero en donde si bien la tienda se compra por dinero,

es por alianzas sociales que se mantiene en el tiempo. En ésta investigación del emprendimiento en Gualupita, se pretende, al igual que Frankenberg, exponer la manera en que el comportamiento emprendedor no está en un sólo individuo, sino en un grupo de personas. Y la manera en que las ganancias van más allá de lo económico, como se expuso en el apartado de Polanyi (1944), Mauss (1950) y Bourdieu (1959) en donde lo que hacen afecta a toda la comunidad, como se mostrará al final del capítulo 4 al proponer un modelo que permita analizar la manera en que la identidad puede promover el emprendimiento. Strathern (1972) antes que nada, presenta el modelo propuesto por Barth (1963) para analizar lo emprendedor mediante 3 conceptos:

1) el nicho del emprendedor, la posición que ocupa en relación a sus recursos, competidores y clientes, 2) sus activos, la suma total del capital, habilidades, reclamos sociales que puede emplear, y 3) las restricciones que limitan su libertad de decisión dentro de ese nicho” [Traducción propia] (Barth, 1963, p. 9-10, citado por: Strathern, 1972, p. 368)

En el desarrollo de su artículo va presentando estos puntos en el análisis etnográfico de un emprendedor de Nueva Guinea, resaltando lo que Barth (1963) ve de relevante en un emprendedor: tomar riesgos en la búsqueda de un fin, e incluir el ser innovador en la administración de su personal: “Uno descubre el toque emprendedor en el hecho de que hay un rango de diferentes combinaciones de personal a quien el Gran Hombre atrae a ellos.” [Traducción propia] (Strathern, 1972, p. 369) Asimismo ve la importancia en torno a los valores de una comunidad, pues tanto para Barth (1963) como para Strathern (1972) el emprendedor puede generar cambios en los valores de una comunidad mediante transacciones. Al igual que Frankenberg (1967) observa que para Barth (1963), el fin último del emprendedor es maximizar las ganancias, sin embargo éste éxito depende de la aprobación de la comunidad:

El énfasis debe ser puesto en el hecho de que el modelo de Barth de como los emprendedores provocan cambios depende del éxito de sus empresas. Probablemente hay muchos casos en los que la desaprobación de la comunidad es tal que el emprendedor no logra llevar a cabo ningún ajuste general de evaluaciones y muchos también en los que falla en su empresa porque la comunidad se niega a aceptar ciertas transacciones con él. Otra alternativa puede ser que él mantiene su empresa exitosa pero es en cierto sentido rechazado por su propia comunidad como resultado. [Traducción propia] (Strathern, 1972, p. 370)

Strathern (1972) ubicó que en una comunidad puede haber diversas personas llevando a cabo la misma actividad. Pero el emprendedor será aquél que busque hacer algo diferente, siendo innovador y buscando maximizar las ganancias. Appadurai (1986), por otro lado, habló de los objetos y de su valor adquirido en la vida del objeto, es decir, en la trayectoria que sigue desde su origen hasta su destino. Planteó que las cosas, al igual que las personas, tienen una vida social, en la cual se embeben de significados y por lo tanto adquieren y cambian sus valores. En el intercambio de esos objetos es que se genera un valor económico del mismo. Dividió la situación mercantil de las cosas en: 1) La fase mercantil de la vida social de una cosa; en donde el bien puede entrar y salir del estado mercantil. Los procesos de entrada y salida pueden ser lentos, rápidos, reversibles, terminales, normativos o desviados. Y 2) La candidatura mercantil de las cosas que se refiere a los estándares y criterios - simbólicos, clasificatorios y morales- que definen la intercambiabilidad de las cosas en un contexto social e histórico particular. Intercambio mercantil es entonces todo aquél en el que se intercambia algo. No tiene que ver exclusivamente con un intercambio por dinero. Conllevan consigo una carga de significados y requieren de ciertas características para llevarse a cabo. Appadurai (1986), al igual que Mauss (1950) y Polanyi (1944), retomó el ejemplo la Kula descrita por Malinowsky, en la que los collares y pulseras intercambiados, movidos en círculo, adquirirían significados precisamente por

ese movimiento y por las implicaciones sociales que llevar a cabo el ritual conllevaban para las sociedades involucradas. Los significados de las cosas y de las personas, dice Appadurai, están inscritos en sus formas, usos y trayectorias. Es el intercambio lo que le da valor a algo y a través del cual se pueden observar las relaciones de poder alrededor de determinadas mercancías. La demanda se determina por fuerza sociales y económicas. Siempre supeditada a la definición y al control social, como la moda y la ley suntuaria. La demanda surge como un producto socialmente regulado y generado. No surge de caprichos individuales. En Gualupita las fiestas religiosas dan un sentido de comunidad, como se verá a profundidad en el capítulo 3. Una persona no se postula como mayordomo sólo por un gusto individual, sino por la aceptación y el prestigio que se genera en la comunidad al hacerlo. Asimismo las artesanías producidas en la comunidad se embeben de valores de tradición y por lo tanto se comercializan de la misma manera. Por ello los artesanos identifican las prendas que son para venderse en el tianguis, aquellas de más calidad que son para comercializarse en la casa del artesano, aquellas especiales que son generadas exclusivamente para concursos y por último, aquellas muy valiosas que se pueden dejar en una tienda de FONART, como una inversión a largo plazo, pero de la que vale la pena la espera. Las personas también tienen una trayectoria, una vida social que les embebe de significados y que les diferencia de sus pares. Como en el caso del artesano más famoso, quien ha ganado concursos internacionales de artesanías y ha sido reconocido por Fomento Cultural Banamex como un gran maestro artesano. Este reconocimiento incrementa el valor percibido de sus artesanías y al mismo tiempo incrementa el valor mismo de los artesanos en su conjunto y de la comunidad artesanal para otros artesanos colegas.

Cook y Binford (1990), en su investigación con los artesanos de Oaxaca, hallaron que se trataba de campesinos que complementaban sus ingresos con la actividad artesanal, conformados en unidades domésticas. Su libro se llama *Obliging need* haciendo referencia a las razones que encontraron por las cuales los artesanos son artesanos. Dicen que ese adagio lo escuchaban de los campesinos-artesanos cuando preguntaban por qué hacían lo que hacían. Y ellos respondían ‘la necesidad obliga’, planteando que la cuestión artesanal era una cuestión de supervivencia y no así una decisión individual. En el caso de los artesanos de Gualupita, ya se ha mencionado que el caso se volvió relevante dada la oferta de trabajo en la región por la llegada de la zona industrial,

sin embargo los artesanos, el 1% de la población, mantiene la tradición y al parecer la disfrutan. Por ello dicen que cada prenda lleva algo de ellos, que cada prenda es única y que cada prenda es concebida en la imaginación del artesano. Sin embargo, como se verá a profundidad en el capítulo 4, mantener lo artesanal es también una forma de subsistencia pues al tiempo que dotan de identidad a la comunidad, atraen al turismo y por lo tanto mueven la economía para beneficio de ellos, las unidades domésticas, la comunidad y la región. En Gualupita ya no hay campesinos y las pocas tierras de cultivo son de la Virgen, como se explicará a profundidad en el capítulo 2, sobre la relación de la religión con el emprendimiento.

Narotzky (2004) en su libro *Antropología Económica. Nuevas tendencias* expone 3 modelos para analizar la organización económica de lo que llama un nuevo capitalismo. El Modelo 1: distritos industriales; proveniente de la teorización de la Tercera Italia; productores pequeños en un área determinada en donde "...la cooperación se acentúa por medio de redes de relaciones sociales..." (p. 287) Los aspectos esenciales de éste modelo son: la búsqueda de una autoridad, islotes culturales que se transforman en islotes económicos, un énfasis en el contexto social y cultural, la constante referencia a la identidad y la comunidad, una estructura de red, la independencia de las pequeñas empresas, las economías locales de solidaridad comunal y la confianza. (p. 289) El Modelo 2: japonización; está enfocado en el individuo en una línea de producción, la cooperación entre trabajadores y entre empresas, la confianza y una cultura laboral común. (p. 291) Y el modelo 3: enfocado en los medios de vida; vuelca su atención sobre "...las actividades no asalariadas como medio de acceso a muchos bienes y servicios para el consumidor." (p. 292), como el trabajo doméstico y el cuidado de los adultos mayores. El modelo de la Tercera Italia es el más adecuado para explicar lo que sucede en Gualupita, en donde hay un islote cultural que a su vez genera ganancias económicas. Gualupita, por ejemplo, es un sitio turístico del municipio de Santiago Tianguistenco y de la región. Es común que políticos que llegan a la cabecera municipal de Tianguistenco de Galeana sean dirigidos a la Casa del Artesano de Gualupita para mostrarles las artesanías que ahí se elaboran. La referencia a la identidad es constante pues la lana y la religión, como se verá a fondo en el capítulo 4, son elementos identitarios de la comunidad. Existen redes entre las diferentes unidades económicas, en relaciones no jerárquicas para comunicarse aspectos de interés para los artesanos como grupo

en su conjunto. Asimismo, existe una independencia de cada unidad en términos económicos y relaciones de solidaridad comunal. Este modelo recuerda la teoría administrativa de Clusters, como se revisará en el capítulo 2.

Ortiz (2005) al igual que Chayanov (1920) hizo énfasis en identificar los hogares familiares como unidades económicas de producción en las que los recursos se administran de manera conjunta, más que de manera individual; contrastando con la idea del individuo traída por la modernidad<sup>12</sup>. Ortiz (2005) recordó a Gary Becker (1965) quien describió a estas unidades económicas trabajando en conjunto tanto para la producción, como para el consumo. Al interior de estas unidades se llevan a cabo acuerdos y negociaciones (Ortiz, 2005, p. 62). Como se ha revisado en éste capítulo y como postura central del análisis del emprendimiento en Gualupita; en la región se evidencia la colectividad como una forma de organización social y económica. Se ve manifestado en los diversos talleres localizados en los hogares de los artesanos. Por su parte, Serna Pérez (2005) habla del empresario como aquellos:

...sujetos que aprovechan las estructuras de oportunidades cambiantes para realizar su actividad. La empresaria o el empresario es entonces un actor social preocupado por la creación de sus propias unidades económicas, por su desarrollo y consolidación acorde con las necesidades de la actividad productiva y del nicho comercial donde se inserta. Es innovador en la medida en que toma riesgos, inicia actividades y ofrece productos o servicios de manera novedosa, hace uso de los recursos sociales y económicos que le proporcionan las relaciones de su grupo de interacción y las manipula de manera que obtiene ventajas para su actividad económica. (61)

---

<sup>12</sup> “Esta óptica ve a la economía como una esfera cada vez más separada y diferenciada en la sociedad moderna, con transacciones económicas, que dejan de ser definidas por lo social u obligaciones de parentesco, pero por ganancias racionales de ganancia individual.” [Traducción propia] (Granovetter, 1985; 482)

Como se puede ver en ésta definición de ‘empresario’ se pueden ver diversos aspectos atribuidos al emprendedor, como ser agente de cambio (Smith, 1776), el afrontar riesgos (Cantillon, 1755) y la innovación (Schumpeter, 1949). Y es que al final, los proyectos emprendedores pueden formalizarse en una empresa, en la cual se distribuye la acción emprendedora a todas las áreas. Los valores y características de los emprendedores que se vuelven empresarios forman parte de la identidad de la empresa. Mientras que el hombre de negocios descrito se enfoca más a amasar riqueza. Una empresa implica una estructura y un proyecto empresarial en el que se satisface la acción emprendedora de manera colectiva. Como manifiesta Serna (Pérez Lizaur, 2010, p. 137), las unidades de producción no siempre llegan a ser empresas pues no crecen mas allá de la unidad doméstica, como es en el caso de las unidades económicas en Gualupita. Las cuales se mantienen en el tiempo, pero con el mismo tamaño. Cuando crecen es porque hay nuevos miembros en la familia, llegados por contratos sociales, como el matrimonio. Éstas unidades domésticas no buscan el crecimiento, sino su permanencia.

Novelo (2008) expone la flexibilidad y adaptación de los artesanos, pues continúan vigentes en el mundo y han permanecido así durante siglos. Dice que hay que entenderlos como conjuntos dinámicos. De alguna manera los llama agentes de cambio como Smith (1776), pues dice que el artesanado “...ha sabido acomodarse a situaciones económicas y dar respuestas flexibles a muchas crisis y cambios...” (Novelo, 2008, p. 125). Asimismo ubica la adaptación que han tenido que hacer en sus actividades productivas debido a la falta de recursos naturales, como se revisará en el capítulo 2, que también ha sido el caso para los artesanos de Gualupita. Novelo realizó trabajo de campo con los artesanos en el año 2000 y 2004. En su artículo relata que rara vez emiten facturas y de hacerlo lo hacen entregando el talonario de algún familiar. En 2015, cuando se llevo a cabo el primer acercamiento a campo en Gualupita, ya había artesanos que comenzaban a darse de alta ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT). Tenían asesoría de Desarrollo Económico de Tianguistenco y veían que ya no era tan difícil como antes. En ese momento ya todo era electrónico. Es relevante decir que todos los artesanos con los que se ha llevado a cabo investigación en estos años, desde 2015 a la fecha hacen uso del celular como un importante medio de comunicación. Usan redes sociales como facebook y whatsapp. Algunos artesanos y emprendedores de Gualupita publican fechas, videos y eventos importantes

en facebook. Contrastando con lo que encontró Novelo (2008) de que los artesanos se autocalifican como empresarios, en Gualupita se definen como artesanos.

Pérez Lizaur (2010) habla de los comerciantes empresarios de Chiconcuac, quienes en algún momento también se definieron como artesanos y que como se explicará a detalle en el capítulo 4, son considerados una competencia para los artesanos de Gualupita. La autora describe el concepto de empresa como aquella “...organización social creada para cumplir ciertos objetivos, cuyo fundador, dueño o líder es el empresario” (Pérez Lizaur, 2010, p. 136) y explica como las unidades domésticas no aspiran a ser empresas, ni a crecer, pues existen para el sustento de la familia. Da cuenta del proceso evolutivo vivido en Chiconcuac, en donde eran campesinos en la década de 1920 y completaban sus ingresos con la venta de artesanías. Fue en la década de 1970 cuando establecieron un tianguis para comercializar sus productos dada la gran demanda que tenían. Pérez Lizaur (2010) consideró también importante el capital social de los empresarios de Chiconcuac y el establecimiento de redes. Encontró que “...participar en las fiestas y mayordomías implica invertir en relaciones sociales y así asegurar apoyos para el negocio y la pertenencia a la comunidad” (Pérez Lizaur, 2010, p. 155). Al igual que la autora, se mostrará en el capítulo 3 la importancia de las relaciones sociales y los intercambios, para el mantenimiento de los emprendimientos y para asegurar la pertenencia de los artesanos en la comunidad.

## **1.6. Convergencias teóricas**

Los primeros hallazgos después de revisar la teoría en torno al emprendimiento sugieren tres conclusiones. La primera, que los autores clásicos que crearon el concepto de emprendimiento marcaron siempre la diferencia entre el hombre de negocios y el emprendedor. Por el capital con el que disponían, así como por las motivaciones que cada uno tenía. Mientras el hombre de negocios cuenta con capital, para el emprendedor es el resultado y no el origen. Asimismo atribuyen al emprendedor el ser perseverante, el que puedan vivir en incertidumbre, el ser agentes de cambio, pro-activos, innovadores, líderes, trabajadores y disciplinados. Hablan del emprendimiento como una acción, una orientación, un comportamiento o una serie de elementos que cumplen una función, por lo que puede estar contenida en un individuo o en un grupo de

personas (Schumpeter, 1949), en una institución o en un negocio (Drucker, 1985). Como dice Schumpeter, los emprendedores surgen de todos lados. Surgen y han surgido también en todos los tiempos, en todas las épocas. Han sido personas que resaltan, como dice Strathern (1972), por ser los que hacen las cosas diferentes, buscando ser innovadores. Entonces, si no es forzoso que el emprendimiento esté contenido en un sólo individuo, se puede reconocer y hablar de emprendimiento colectivo, el cual, mediante una serie de acciones cumple una función emprendedora para la comunidad en la que se genera. También se puede describir al emprendedor o a los emprendedores como agentes de cambio, tal como lo dijo Smith (1776), pues al emprender y tratar de hacer las cosas diferentes mueven su entorno sociocultural y económico, generando nuevas maneras de hacer las cosas, nuevos conocimientos. En cuanto al capital, si vinculamos la teoría económica con la teoría sociológica y antropológica veremos que al hablar de capital no podemos referirnos exclusivamente al dinero, pues existen otros capitales que sirven a las personas para el desarrollo de sus innovaciones y sus emprendimientos. Así como existen intercambios no sólo de bienes, sino de favores, como se expuso con lo dicho por Mauss (1950) y Polanyi (1944). En el capítulo 3 veremos a fondo que las personas llevan a cabo diversos intercambios en los que poco se habla de dinero, pues aunque es importante, las relaciones sociales y los favores ganados son más importantes que el dinero que pueda intercambiarse. Las materias primas, los conocimientos, así como los lugares para comercializar sus artesanías son mediados por relaciones sociales, más que por intercambios económicos. Por otro lado, ver al capital como el final y no el inicio del emprendimiento es como decir que el tener dinero, es la máxima ganancia que se puede tener, en disonancia con la realidad y con lo propuesto por Schumpeter (1989), quien argumenta que no debemos caer en universalismos procedentes de la modernidad. Así, entonces no se puede tampoco descartar a aquellos que tienen dinero de ser emprendedores. Al hacer ésta investigación antropológica en Gualupita se ha podido observar que el dinero es sólo un instrumento de toda una serie de articulaciones e interacciones sociales, como lo enuncia Magazine (2015) en su libro al decir que la fiesta la hacen todos. No se trata del dinero para la fiesta, sino de todas sus implicaciones y el proceso de realización que tiene como recompensa la fiesta en sí.

En segundo lugar, los autores desde la administración están conscientes de que no se puede hablar de universalismos en torno al emprendimiento y por lo tanto, coinciden en la importancia del contexto y el entorno socio-cultural que habilita o limita la acción u orientación emprendedora (Sabah et al., 2014). Por ello la importancia de analizar el tema del emprendimiento desde la antropología social, ya que se debe de considerar el entorno en el que se gestan y se promueven los emprendimientos. Asimismo, mediante la aportación de la sociología se puede descifrar el entorno normativo en el que se desarrollan los emprendimientos. En el capítulo 2 se mostrarán los antecedentes culturales sobre los que se ha construido la comunidad de Gualupita y en el capítulo 4 se mostrará la identidad y su importancia en la construcción de los emprendimientos. Se debe recordar, que no sólo el emprendimiento se ve afectado por el entorno, sino que éste último también se ve afectado por el emprendimiento (Frankenberg, 1967). Por ello se mostrará al final de éste capítulo y en el capítulo 2 las diferentes maneras en que los artesanos en Gualupita se han adaptado a los cambios ecológicos de su entorno y la manera en que han transformado la artesanía en el tiempo, como lo han explicado Novelo (2008) y Pérez Lizaur (2010), en sus análisis etnográficos de los artesanos.

Por último se sugiere al lector que el análisis del emprendimiento sea una tarea basada en la teoría proveniente de diferentes ciencias, las cuales puedan aportar a la construcción de un conocimiento integral del fenómeno emprendimiento con las particularidades propias de cada contexto. En ésta investigación se ha considerado el aporte de la sociología, el método y la epistemología de la Antropología Social para el análisis etnográfico de los fenómenos emprendedores, la teoría de intercambios de la Antropología Económica que dan cuenta de la existencia de otras economías y el concepto de emprendimiento se ha tomado prestado desde la economía. Éste trabajo pretende ser una aportación a la construcción y aplicación del concepto emprendimiento para la Administración y la Antropología Social. Resulta relevante que los antropólogos que han hablado de emprendimiento no lo han hecho de manera constante, y sólo han escrito del emprendedor como un tema aislado. Pero en la medida en que podamos investigar y saber más sobre la lógica de casos reales de emprendimiento, estaremos en posibilidad de entender dichos fenómenos y de replicarlos. A continuación se expone la forma en que se ha

hablado del emprendimiento en México, para finalizar con la descripción etnográfica de la Casa del Artesano en Gualupita, lugar que fue base para la construcción de ésta investigación.

### **1.7. Emprender en México - De emprendedor a empresario**

En nuestro país se ha podido identificar el papel del empresario, como aquél que genera empresas y crea trabajos, el papel del comerciante y aquél del artesano, quien crea una artesanía y que normalmente está relacionada con el lugar de origen del artesano. Sin embargo el papel del emprendedor es nuevo, pues aparece intensamente recién en este siglo. Es en el gobierno del ex-presidente Enrique Peña Nieto que en el 2013 se crea el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Sin embargo, como señalaron algunos consultores (Julio Faesler, 2013), lo que aseguraría el seguimiento transexenal del INADEM era la incorporación del sector privado, cosa que no se hizo. Para Faesler “los 'emprendedores' de Peña Nieto son las 'Pymes' de Zedillo, los 'changarros' de Fox y los 'talleres' de Calderón.” (párr. 7). Y de alguna manera lo son dada la teoría del emprendimiento que se ha revisado. Han sido programas impulsados que generan facilidades o capacitación para las personas que por gusto o por necesidad quieren generar un proyecto productivo o emprendimiento. Las funciones del INADEM eran: “dar asesoría jurídica para la creación de pymes, capacitación a emprendedores para la gestión de sus empresas, fomentar el acceso al financiamiento y apoyar el desarrollo de actividades productivas e innovadoras” (Pérez, 2018) Sin embargo, la nueva administración del presidente Andrés Manuel López Obrador eliminó el INADEM, dejando de lado el tema de los emprendedores, los apoyos y los eventos que promovían el conocimiento de lo que es el emprendimiento; como la Semana Nacional del Emprendedor que se realizaba año con año en la Ciudad de México. En dichos eventos gratuitos se promovía la participación de jóvenes para recibir capacitación, conocer otros emprendimientos, acelerar los propios o conseguir fondos para sus emprendimientos. También se esperaba que se acercarán inversionistas que vieran en los proyectos presentados una oportunidad de negocio con la cual participar. Existían toda clase de proyectos; los enfocados en la creación de productos originales, innovaciones con materiales, innovaciones en tecnología, innovaciones en robótica. Asimismo podían tomar talleres y escuchar las vivencias de otros emprendedores. Aún cuando INADEM ha desaparecido persisten en el país otras iniciativas que

promueven los emprendimientos, como el Festival INCmty, organizado por el Tecnológico de Monterrey, en Monterrey desde el 2013, en el que se promueve el emprendimiento y en dónde se reúnen emprendedores, pymes, inversionistas, corporativos y personas interesadas en general. No es de sorprender que ésta iniciativa surgiera en el Tecnológico de Monterrey, pues desde 1978 inculcan la acción emprendedora a sus alumnos: “Al final de la década de los setenta, la Institución consideró deseable que sus egresados tuvieran una actitud emprendedora y no tuvieran como meta únicamente el ocupar puestos en empresas ya establecidas.” Hasta antes de estas iniciativas se hablaba sólo de pymes (Pequeñas y medianas empresas) y no de emprendedores. Es decir que se hablaba del resultado, más que de las personas detrás de ellos.

Existen definiciones de empresario, como la de Serna (2005) que describen a un emprendedor de acuerdo a las características atribuidas por la teoría económica clásica. La cuestión es que emprendedor, como concepto, ha sido nuevo en México, en una cultura que está acostumbrada a hablar de empresarios, se vuelve difícil concebir la idea de la acción emprendedora sin estar relacionada a una empresa. Dado nuestro análisis en el punto 1.6, empresario en algún punto fue también un emprendedor y también puede continuar siéndolo como empresario. Si bien genera una estructura en su empresa que se ocupa de la obtención de recursos, la administración de los mismos, hasta el establecimiento de metas. Las habilidades de la acción emprendedora se derraman en la empresa y si estaban contenidas en el empresario pueden seguir así, promoviendo la generación de más emprendimientos. Un buen tema de análisis sería investigar de qué manera la función emprendedora sigue presente o no en los empresarios. Ser empresario o emprendedor no se manifiesta igual en todos los contextos, como lo han expuesto los autores contemporáneos revisados: Dana (2010), Sabah et al. (2014), Lobo et al. (2016) pues son creaciones sociales inscritas en un cierto entorno cultural. Aunado al intercambio local-global del que habla Featherstone (2003) en el que lo global y lo local se alimentan mutuamente; generando un entorno global construido de muchas localidades y un entorno local, construido a partir de lo global. No se pueden eliminar los aspectos existentes en la forma de hacer las cosas, como la solidaridad de la que hablan Aranguren et al. (1975) en su libro *Pensamiento Empresarial Mexicano* cuando critican la idea errónea que se tenía del empresario mexicano en 1975 viéndolo como una unidad económica, cuando se trataba de una unidad social

que “...surge de la necesidad de la solidaridad, de unión, de seguridad, de superación de una comunidad actuante que es consciente de su utilidad.” (Aranguren et al. 1975, p. 7-8) Dado que toda organización es social, está inscrita de manera natural bajo ciertas reglas socioculturales. En Gualupita, como se explicó en la manera en que se unen en asociaciones, existe este sentido de unidad, pero al mismo tiempo también existe una competencia entre los artesanos de lana, como también lo expuso Dana (2010a). En ésta, constantemente se retan unos a otros a tejer mejor o a replicar el diseño de una prenda textil, en lana. Implica una satisfacción para el artesano que lo logra y le llena de orgullo frente a sus compañeros artesanos, como se revelará a lo largo de ésta tesis. Uno de los grandes problemas del uso de la palabra emprendimiento y su aplicación en casos reales tiene su origen en la traducción misma del concepto. En 1967 Frankenberg citó a Barth (1963) en la reimpresión de 2004 y 2009 por Routledge Library Editions.

It's essential to realize that “the entrepreneur” is not a person in any strict sociological sense though inevitably the word will be used, also in the present essays, in a way that may foster this impression. Nor does it seem appropriate to treat entrepreneurship as a status or even a role, implying as it would a discreteness and routination in the materials we wish to analyze. Rather its strict use should be for an aspect of a role: it relates to actions and activities, and not rights and duties. Furthermore it characterizes a certain quality or orientation in this activity which may be present to greater or lesser extent in the different institutionalized roles found in the community... It is with the factors encouraging and channelling, or inhibiting such activity, that we shall be concerned.

(Barth, 1963, p. 6)

Routledge sólo hizo la reimpresión del texto, por lo que podemos interpretar que no realizó cambios al texto, sin embargo, la edición en español impresa por el Fondo de Cultura Económica en 1974, traducción de José Luis Pérez Hernández dice lo siguiente:

Es esencial darse cuenta de que el “empresario” no es una Persona en un sentido sociológico estricto, aunque inevitablemente el término sea utilizado, también en los ensayos actuales, en forma que puede dar pie a esta impresión. Tampoco parece apropiado considerar a la actividad de empresa como una posición o incluso un papel que implicara una discreción y rutinización en los materiales que deseamos analizar. Más bien, su uso estricto debería aplicarse a un aspecto del papel: relaciona las acciones y actividades, y no los derechos y obligaciones. Además, el término caracteriza una cierta calidad u orientación de esta actividad que puede estar presente en mayor o menor medida en los diversos papeles institucionalizados que se encuentran en la comunidad... Nos ocuparemos aquí de los factores que alientan y canalizan u obstaculizan dicha actividad (Barth, 1963, p. 6)

Hay un cambio de contexto cuando se traduce la palabra entrepreneur por empresario y entrepreneurship por actividad de empresa. De acuerdo a la Real Academia Española (RAE), empresario o empresaria provienen de la palabra empresa y se refiere a aquella persona que ejecuta una obra o explota un servicio público, a aquella que emplea trabajadores y al titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa. Mientras que la palabra emprendedor o emprendedora es un adjetivo para referirse a la persona que emprende acciones o empresas innovadoras, propio de quien tiene un carácter emprendedor. Si analizamos lo que Barth y Schumpeter mencionaron del entrepreneur, podemos ver que sus definiciones hablan de una serie de habilidades, a un carácter emprendedor, más que a una persona, como se muestra en el apartado 1.6. Por lo que la traducción de entrepreneur a empresario no es aplicable. Sin embargo es entendible dado que en México el concepto era nuevo. Por otro lado, podemos interpretar que en un mundo ‘moderno’ en el que se piensa más en el individuo que en la

colectividad, haya sido normal pensar en el empresario como el ente ‘héroe’ que generaría empleo para los otros.

Existe diversidad de literatura enfocada en el emprendedor héroe, como se verá con Ramírez-Pasillas (2007) en el capítulo 2. Tendemos a pensar en individuos, sin entender, que el hombre es un individuo social, con un entorno normativo que lo regula (Goffman, 1959) y que le determina un contexto sociocultural, en el que la mayoría de las veces se mueve en colectivo, crece a partir del apoyo entre sus pares y trabaja en diferentes economías, con intercambios diversos de dones, favores, recursos y capitales (Mauss, 1950), (Bourdieu, 2000). Dado que la unidad de análisis, Gualupita, no corresponde a dicha individualidad, sino por el contrario, se habla de un trabajo en unidades domésticas en las que la producción y el consumo se da en dichos términos, el caso de Gualupita se corresponde más con un emprendimiento de tipo colectivo, en el que la función emprendedora se manifiesta mediante el aporte de diversos individuos como se verá a continuación.

### **1.8. Historia de la Casa del Artesano ‘José Pérez Delgadillo’ en Gualupita**

La ‘Casa del Artesano José Pérez Delgadillo’ es un espacio en el que los artesanos de lana de Gualupita pueden exhibir y vender sus productos, fue creada en el año 2009 en un edificio que pertenecía al ayuntamiento, por lo que está ubicada en la plaza principal, a un lado de la iglesia, el actual edificio del ayuntamiento y la biblioteca. Todos los artesanos en Gualupita pueden afiliarse a la Casa, siempre que sus artesanías “cumplan con cierta calidad”. Asimismo deben cumplir con ciertas responsabilidades como limpiar la Casa, vender los productos ahí exhibidos, así como asistir a ferias y exhibiciones de artesanías representando a Gualupita. Deben también transmitir la información que llega a la Casa, directamente a la Mesa Directiva, formada por un Presidente, un tesorero y un secretario (Campo, 2015-2018) quienes duran dos años en el cargo.

Cada artesano debe abrir las puertas de la Casa una vez cada mes y medio o dos meses, depende del número de afiliados. Se van turnando hasta que todos los artesanos han tenido el turno de abrir y atender la Casa. Al hacerlo deben limpiarla y sacar al pasillo algunas prendas para que luzcan más. Algunos artesanos sólo hacen lo necesario, que es abrir la casa, mientras que otros tejen al mismo tiempo o acomodan las prendas buscando que sean



Figura 1. Mesa directiva de la Casa del Artesano en 2015 y 2016. En: Feria de Artesanías Manos Abiertas 2016 en la Ibero. Fotografía de Erika Lozano. Recuperada de: <https://ibero909.fm/blog/feria-de-artesantias-manos-abiertas-en-la-ibero> [Agosto 2016]

más llamativas para los visitantes. Se puede ver la pro-actividad de la que se habla en la teoría, así como el buscar maneras diferentes de hacer las cosas (Strathern, 1972). Como se puede ver, hay un trabajo colaborativo en el que se distribuye la responsabilidad entre todos los artesanos afiliados y por lo tanto la función emprendedora se cumple, mediante el trabajo de cada uno de los artesanos afiliados a la Casa. Ellos cuidan la calidad de los productos que ofertan, pues en la Casa muestran sus piezas de mayor calidad, mientras que otras se muestran en el tianguis local del fin de semana o en el tianguis de los martes en Tianguistenco. Entre las prendas mostradas en la Casa se pueden encontrar sarapes, mañanitas, suéteres, guantes, blusas, bufandas, cobijas, chalecos, calcetas, zapatos, gorros, bolsas y ropa para mascotas. Cada prenda salida de la imaginación de cada artesano.



Figura 2. Prendas al interior de la Casa del Artesano. Fotografía propia.



Figura 3. Casa del Artesano José Pérez Delgadillo en Gualupita. Fotografía propia.

Además de poder exhibir y vender sus prendas en la Casa, pueden ser invitados a todos los eventos locales en que se considere a la Casa, como ferias y capacitaciones de parte de Desarrollo Económico de Tianguistenco. Para tener un mejor control de las prendas, a cada una le es colocada una etiqueta con las iniciales de el nombre del artesano que la elaboró y el costo que el artesano estableció para su prenda. Aunque puede parecer una etiqueta muy sencilla, de esta manera hay un control de las etiquetas y de los ingresos obtenidos. La Casa fue creada cuando un grupo de jóvenes apegados a la iglesia católica, junto con otro grupo de jóvenes profesionistas llamado Yolotl, consiguieron la donación del edificio a los artesanos. Y como se verá a profundidad en el capítulo 2, esto disiente con la teoría que menciona que en contextos en que se encuentren muy presentes instituciones formales como la religión o la familia (Sabah et al., 2014) lo más probable es que se inhiba la innovación y la generación de emprendimientos, pues en el caso de Gualupita, es la religión y la familia, elementos indispensables en la generación de los emprendimientos y en la generación de capitales sociales. En sus inicios fueron los jóvenes los que se encargaron de cuidar la Casa del Artesano, sin embargo hubo problemas entre los jóvenes y los artesanos, “debidos a una mala administración” (Campo, 2015), por lo que su cuidado se dejó a cargo de los artesanos. De alguna manera es la competencia de la que habla Dana (2010a) en su artículo. La Mesa Directiva se encarga de las cuestiones oficiales de la Casa y cuando hay invitaciones de concursos de artesanías son ellos quienes gestionan y acuerdan con los artesanos las decisiones que tomarán. Estos artesanos cumplen la función emprendedora de liderazgo para los artesanos afiliados. Son representantes e intermediarios entre la oficina de Desarrollo Económico de Tianguistenco y los artesanos de Gualupita; por lo que deben de contar con cierto capital cultural para poder mediar entre ambos y de cierto capital simbólico para poder ser elegidos y aceptados como representantes. La Casa lleva ese nombre ya que José Pérez Delgadillo fue reconocido en Gualupita por ser el primer artesano en elaborar el gabán jaspeado<sup>13</sup>. Es relevante mencionar la fuerte historia oral que se tiene en la comunidad y la importancia que los habitantes le dan, como se profundizará en el capítulo 2.

---

<sup>13</sup> Un gabán jaspeado es aquél lleno de figuras geométricas. Dada la complejidad en su elaboración, el costo de venta de un gabán jaspeado va de \$5,000 a \$50,000.



Figura 4. Tipo de dibujo en un gabán jaspeado. Diseño artesanal de Gualupita. Fotografía propia.

“Cualquier artesano que teja bien puede formar parte de la Casa del Artesano” (Campo 2015). Las prendas que se exhiben en la Casa, al tener un precio más elevado que las prendas que se comercializan en el tianguis del fin de semana, deben de contar con una mejor calidad. Dado que las prendas tardan en venderse los artesanos lo consideran una inversión. En el transcurso de que esas prendas se venden deben de comercializar otras, por lo que generan varios productos para su venta en el tianguis, como gorras, guantes y calentadores que son los que más se desplazan. Los artesanos tienen gran cantidad de prendas tejidas, para que cuando haya una feria o asistan al tianguis a venderlas, tengan que vender. Mientras que en la casa del artesano se exhiben gabanes jaspeados de hasta 3,000 pesos, un par de guantes o calentadores cuestan 50 pesos. Los gabanes jaspeados los elaboran por encargo y dado su costo no son exhibidos en la Casa de manera cotidiana. Algunos artesanos han llevado sus gabanes a las tiendas de FONART en la Ciudad de México, sin embargo el traslado les implica costos y el tiempo que tardan en venderse hace que casi no dejen sus prendas ahí. De hacerlo, deben dejar sus artesanías, sin recibir ningún pago. Éste lo reciben hasta que la prenda haya sido vendida, en caso de que así sea. Se puede ver por tanto, el valor social de las cosas del que habla Appadurai (1986), pues el valor se obtiene de distintas maneras: se obtiene dependiendo del hilo, de la prenda, del tipo de

tejido, del color de la lana, del acabado, así como del lugar en el que se comercializa. Cada una de esas distinciones le da un valor diferente a los artículos comercializados.

Aún cuando la Casa del Artesano es un espacio céntrico en la localidad, no todos los artesanos forman parte de esta asociación. De acuerdo a los artesanos en todo Gualupita hay aproximadamente unos 70 artesanos, de una población de 7,676<sup>14</sup> personas, es decir, un 1% de la población se dedica a este oficio (Campo, 2015). De esos 70, sólo 34 están adscritos a la Casa del Artesano (Campo 2015). Sin embargo, se ha descubierto en campo que hay artesanos que no se autodefinen así, pues trabajan con sus padres ayudándoles a tejer, sin embargo sí son artesanos en el sentido de que saben tejer artesanías. Suelen desarrollarse como artesanos cuando forman una familia y se dedican a dicha actividad económica en un cien por ciento. Forman parte de la unidad doméstica (Pérez Lizaur, 2010) en la que todos trabajan para el sustento de la familia, en grupos que no pretenden crecer hasta convertirse en empresas y los cuales presentan crecimiento cuando la familia crece. Además de los artesanos afiliados a la Casa hay otras asociaciones de artesanos en Gualupita, como la Cooperativa Guadalupe y Raíces artesanales. Además están otros artesanos independientes que están agrupados por familias y que venden sus productos en locales que llevan el apellido familiar, como parte de su capital simbólico. Cuando las invitaciones de Desarrollo Económico llegan para que participen en ferias de artesanías, a veces por la premura del tiempo de respuesta, no se pueden organizar y quien asiste a las ferias son las personas que abren la Casa o artesanos “que anden de pasada en la Casa” (Campo, 2015) y que cuentan con los recursos para moverse hacia la feria, por lo que necesitan de cierto capital económico para acudir al lugar designado para luego comercializar sus productos. Se manejan distintas técnicas de tejido; la mayoría de las personas tejen en bastidor<sup>15</sup>, otros cuantos tejen a gancho y unos pocos tejen en telar de pedal. La razón de que sólo algunos pocos tejan en telar de pedal se debe a que para poder tejer requieren del telar, de la habilidad para usarlo, del espacio para tenerlo, así como del conocimiento para arreglarlo si se descomponen, ya que en su mayoría

---

<sup>14</sup> Dato más reciente, del censo INEGI 2010.

<sup>15</sup> Dos tablas paralelas, unidas por unas piezas de metal que dejan un espacio entre ellas para meter el tejido. Se teje pasando el hilo por unos clavos colocados en las tablas paralelas.

los telares son hechizos<sup>16</sup>. Aunque se puede ver en Gualupita telares más recientes, mandados a hacer por el artesano más conocido de la comunidad. Sin embargo, tener uno de esos telares implica una inversión que sólo pueden hacer algunos con cierto capital económico o con un cierto capital social que les permita ir pagándolo. Pueden mandar a hacer piezas con un carpintero, pero el armado, el ajuste y el acabado lo hacen los mismos artesanos; por lo que el trabajo artesanal no se queda sólo en el tejido. Son innovadores también en la elaboración de sus herramientas de trabajo, como en sus devanadoras, e incluso en la manera de adaptar sus bastidores, ya que algunos les colocan monedas para abrir el espacio entre las tablas y hacer un tejido más abierto. Así como se describió con Smith (1776), la división del trabajo genera especializaciones y por lo tanto innovaciones en las distintas áreas que abarca el tejido artesanal de prendas. En los telares se pueden elaborar telas, cortinas, gabanes, sarapes..., en los bastidores suéteres, gorros, calentadores, calcetas, chalecos, capas, guantes, bolsas y hasta muñecas..., con el gancho se pueden tejer las mismas prendas que con el bastidor. Hay artesanos que mezclan bastidor y gancho para dar a sus prendas acabados diferentes y únicos o para unir las diferentes piezas de un suéter, por ejemplo.



Figura 5. Casa del Artesano del lado derecho. A la izquierda la plaza principal y al fondo el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Iglesia principal de Gualupita. Fotografía propia.

---

<sup>16</sup> Elaborados a mano por los artesanos. Algunos han sido heredados y tienen más de 100 años.



Figura 6. Vista del edificio del ayuntamiento al lado izquierdo. Es el edificio amarillo. A la derecha (no aparece en la imagen) se encuentra la Casa del Artesano. Fotografía propia.

De cada una de las prendas hay grados de especialización; no es lo mismo una prenda tejida con colores naturales de la lana (que son el blanco, el negro, el gris y el café), que una prenda tejida a color; ésta última vale más. Entre los suéteres también hay diferencias entre el diseño clásico con una cintilla en la cintura, que un suéter con un diseño más contemporáneo, el último vale más. Y entre los gabanes, hay distintos tipos de gabanes: los lisos de orilla y bocamanga<sup>17</sup>, el encajonado<sup>18</sup> y el jaspeado que se mostró en la figura 4. Hay sólo 10 personas que tejen el gabán jaspeado<sup>19</sup> en Gualupita. Yo tuve la fortuna de conocer a tres. La artesanía se va especializando mientras más procesos conlleva. Hay distintos tipos de grosor del hilo dependiendo de la calidad que se busque; mientras más delgado sea el hilo, más fino será el tejido y más caro. También hay distintos tipos de suavidad de la lana, que implican un mayor

<sup>17</sup> Tienen figura alrededor del cuello y en la parte de abajo del gabán. Pueden ser de colores naturales o teñidos.

<sup>18</sup> Tiene figura en todo el contorno del gabán. Pueden ser de colores naturales o teñidos.

<sup>19</sup> Prenda considerada la más difícil de realizar, por la cantidad de figuras y colores que contiene. El tiempo de elaboración de un gabán jaspeado es de 3 meses, tejiendo 9 horas diarias. (Campo, 2015)

cuidado en la limpieza de la lana; mientras más limpia, es también más cara. En cuanto a los teñidos, casi todos hacen uso de lininas para entintarlos, pero es un proceso que también se puede hacer con tintes naturales como se explicó antes y que le daría más valor a las prendas. Los artesanos dicen que conocen el proceso, sin embargo ya está en desuso. Sólo Don Efrén Nava y sus aprendices tiñen con éste método y es también él quien hace uso de hilos de oro y plata en sus tejidos, así como hilo de cashemir. Hay personas que son buenas tiñendo, así que es a ellos a quienes les compran el hilo ya teñido, mientras que hay otros artesanos que prefieren tejer con hilo de colores naturales. Las formas que tejan, los diseños, los colores que usan y los terminados dependen mucho del artesano. Aunque varios saben hacer, por ejemplo, el suéter tradicional, cada uno le pone algo diferente, algo de sí mismos (Campo, 2015). En una reunión con varios artesanos comentaron que cada artesano busca sacar algo novedoso. Para lograrlo observan la moda del momento<sup>20</sup> y agregan a las prendas botones o cierres y tratan de diseñar prendas novedosas. Las formas son diversas y variadas, lo único que tienen en común es que tratan de ser llamativas. Sienten orgullo por lo que hacen y cuando les preguntan si pueden hacer algo nuevo lo ven como un reto: “no gano nada pero les voy a demostrar que sí puedo” (Campo, 2015) Es un poco el vivir con incertidumbre y el afrontarla lo que los mueve a hacer más.

---

<sup>20</sup> Observan la ropa y las tendencias de moda en las telenovelas, por ejemplo, o en revistas.

## **II. Emprendimiento Regional y su relación con el caso de Guadalupe Yancuictlalpan**

### **2.1. A manera de Introducción**

En una primera parte de este capítulo se exponen algunas teorías procedentes de la administración y la antropología social que ayuden a entender lo que significa el emprendimiento regional y su relación con los artesanos de Gualupita. Para poder comprender el emprendimiento actual en la región, se ha realizado una investigación documental sobre el panorama económico de la región, sus antecedentes históricos y el pasado colonial de la región; para lograr, mediante el método de análisis histórico comparado, entender las lógicas que originaron un desarrollo económico diferenciado. En dicha revisión histórica se da cuenta de la relevancia geográfica que la región tuvo para los españoles en el siglo XVI y para el desarrollo de la industria en el siglo XX. Se exponen los antecedentes de la actual zona industrial en la región, su llegada en la década de 1970, sus respectivas consecuencias ecológicas y la manera en que contribuyó al cambio y adaptación de las actividades productivas de los artesanos de lana de Gualupita, unidad de análisis de ésta tesis, y que es una forma en que los emprendedores se vuelven agentes de cambio (1776), al adaptarse a los cambios económicos de su entorno y generar nuevas formas de producir. Para el análisis documental han sido relevantes los hallazgos de Isaac L. Velázquez, pues como cronista de Tianguistenco, se ha ocupado por años de recuperar la historia documentada y la historia oral de la región. Por lo que éste investigación estaría incompleta si no se consideraran sus aportaciones.

### **2.2. La teoría de clusters y de las proximidades en el estudio del emprendimiento**

Autores como Johannisson (2009) y Ramírez-Pasillas (2007) han hablado de la importancia de la proximidad geográfica para diversos actores, como individuos, firmas e instituciones, en una región; pues eso promueve la constante co-creación de emprendimientos locales, en espacios globales. Johannisson, al igual que Schumpeter (1949) ubica el emprendimiento como un hecho social, que requiere ser contextualizado y aterrizado con información empírica. Cuestión que se realiza en éste capítulo. Ramírez-Pasillas (2007) describió los resultados de sus investigaciones

en los cuáles, además de la proximidad se vuelve relevante mantener relaciones y redes con actores externos geográficamente hablando. Lo que denota la importancia de mantener los capitales expuestos por Bourdieu (1959). La cercanía promueve el desarrollo de relaciones sociales e intercambios de bienes, de conocimiento, la creación de circuitos comerciales, -ejemplificado en el trabajo de Malinowsky (1922)-, así como una economía de dones (Mauss, 1950/2002). Boschma (2005) en su ensayo *Proximity and innovation: a critical assessment* propone cinco proximidades a ser analizadas pues promueven el aprendizaje y la innovación. Se vuelve relevante la propuesta del autor ya que los emprendedores, como se vio en el capítulo 1, están asociados a nuevas formas de hacer las cosas. Para ello, requieren de una apertura hacia la innovación, tratando de mantener una mejora constante, además de una capacidad de adaptación a los cambios. Estas habilidades pueden ser adquiridas mediante la propuesta de Boschma. Como Johannisson (2009) y Ramírez-Pasillas (2007) considera importante la proximidad geográfica, sin embargo, plantea que ésta puede ser subsanada por otras cuatro, como son la cognitiva, la organizacional, la social y la institucional. A diferencia de otros autores, explica que la proximidad no sólo provee de ventajas, pues un exceso de dichas proximidades puede generar también un cierre en la apertura hacia otros conocimientos y otras innovaciones. A continuación la descripción de éstas proximidades y una tabla adaptada de la de Boschma en la que se ofrece, a manera de resumen, la forma en que se manifiestan las diferentes proximidades en el caso particular de los artesanos de lana de Gualupita. La proximidad cognitiva entre las personas puede facilitar la comunicación y el entendimiento de nueva información; como en el caso de los artesanos, quienes abiertamente se comunican con sus colegas artesanos e intercambian información de concursos, de calidad en sus prendas, de capacitaciones, de reuniones o de ferias artesanales. Demasiada proximidad cognitiva puede deteriorar el aprendizaje y la innovación (Boschma, 2005), sin embargo, en el caso de los artesanos se ha podido observar en el trabajo de campo realizado, que al exponer productos nuevos a otros compañeros artesanos, como diseños diferentes o nuevas formas de tejer a sus compañeros, se genera en los otros una intención de imitar el diseño o buscar una manera distinta de llegar al mismo tejido o misma prenda. Existe esa competencia que comentó Dana (2010a), lo que se vuelve en un motivante de mejora. Ellos tienen una frase que es: “les voy a demostrar que puedo hacerlo” (Campo 2015-2018), lo piensan

y lo intentan hasta lograrlo, generando diseños nuevos, volviendo a provocar ésta competencia y motivación. Una artesana comenzó a tejer muñecas de lana porque su hija le preguntó si podía tejerle una con el bastidor; ella lo intentó hasta que a base de prueba y error consiguió un modelo que ahora replica, expone y vende en la Casa del Artesano. También tejió un vestido de novia<sup>21</sup> en bastidor para participar en un concurso, pero al ver que los jurados no le creyeron que había sido tejido, en su totalidad, en bastidor decidió deshacerlo. (Campo, 2015).

En segundo lugar se encuentra la proximidad organizacional, que define el grado en el que se dan las relaciones. Para Boschma (2015), con la proximidad organizacional se reduce la incertidumbre al crear conocimiento nuevo, mediante controles para identificar el origen de la nueva información y recompensas para aquellas nuevas tecnologías. En el caso de los artesanos de lana de Gualupita, todos están ubicados en la misma localidad y pueden acceder a un punto de reunión, que es la Casa del Artesano. La proximidad organizacional se puede ver en sus distintas formas de trabajo, que van desde las unidades económicas, hasta identificarse como un conjunto de artesanos. Asimismo la proximidad es mayor mientras más pequeña es la organización. Entre ellos se dan intercambios económicos, cuando por ejemplo, al finalizar cada año, trabajan en conjunto para cumplir con los requisitos del paquete invernal<sup>22</sup> que tienen con el Gobierno del Estado de México. Entre las amenazas que expone Boschma cuando hay demasiada proximidad organizacional está el que pueden darse relaciones en un sistema burocrático, en el que sólo se beneficia a los más cercanos. En el caso de Gualupita, sucede que cuando los concursos llegan a la Casa del Artesano sólo se enteran “los que andan por ahí” (Campo 2015). Dado que todos los días hay una persona diferente atendiendo la Casa, si llega alguna oportunidad de momento, en la que los artesanos tengan que moverse, por ejemplo a Toluca para vender sus productos, son los que atienden o sus colegas cercanos quienes se enteran y atienden la feria de artesanías. Es una cuestión de oportunidad en la que el capital social de los emprendedores se vuelve relevante para

---

<sup>21</sup> Aunque no existen fotografías o dibujos del vestido de novia elaborado en lana, otros artesanos han corroborado éste historia, describiendo el vestido y la manera en que la artesana los deshizo.

<sup>22</sup> El Paquete invernal consta de guante, bufanda y gorro que los artesanos de Gualupita tejen para el Gobierno del Estado de México mediante la Dirección de Desarrollo Económico y su Unidad de Fomento Turístico y Artesanal del Municipio de Tianguistenco. Como una manera de apoyar a los artesanos y al mismo tiempo donar estos paquetes invernales a personas de bajos recursos en el estado. En el 2017 cada artesano tuvo un ingreso extra de 3 mil 69 pesos. De acuerdo a Isabel Guadarrama Sánchez, Directora General del Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México (IIFAEM)

que sean considerados o no, pero que sí puede ser visto como un sistema burocrático en el que no todos los artesanos son considerados por igual y se pueden ver vistos beneficiados aquellos más cercanos a la Casa.

En el caso de la proximidad social, los artesanos están unidos por fuertes vínculos sociales; con una misma identidad, lo que se verá a fondo en el capítulo 4 y como miembros de una comunidad católica, mismo que se expondrá en el capítulo 3. De acuerdo a Boschma (2005) ésta involucra relaciones de confianza basadas en el parentesco y en la experiencia, tenerla facilita el conocimiento tácito; sin embargo mucha proximidad social puede llevar a menospreciar el oportunismo y a mantener una relación social a expensas de la innovación y el aprendizaje; así como el bloqueo a nuevos artesanos y a nuevas ideas. El conocimiento tácito artesanal se transmite en Gualupita mediante la endoculturación (French, 2000), pasando de una generación a otra y mediante el difusionismo (French, 2000), con capacitaciones para los artesanos, en las que llegan a tener artesanos visitantes de otros estados de la república o de otros países, y las cuales generan un intercambio de conocimientos y se crean lazos de amistad. El conocimiento tácito de la elaboración artesanal de prendas se difunde también mediante la unión matrimonial de dos personas. Cuando uno de los esposos no es de Gualupita, pero con el tiempo aprende también el oficio y se crean asociaciones o unidades domésticas en las que los hijos se convertirán también en mano de obra de la unidad doméstica. El alto grado de proximidad puede provocar el mantener en la unidad doméstica a una persona que no tiene el conocimiento para producir con la misma calidad o el mismo compromiso, pero los lazos de parentesco son los que mantienen a la persona dentro de la unidad. Aún cuando en Gualupita, tradicionalmente los telares de pedal han sido usados sólo por hombres y el conocimiento tácito se transmite dentro de la unidad doméstica en primer lugar, en años recientes el maestro Efrén Nava decidió pasar su conocimiento a dos aprendices: un chico y una chica, quienes no pertenecen a su unidad doméstica, pero lo hizo como una manera de mantener vivas las tradiciones y como una manera de que el conocimiento no se pierda. Por lo que se puede ver que la proximidad social no siempre provoca el cierre a los externos y a nuevas formas de hacer las cosas.

La proximidad institucional se determina desde las normas y conductas del estado. Contribuye a establecer una cohesión social y a mover la acción colectiva, sin embargo, cuando

existe demasiada proximidad, también limita las nuevas ideas y el conocimiento, de acuerdo a Boschma (2005). En el caso de Gualupita hay una proximidad institucional con organismos que promueven el desarrollo de las artesanías. Está el Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México (IIFAEM), así como la Dirección de Desarrollo Económico y su Unidad de Fomento Turístico y Artesanal del Municipio de Tianguistenco. Ésta última les otorga una credencial para acreditarse como artesanos. Trabajan de manera cercana con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) y con el Fomento Cultural Banamex<sup>23</sup>, quien desde 1996 apoya y fortalece la creación artesanal con fondos económicos, capacitaciones, exposición y venta de sus productos. En 2020 mostrará el primer censo<sup>24</sup> de artesanos que reúne a aproximadamente 4 millones de artesanos en México. La dimensión clave de ésta proximidad es la confianza de que todos tienen en común las mismas instituciones. Sabah et al. (2014) en su artículo *The Impact of cultural openness, religion and nationalism on entrepreneurial intensity: six prototypical cases of Turkish family firms* habla de cómo la influencia de fuertes instituciones puede inhibir o promover la innovación. Dentro de éstas instituciones, la religión es una fuerte institución para Gualupita y sus artesanos, como se verá a profundidad en el capítulo 3, y como plantea Boschma, mueve la acción colectiva y genera una cohesión social. El ejemplo anteriormente usado de la artesana que deshizo un vestido de novia tejido en bastidor porque los jueces de un concurso no creyeron que lo hubiera hecho, es una manera en que demasiada proximidad institucional puede limitar las nuevas ideas y la innovación. Si los elementos negativos de éstas proximidades se pueden evitar existe la posibilidad de una mayor comunicación y una co-creación emprendedora entre los artesanos. En el caso de Gualupita, algunos artesanos trabajan con clientes de otros países y con marcas globales. En cuanto al uso de recursos, algunos usan lana local, otros lana argentina pues tiene menos impurezas y otros

---

<sup>23</sup> Modesto Efrén Nava es el artesano de lana más reconocido de Gualupita por ser el que teje más fino. Sus tejidos contienen hilos de plata y oro. Está presente en el libro ‘Grandes Maestros’ publicado por Fomento Banamex. En 2017 recibió el premio a la Trayectoria Artesanal en la Ceremonia de Entrega del Gran Premio de Arte Popular 2017. Tiene como misión personal rescatar el sarape saltillero Virreinal del siglo XVIII.

<sup>24</sup> Para conocer más sobre este censo contactar con Fondo Cultural Banamex.

como el Maestro Nava, lana y cashemir de tiendas como Crochet<sup>25</sup>. A continuación se presenta la tabla presentada por Boschma (2005, p. 71) con una columna adicional en la que se muestra la manera particular en la que se manifiestan las proximidades en Gualupita.

Tabla 1

*Análisis de las proximidades de Boschma (2005) en los artesanos de lana de Gualupita,*

<b>Proximidades</b>	<b>Dimensión clave</b>	<b>Poca proximidad</b>	<b>Mucha proximidad</b>	<b>Caso Gualupita: artesanos de lana</b>
<b>1. Cognitivo</b>	Vacío de conocimiento	Malentendido	Falta de fuentes de novedad	Reuniones en Casa del Artesano para buscar mejora de calidad en productos e innovación. Capacitaciones grupales de teñido
<b>2. Organizacional</b>	Control	Oportunismo	Burocracia	Si están afiliados como artesanos, frente a Desarrollo Económico de Tianguistenco, pueden tener acceso a programas como el del Plan Invernal
<b>3. Social</b>	Confianza (basada en relaciones sociales)	Oportunismo	No hay economía racional	Transmisión de conocimientos tácitos mediante la enculturación y el difusionismo
<b>4. Institucional</b>	Confianza (basada en instituciones)	Oportunismo	Lock-in e inercia	Control de número de artesanos mediante credencialización, censos y cursos de capacitación
<b>5. Geográfico</b>	Distancia	No hay externalidades espaciales	Falta de apertura geográfica	Están muy presentes en la región, sin embargo están abiertos a negociaciones con actores externos, locales y globales

Adicionalmente se vuelve relevante mencionar la propuesta de Glocalización de Robertson (2003), pues dicha región, se ha visto influenciada por los factores globales. En el caso de la región a analizar; Tianguistenco y sus localidades, la influencia de lo global llegó en forma de parques industriales y en forma de escuelas de capacitación técnica. Mientras que las tradiciones locales se tuvieron que transformar como consecuencia. Más adelante en éste capítulo se mostrará la manera en que los cambios en el medio ambiente generaron una escasez

<sup>25</sup> Crochet son tiendas de ventas de madejas de hilo de lana, algodón, cashemir y utensilios como ganchos, bastidores, agujas, entre otros. Son tiendas en lugares exclusivos de la Cdmx como Santa Fe y Polanco, Lomas Verdes, Masarik, Interlomas.

de recursos que transformó la manera de crear sus artesanías y su manera de comercializarlas. A su vez, esto generó que mercancías globales entraran en Gualupita y se adhirieran como parte de sus tradiciones. Por ello los artesanos usan lana de argentina. Además de crear productos que son exportados. Uno de los artesanos quien tiene en su taller telares tradicionales e industriales, creó unos manteles para ser enviados a Londres, de donde recibió una fotografía de cómo lucen los manteles elaborados por él en un restaurante de comida griega en Londres. Vemos la manera en que se construyen lo local y lo global y que se volverá a abordar en las conclusiones de éste capítulo y en el capítulo 3 y 4.

### 2.3. Antecedentes históricos y económicos de Santiago Tianguistenco

Tianguistenco es un municipio ubicado en el Estado de México, México. “Colinda al norte con los municipios de Chapultepec, Metepec, San Mateo Atenco, Capulhuac, Ocoyoacac y Xalatlaco; al este con el municipio de Xalatlaco y el Estado de Morelos; al sur con el Estado de Morelos y los municipios de Ocuilan, Joquicingo y Texcalyacac; al oeste con los municipios de Texcalyacac, Almoloya del Río, Atizapán, San Antonio la Isla, Calimaya y Chapultepec. Ocupa el 0.75% de la superficie del estado.” (INEGI, 2009)

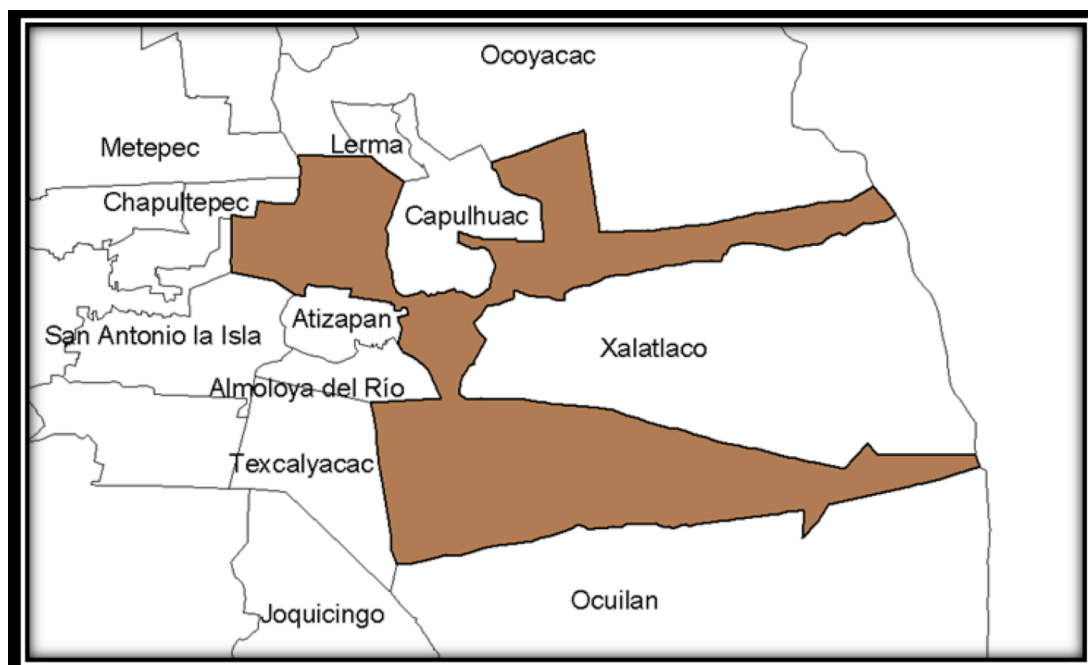


Figura 7. Mapa que enmarca la zona del municipio de Santiago Tianguistenco. Recuperado de: Plan de Desarrollo Municipal Tianguistenco 2013-2015.

El origen de Tianguistenco data del siglo XVI. En el siglo XIII sólo se hablaba de Xalatlaco y Capulhuac. De acuerdo a Velázquez (1996), cronista de Tianguistenco, la zona del Valle de Toluca estaba habitada principalmente por matlazincas y otomíes; de su investigación llevada a cabo en el *Códice Osuna*, Xalatlaco, Atlapulco y Capulhuac pertenecían al señorío tecpaneca de Coyoacán en el siglo XIII. No se puede hablar del pasado de Tianguistenco sin mencionar a Xalatlaco, pues de ahí deriva su origen: "...cuando las tribus mexicas pasaron por ahí para asentarse en el Valle de México, Xalatlaco ya existía y tenía una población numerosa..." (González, 2011, p. 171) En el siglo XIII se estableció el tianquistli, lo que hoy es un tianguis, en el señorío de Xalatlaco, hoy presente en el municipio de Santiago Tianguistenco.

Hoy en día tal sitio es el cruce de las calles de Juárez e Hidalgo con las de Morelos y Galeana, en la villa de Santiago Tianguistenco y el caserío primitivo, origen de esta villa, se ubicaba en la rivera izquierda del río Jalatlaco y al poniente de la calle de Aldama. (Velázquez, 1996, p. 14)

En los primeros meses de 1524 Hernán Cortés acompañado y guiado por su aliado Quitzilzil, señor de Jalatlaco, incursionó al valle de Toluca... Cortés cedió en encomienda los señoríos de Jalatlaco y Atlapulco a Don Leonel de Cervántes y Tello, comendador de la orden de Santiago. (Velázquez, 1996, p. 15)

El tianguis de los días martes en Tianguistenco ha sido, desde el siglo XIII, antes de la creación de Santiago Tianguistenco como villa, elemento fundamental en la zona. Como punto comercial para los habitantes de la región, así como para el intercambio de bienes entre los pobladores del Valle de México y el Valle de Toluca. Hoy día, en el siglo XXI continúa siendo un centro comercial de gran importancia para la región.

La permanencia del mercado semanal de los días martes, fue confirmada por acuerdo del virrey Don Luis de Velasco y Ruiz de Alarcón, expedido en 1551 después de considerar, a petición expresa de los propios vecinos, su antigüedad y su importancia regional. (Velázquez, 1996, p. 18)

“Dada su cercanía con el señorío de Capulhuac... esa comunidad fue conocida como *Tianguistenco - Capulhuac*.” (Velázquez, 1996, p. 14) Hoy día es difícil determinar en donde inicia un municipio e inicia el otro pues caminando desde Capulhuac a Tianguistenco, la primer referencia es la Casa de Cultura de Tianguistenco, pero pasos antes aún es Capulhuac. Aún más difícil es determinarlo los días martes pues es día de tianguis en las calles de Tianguistenco. Fue hasta la última década del siglo XVI que Don Luis Velasco y Castilla, virrey de Nueva España y encomendero de Tianguistenco le concedió la categoría de pueblo, con independencia del señorío de Xalatlaco. Destinada a ser residencia de españoles.

De ser un reducido “caserío junto al mercado” pasa a ser el pueblo residencia de los tenientes del alcalde mayor de Metepec (hasta 1762) y de Tenango del Valle (de 1762 a 1786) y del teniente del subdelegado de Tenango del Valle a partir de 1786, hasta la independencia en 1821. (Velázquez, 1996, p. 19)

Fue el 9 de julio de 1820 que quedó erigido el primer Ayuntamiento de Tianguistenco. De él surgió Capulhuac en 1827, en 1847 se separaron Almoloya del río, Santa Cruz Atizapán y Texcaliacac y en 1872 Xalatlaco, para constituirse como municipio. Es el 24 de septiembre de 1878 cuando se le nombra Santiago Tianguistenco de Galeana, en homenaje a Don Hermenegildo Galeana, héroe de la independencia. Y en 1910 se inaugura su Palacio Municipal (Velázquez, 1996, pp. 20-23) Don Leonel de Cervantes, consagró al caserío junto al mercado a Jacobo, hijo del trueno. “Desde entonces: Santiago Tianguistenco.” (Velázquez, 1996, p. 15)

Santiago: voz castellana para designar al apóstol Jacobo el Mayor: San Jacob, Santyago o Santiago. Tianguistenco: del nahuátl *timquistli*: mercado; *tentli*: brilla: *co*: sufijo de lugar. En la orilla del mercado. (Velázquez, 1996, p. 13)

Como se mostró en los antecedentes de la fundación y construcción de Tianguistenco, se puede ubicar el tianguis como un centro comercial de gran importancia desde el siglo XIII. Tianguistenco significa: en la orilla del mercado. Por lo que a continuación se exponen los antecedentes comerciales.

La primera industria de corte moderno fundada en Santiago Tianguistenco, fue la de hilados y tejidos Santa María del Buen Suceso, cuyo origen data de 1881; los empresarios fueron los hermanos Alejandro y Francisco de Paula Pliego, originarios de Toluca, quienes formaron la sociedad mercantil Pliego Hermanos; posteriormente, formaron otra sociedad, la Compañía Santa María del Buen Suceso, según consta en la escritura del 27 de abril de 1875 suscrita ante el notario Gregorio Gutiérrez de la ciudad de Toluca.

Para formar el cuerpo técnico, la compañía contrató los servicios de los hermanos José Guadalupe y Pedro Morales y Olivares, reconocidos maestros en el arte textil, originarios de la ciudad de Celaya, Guanajuato.

Anualmente producía de 2,000 a 3,000 frazadas, cuyo precio era de 75 centavos cada una y de 2,000 a 2,500 libras (unos 1,300 kilogramos) de hilaza blanca, que se vendía a 50 centavos la libra. Los productos eran vendidos no sólo en el estado de México sino también en el vecino estado de Morelos. (Velázquez, 1993, p. 115)

Fue en éste momento, de acuerdo a Velázquez (1996) que se “...construyeron puentes y caminos, se empedraron calles, se introdujeron el teléfono, el telégrafo, el abastecimiento de agua potable se modernizó y en 1908 se inauguró el alumbrado público.” (p. 23) Es en la década de 1960 que llegaron varias empresas trasnacionales al valle de Toluca y fue la expectativa de crecimiento industrial en la zona de Toluca-Lerma, lo que llevó al gobierno a promover nuevas inversiones industriales ofreciendo tierra para la industria automotriz. En la sección sobre el impacto ecológico de la zona industrial para Gualupita y Tianguistenco se revisarán a detalle las consecuencias en los recursos naturales y la manera en que modificó el estilo de vida y las actividades productivas de los Gualupitenses. Ha sido tanta la relevancia económica que Tianguistenco ha tenido en la región, que el 25 de noviembre del 2016, se aprobó en la Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno del Estado de México “...la Declaratoria de Zona Metropolitana de Santiago Tianguistenco integrada por los municipios de Almoloya del Río, Atizapán, Capulhuac, Texcalyacac, Tianguistenco y Xalatlaco para la coordinación de los planes, programas y acciones, de estos entre sí o del estado y sus municipios, con planes federales y de la Ciudad de México.” (p. 2)

#### **2.4. El entorno de Tianguistenco**

Tianguistenco resalta por su gran plaza central y por su reconocido tianguis los días martes. En su explanada se puede hallar todo tipo de comercio; desde puestos de periódicos, hasta bancos. Resalta la construcción de su iglesia principal por un lado, un auditorio en el otro extremo y al centro el Palacio Municipal con una amplia explanada que recuerda la calle de Madero en el centro de la Ciudad de México o la Alameda Central a un costado de Bellas Artes. Su tianguis abarca todo tipo de productos; verduras, frutas, carnes, ropa, zapatos, comida entre la que resalta la barbacoa y el obispo, hasta cosas usadas como electrodomésticos e incluso llantas. Existe también, como parte del tianguis de los martes, un mercado de animales vivos, en el que se pueden encontrar borregos, cerdos o gallinas. Se puede llegar a Tianguistenco desde diferentes lugares. Desde la carretera libre La Marquesa - Tenango incluye un recorrido por distintos valles. En su mayoría enmarcan la entrada con un arco, en el que se cobra por acceso a los vehículos. Al interior una gran variedad de locales de comida en los que se pueden degustar platillos como

sopa de médula, sopa de tortilla, tlacoyos, gorditas y quesadillas de diversos ingredientes como el haba cocida, requesón, chicharrón prensado, queso oaxaca, flor de calabaza, champiñones, picadillos, tinga de pollo, tinga de res, acompañados de nopales y queso. También hay oferta de barbacoa, carnitas, truchas que puedes pescar en el estanque de algunos restaurantes o en el lago, en el caso de los valles que cuentan con uno. La



Figura 8. Explanada de la cabecera municipal en Santiago de Galena en la que se observa la iglesia principal del municipio. Fotografía propia.

oferta gastronómica se complementa con puestos de elotes, esquites, chicharrones o papas fritas. En cuanto a las bebidas se puede encontrar refrescos, aguas de sabor o cervezas. En estos valles se halla también una amplia oferta de actividades de dispersión, como pistas formadas por llantas enclavadas en la tierra, en la que pueden correr cuatrimotos con hasta 2 pasajeros. Hay espacio libre suficiente para que lleguen corredores expertos o aficionados, así como ciclistas. En algunos valles se ofrece el servicio de tirolesa con un cable que cuelga de un árbol alto y en el que las personas mediante un arnés se deslizan hacia abajo. También existen muros para escalar y cabañas en renta, con mesas y asientos disponibles, así como con asaderos para que las familias puedan preparar sus alimentos. Para entretenerse hay vendedores ambulantes con pelotas, burbujas y cometas de plástico. Dada la formación de los valles, deja planicies propicias para correr y volar cometas.

Los valles son zonas soleadas, pero también húmedas, principalmente en época de lluvias. En años recientes, desde la construcción del tren interurbano Toluca - Ciudad de México

en el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, el paisaje se ha visto transformado por la falta de árboles y en su lugar la existencia de grandes columnas de más de 30 metros de altura. Sobre la carretera, del lado derecho hay algunas cabañas que se ofrecen a la renta y algunos puestos en los que venden algunas prendas como gorros y bufandas de lana y de estambre, así como zaleas de borrego y vaca. Al término de los valles se encuentran algunos restaurantes más grandes y lujosos que los hallados en los valles. En ellos se ofrece un espacio cerrado, un acceso directo desde la carretera, el mismo menú a un mayor precio y en algunos, una vista privilegiada a campos verdes, llenos de árboles, pasto y arbustos. En ellos se ofrecen juegos de herrería para los niños. La carretera es de un carril por sentido, desde que se toma en la marquesa. Continúa el camino rodeado por campos de maíz, pasando por San Antonio la Isla, del lado derecho, ubicación que se ha convertido en un tiradero a cielo abierto. Metros más adelante, la entrada del lado derecho a San Miguel Almaya, localidad del municipio de Capulhuac. Ubicado a faldas de un cerro con una población de 4,941 personas (INEGI, 2010). Más adelante, del lado izquierdo, la entrada a Santiago Tilapa, localidad perteneciente al municipio de Santiago Tianguistenco con 10,087 personas (INEGI, 2010). En Tilapa se encuentra un CONALEP con la oferta educativa en: Contabilidad, Control de Calidad, Industria del Vestido, Seguridad e Higiene y Protección Civil. Estas carreras se relacionan con la industria que rodea Tilapa: la industria textil de Almoloya del Río y la industria automotriz en Daimler, en el parque industrial de Tianguistenco. Siguiendo sobre la carretera, se encuentran unos viveros a ambos lados de la carretera, en los que se pueden encontrar diversidad de plantas, árboles y arbustos, así como tierra y macetas. También hay algunos comercios de comida, los cuales se han ido agrupando con los años. En 2015 se llegaba a ver distintos puestos de comida. Hoy día, 2019, se ven todos en una misma estructura con oferta de frutas, jugos y comida variada. La descripción que antecede en torno a los diferentes tipos de comercios, locales, actividades de dispersión y opciones de comida sirven para ilustrar la cantidad de emprendedores que existen en la región. Algunos agrupados, otros en unidades domésticas, y todos desarrollando proyectos económicos, viviendo en incertidumbre, ya sea por gusto o por necesidad, pero moviendo la economía local.



Figura 9. Mapa de la región en el que se observa: el municipio de Santiago Tianguistenco, Guadalupe Yancuictlalpan, Santa Cruz Atizapán, Capulhuac de Mirafuentes, Xalatlaco y Santiago Tilapa. Recuperado de Google Maps.

Otra de las rutas principales para llegar es desde la carretera México - Toluca. El ingreso hacia Tianguistenco se hace desde la carretera a la altura del centro comercial outlet de Lerma. Se abre el paisaje con diversas industrias, sobre una vialidad con un río contaminado en el centro. Como apéndice se agregará al contenido de ésta tesis los nombres de todas las industrias presentes en la región para dar cuenta de ésta otra economía, llegada con la modernidad, en la que lo global afecta lo local transformando su entorno y generando formas diferentes de interactuar con el entorno, así como ideas diferentes sobre el deber ser, en cuanto a actividades productivas. Con la llegada de las industrias es que llegan las escuelas CONALEP, como una opción para capacitar a los jóvenes, en las diferentes actividades requeridas por la industria. Transformando con ello las actividades económicas de la región y generando trabajo para los jóvenes. Por ello, resulta relevante Gualupita, por ser un nodo rodeado de industria que se afianza a sus tradiciones comerciales y religiosas, generando emprendimientos colectivos y una economía de dones. A los lados de la vialidad se pueden apreciar una gran cantidad de árboles conocidos como sauces llorones, característicos de las zonas cálidas y húmedas. Más adelante se encuentra la localidad de San Nicolás Tlazala, en el que se encuentra el Parque Industrial Tlazala

y el Parque Industrial Pymes. En el municipio de Capulhuac de Mirafuentes, al lado de Santiago Tianguistenco, no hay industrias visibles en el mapa. Caminando por aquellas calles es difícil determinar a simple vista en donde termina Capulhuac e inicia Tianguistenco. Quizá por eso antaño se le decía Capulhuac - Tianguistenco, como fue explicado en la sección de antecedentes. En Tianguistenco hay diversas industrias, algunas de ellas en el Parque Industrial Santiago Tianguistenco. Para efectos de la investigación en Gualupita, es relevante decir que se encuentra a 15 minutos caminando desde el centro de Tianguistenco. Se puede llegar por una de las avenidas principales de Gualupita: la avenida Hidalgo, en la que se encuentran los principales locales comerciales de la localidad y entre calles desde Tianguistenco, llegando a la Iglesia del Puente de Gualupita, en donde hay un puente empedrado que pasa sobre un río en donde una vez los artesanos de lana de Gualupita lavaban su lana. Hoy día el río está bordeado de casas lo que haría imposible lavar la lana, aún si el río no estuviera contaminado. Una de las consecuencias de la gran cantidad de fábricas en la región.



Figura 10. Río contaminado que cruza Gualupita, rodeado de casas. En la década de 1960 aquí acudían los artesanos a apartar piedras y lavar su lana. Fotografía propia.



Figura 11. Río contaminado que cruza Gualupita, rodeado de casas. Fotografía propia.

## 2.5. El Parque Industrial de Santiago Tianguistenco

Fue el 13 de agosto de 1971, de acuerdo a la Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México que se autorizó la construcción del Fraccionamiento Industrial Santiago Tianguistenco sobre una superficie de 211,777.95 m<sup>2</sup>, en el municipio de Santiago Tianguistenco, entonces Distrito de Tenango del Valle. Se puede acceder desde la carretera La Marquesa - Tenango del Valle y desde la carretera Toluca - Amomolulco. En el período de Carlos Hank González como Gobernador del Estado de México (1969 - 1975) se creó la infraestructura necesaria para el establecimiento de Parques Industriales, resultando favorecidas las industrias de la maquila, las artesanías, la industria química y la metalmecánica. De acuerdo a Rozga y Madrigal (2011) se establecieron cinco zonas geoeconómicas prioritarias: El Oro - Atlacomulco - Ixtlahuaca, La Marquesa - Tianguistenco - Lerma, Ocoyoacac - Lerma - Toluca, Villa Victoria - Zinacantepec - Almoloya de Juárez y Zumpago - Huehuetoca (p. 256). En la Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México, se autorizó el 13 de julio de 1974 “...llevar a cabo un Fraccionamiento de Tipo Industrial denominado Parque Industrial Santiago Tianguistenco II sobre una superficie total de: 170, 233.91 m<sup>2</sup>.” (p. 2) Con un área de vialidad de 27,330.90 m<sup>2</sup>, un área de donación de 11,951.57

m<sup>2</sup> y un área vendible de 130,951.36 m<sup>2</sup>. En la gobernatura de Jorge Jiménez Cantú se consolidaron 400 empresas en 19 zonas de desarrollo y 10 parques industriales. Asimismo se buscaba sacar a las industrias del entonces Distrito Federal del País, para llevarlas hacia los parques industriales, entre ellos Lerma, Toluca, Ocoyocac y Tianguistenco. (Rozga & Madrigal, 2011, pp. 257 - 262). Miranda y Andraca (2009) expusieron que en el 2006 el Parque Industrial de Santiago Tianguistenco contaba con “...una superficie total de 382 011m<sup>2</sup>, área vendible de 216 mil 064 m<sup>2</sup>, de donación 23 mil 096m<sup>2</sup> y destinada para vialidades 27 mil 330m<sup>2</sup>.” (p. 44) y que los servicios con los que contaba el Parque Industrial en 2006 eran: correos, telégrafos, bancos, transporte, la estación de ferrocarril Maclovio Herrera que conecta la zona con los sistemas ferroviarios del norte del país y del extranjero, clínicas para servicio médico, escuelas. (p.50). Asimismo, existe una asociación de industriales de Tianguistenco (ITAC), cuya visión es “ser una asociación fortalecida y ampliamente reconocida a nivel estatal en la gestión empresarial mediante las buenas prácticas, la vinculación y el talento.” ([itac.org.mx](http://itac.org.mx), 2019) Existen desde hace 40 años. Actualmente (2019) en su página no hay información sobre su historia ni las razones para pertenecer a ellos, pero Miranda y Andraca (2009) describieron en su artículo las ventajas de pertenecer a ITAC en 2006:

- Organización de Expo industrial en donde se da a conocer los productos de las empresas.
- Reuniones ordinarias mensuales para informar sobre trámites y servicios.
- Visitas de supervisión para prevenir accidentes y riesgos.
- Simulacro de aplicación del plan de ayuda mutua.
- Práctica de control de combate de incendios para brigadas del ITAC.
- Cursos sobre operaciones potencialmente peligrosas.
- Curso sobre respuesta a emergencias con materiales y residuos peligrosos.

- Curso sobre requisitos de cumplimiento en materia de seguridad e higiene y control ambiental.
- Curso para preparación y desarrollo de un plan de prevención de accidentes.
- Cursos de primeros auxilios.
- Implementación de un sistema de administración ambiental.

Como se ha podido ver con éste apartado, el crecimiento industrial en la zona ha sido exponencial. Lo que ha tenido como consecuencia una serie de efectos ecológicos que se detallarán más adelante, y que cambiaron la manera en que los artesanos han cambiado los recursos que usan. Quizá sea también el factor que haga que se mantengan en sus tradiciones, como una forma de no ser absorbidos por el entorno industrial que les rodea en el que no importa el conocimiento tácito que puedan tener, sino la acreditación que una institución como CONALEP les brinde.

## **2.6. Análisis socio - económico de Tianguistenco y sus localidades**

Los últimos datos estadísticos de la demografía en el país, por localidades específicas son del año 2010. SEDESOL elaboró un catálogo de microrregiones (2013), sin embargo los datos que utilizó son del censo INEGI 2010. A continuación se muestra la distribución demográfica del municipio, con información proporcionada por SEDESOL.

Tabla 2.

*Demografía de la región con base en el informe microrregiones SEDESOL (2013)*

<b>Nombre de la localidad</b>	<b>Población 2010</b>	<b>Grado de marginación de la localidad. 2010</b>	<b>Ámbito</b>
<b>La lagunilla</b>			Rural
<b>Mumana-Átl</b>			Rural
<b>Rancho San Isidro</b>			Rural
<b>Rancho San Agustín</b>			Rural

<b>Nombre de la localidad</b>	<b>Población 2010</b>	<b>Grado de marginación de la localidad. 2010</b>	<b>Ámbito</b>
<b>Texcoconalco (el llano)</b>			Rural
<b>Santiago Tianguistenco de Galeana</b>	13,106	Muy bajo	Urbano
<b>San Pedro Tlaltizapan</b>	11,472	Medio	Urbano
<b>Santiago Tilapa</b>	10,087	Medio	Urbano
<b>Guadalupe Yancuictlalpan (Gualupita)</b>	7,676	Bajo	Urbano
<b>San Nicolás Coatepec de las Bateas</b>	3,645	Medio	Urbano
<b>Tlacuitlapa</b>	2,234	Alto	Rural
<b>San Lorenzo Huehuetitlán</b>	2,100	Alto	Rural
<b>Tlacomulco</b>	1,814	Alto	Rural
<b>El Mirasol</b>	1,792	Medio	Rural
<b>Coamilpa de Juárez</b>	1,782	Medio	Rural
<b>La Magdalena de los Reyes (La Magdalena)</b>	1,423	Medio	Rural
<b>San José Mezapa Sección 1</b>	1,016	Bajo	Rural
<b>Pueblo Nuevo</b>	1,013	Alto	Rural
<b>Tlaminca</b>	1,007	Alto	Rural
<b>Colonia las Granjas</b>	934	Medio	Rural
<b>Guadalupe Victoria</b>	863	Medio	Rural
<b>Santa Cruz de Bravo (Santa cruz)</b>	842	Alto	Rural
<b>Ahuatenco</b>	745	Alto	Rural
<b>Antlantlacpac</b>	719	Alto	Rural
<b>Chiquixpac sección II</b>	654	Alto	Rural
<b>Techmaninalli</b>	636	Alto	Rural
<b>Metztitla</b>	610	Alto	Rural
<b>Colonia Campesina</b>	580	Alto	Rural
<b>San José Mezapa Sección II</b>	572	Bajo	Rural

<b>Nombre de la localidad</b>	<b>Población 2010</b>	<b>Grado de marginación de la localidad. 2010</b>	<b>Ámbito</b>
<b>Colonia San Miguel (368)</b>	477	Alto	Rural
<b>Colonia Guadalupe Rhon de Hank</b>	457	Muy bajo	Rural
<b>Ocotenco</b>	432	Medio	Rural
<b>Chiquixpac sección I</b>	411	Alto	Rural
<b>Ex Hacienda de Atenco</b>	371	Medio	Rural
<b>San Bartolo del Progreso (San Bartolo)</b>	353	Alto	Rural
<b>Colonia San Isidro</b>	314	Alto	Rural
<b>Tierra Colorada</b>	203	Alto	Rural
<b>Tzitzicazapa</b>	137	Alto	Rural
<b>El Tejocote</b>	110	Alto	Rural
<b>El Apilulco</b>	57	Alto	Rural
<b>El Buen suceso</b>	30	Alto	Rural
<b>Las chinampas</b>	8		Rural

Como se puede observar en la tabla que antecede, hacen falta datos estadísticos de 5 localidades pertenecientes a Santiago Tianguistenco. Se desconocen las razones, pero se colocan por formar parte del municipio. En la tabla se han colocado las localidades de manera descendiente de acuerdo al número de sus habitantes para que se pueda apreciar que Santiago Tianguistenco de Galeana, cabecera municipal, es la más poblada, y le siguen: San Pedro Tlaltizapan, Santiago Tilapa y Guadalupe Yancuictlalpan, con un grado de marginación medio para los dos primeros y bajo para Gualupita, todos en un ambiente urbano. Dado que no contamos con los datos de las primeras 5 localidades, podemos ver que las más pobladas son las urbanas. De acuerdo a información de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en su Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social 2010, en el municipio de Tianguistenco había una población total de 70,682 personas, lo que corresponde con los datos mostrados en las tablas de arriba. El municipio contaba, en 2010, con un grado promedio de escolaridad de 8.6 y

sólo 14 unidades médicas para la población. Quizá el grado de escolaridad se deba a lo mencionado por Velázquez (1996):

Los ayuntamientos tianguistecanos desde su creación se han distinguido por el apoyo dado a la instrucción de la niñez y durante el siglo XIX, con cargo al erario municipal, se mantenía la escuela de primeras letras. (p. 22)

Los indicadores de pobreza y vulnerabilidad de dicho informe muestran que el 44.2% de la población del municipio se encuentra en pobreza moderada y el 13.5% en pobreza extrema. (SEDESOL & CONEVAL, 2010). Las localidades con menor número de habitantes, en un ambiente rural, son las que presentan un mayor grado de marginación. En el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), de INEGI se muestra que en Tianguistenco existen 4,290 unidades económicas, de las cuales 526 pertenecen a Guadalupe Yancuictlalpan, lo que es un 12.26% de las unidades económicas del municipio. De esas 4,290 unidades económicas, 184 están relacionadas con la lana; un 4.28 % de las unidades económicas totales en el municipio. De esas unidades económicas relacionadas a la lana, 180 son de Guadalupe Yancuictlalpan, nuestra comunidad de análisis; 178 de artesanías de lana, 1 de maquila de lana y otra de hilo de lana. Por lo que en el municipio de Santiago Tianguistenco el 97.82% de las unidades económicas enfocadas en la lana se encuentran en Gualupita. Estos datos nos dejan ver que en el ámbito económico de la lana, Gualupita es el actor principal en el municipio de Santiago Tianguistenco, en el Estado de México. Asimismo de las localidades con mayor número de habitantes en Tianguistenco, Gualupita es la única que se centra en una actividad en particular, en este caso, la creación de artesanías de lana, mediante diversas unidades económicas registradas en el DENUE de INEGI. A continuación se exponen las Unidades Económicas de las comunidades de San Pedro Tlaltizapan, Santiago Tilapa y Guadalupe Yancuictlalpan, para llevar a cabo un análisis comparativo de las unidades que conforman su economía. Las tres forman parte de Tianguistenco y tienen un ambiente urbano, por lo que se podría deducir que sus características son similares. Dado que en la cabecera

municipal, Tianguistenco de Galeana, se concentran los comercios, bancos, gobierno e iglesia, y por lo tanto, se trata más de un nodo global para la región, se realizará el análisis económico únicamente de las localidades antes mencionadas que están al mismo nivel como dependientes de Tianguistenco. Las tablas siguientes han sido elaboradas a partir de información del DENUE de INEGI, información recabada en junio de 2019.

Tabla 3  
Unidades económicas en San Pedro Tlaltizapan con información recuperada del DENUE (2019)

<b>Unidad Económica</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>Personal ocupado</b>
<b>Miscelánea</b>	67	1 a 5 personas
<b>Tienda de abarrotes</b>	34	1 a 5 personas
<b>Papelería</b>	30	1 a 5 personas
<b>Café internet</b>	20	1 a 5 personas
<b>OTROS</b>	288	

Se puede observar en la tabla de San Pedro Tlaltizapan, que sus Unidades Económicas se enfocan en lo comercial. De acuerdo a INEGI una unidad económica es una “Entidad (institución, empresa, negocio o persona) que se dedica a la producción de bienes, compra - venta de mercancías o prestación de servicios públicos y privados.” (INEGI, 2019). De un total de 439 unidades, el 15.26% son misceláneas,

el 7.74% son tiendas de abarrotes, el 6.8% son papelerías y el 4.55% son cafés internet. No hay un giro u oficio en particular que resalte dentro de sus Unidades Económicas.

Tabla 4  
Unidades económicas en Santiago Tilapa con información recuperada del DENUE (2019)

<b>Unidad Económica</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>Personal ocupado</b>
<b>Tienda de abarrotes</b>	78	1 a 5 personas
<b>Miscelánea</b>	29	1 a 5 personas
<b>Tortillería</b>	19	1 a 5 personas
<b>Papelería</b>	19	1 a 5 personas
<b>OTROS</b>	429	

Santiago Tilapa, cuenta con 574 Unidades Económicas, 135 más que las de San Pedro Tlaltizapan, con 1,385 personas menos, sin embargo se debe de considerar que hay industrias presentes en Tilapa, además de escuelas, lo que genera una población flotante, y a su vez una mayor necesidad de unidades económicas en la localidad, aún con menos habitantes. Es

importante recordar que el Censo de población de estas localidades, más actualizado, es el

llevado a cabo en el año 2010 por INEGI, mientras que el DENUÉ de INEGI presenta su último registro de Unidades Económicas en abril de 2019 para el municipio de Santiago Tianguistenco. Por lo que también pueden existir discrepancias en el número de habitantes actuales. Considerando sólo el giro de la unidades, se puede notar que en Santiago Tilapa al igual que en San Pedro Tlaltizapa, éstas sobresalen en lo comercial, resaltando un 13.58% de tiendas de abarrotes, un 5% de misceláneas y un 6.62% dividido entre tortillerías y papelerías.

Tabla 5  
Unidades económicas en Guadalupe Yancuictlalpan con información recuperada del DENUÉ (2019)

<b>Unidad Económica</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>Personal ocupado</b>
<b>Artesanía de lana</b>	178	1 a 5 personas
<b>Miscelánea</b>	56	1 a 5 personas
<b>Venta de ropa</b>	36	1 a 5 personas
<b>Papelería</b>	20	1 a 5 personas
<b>OTROS</b>	332	

En el caso de Gualupita hay un total de 622 unidades económicas, de las cuales 178 tienen que ver con la producción de artesanías de lana, lo que es un 28.6% de sus unidades económicas. Le siguen las misceláneas con un 9%, la venta de ropa con un 5.78% como las principales unidades económicas. Si consideramos que estas unidades económicas llegan a emplear de 1-5 personas, podemos

considerar que hay, en Gualupita de 178 a 890 personas empleadas en alguna actividad relacionada con la lana. Un promedio de 534 personas, un 6.95% de la población de la comunidad. Estas actividades, como se ha podido analizar en trabajo de campo realizado en los años 2015-2019 son diversas como: creación y venta de hilo de lana, teñido de lana, tejido de artesanías de lana en bastidor, tejido de ropa de lana en máquina industrial, tejido de tela de lana en máquina industrial o en telar de pedal, tejido de artesanías de lana en telar de pedal, costura de ropa con tela de lana, tejido a gancho con hilo de lana. Por lo que, aunque no todas las personas sean artesanos, sí están relacionados en algún modo.

Al recorrer las calles de Gualupita se pueden apreciar las artesanías de lana en algunos locales, como Artesanías Cedano y La Casa del Artesano José Pérez Delgadillo; la venta de hilo de lana en madeja, por peso; la venta de prendas artesanales en el tianguis de los fines de semana o en un par de puestos colocados sobre la carretera Lerma-Tenango a la entrada de Gualupita y la

venta de tapetes de lana. Pero la verdadera riqueza de observar a los artesanos de lana está en sus talleres. Algunos en sus domicilios, otros en terrenos que destinan sólo a la producción de sus artesanías y otros incluso en su habitación, al lado de su cama, de su cocina, en un cuarto de azotea en sus casas. Cada familia de artesanos o unidad doméstica encuentra la manera de fundir sus talleres artesanales con su vida diaria. Como dice Schumpeter (1989), sus habilidades para cumplir la función emprendedora la desarrollan todos los días. Algunos tienen la posibilidad de disponer de un espacio propio para su taller, de un gran cuarto con varios telares de pedal, con máquinas industriales de tejido, bolsas de plástico llenas de artesanías terminadas, botes de hilo de lana devanado y diversos tejidos amarrados en telares y bastidores, con botones y cuentas para adornar sus prendas. Otros tienen un telar de pedal al lado de su cama, así como los lectores tienen siempre un libro en su buró o mesa de noche. Forma parte de la vista de su recámara, de su vida. En donde colaboran los padres e hijos en la elaboración y planeación de prendas, en donde los diseños que imaginan en su mente quedan plasmados en las prendas que tejen. No existen horarios determinados para trabajar, pero sí rutinas que se determinan al interior de la unidad doméstica.

## **2.7. Gualupita - Descripción del entorno económico**

Hasta éste momento hemos hablado sobre el origen de Tianguistenco, pero ¿qué hay sobre Gualupita? Aún cuando forma parte del municipio de Santiago Tianguistenco, se ha hecho hincapié en sus diferencias. Aunque no se tiene del dato del momento exacto en el que Gualupita tomó su nombre, es de deducir que se da, como Santiago Tianguistenco, a partir de la llegada de los Españoles, en el siglo XVI. Incluso contiene en su nombre la combinación hispana y náhuatl, como se detallará en el capítulo 4 al hablar de identidad. "El primer documento corresponde al amparo que en nombre del rey Carlos II (Rey de España de 1661 a 1700), concedió la Real Audiencia al pueblo de Santa María de Guadalupe Yancuictlalpan, de la posesión de las tierras comunales que les pertenecían -desde tiempo inmemorial-..." (Velázquez, 1993, p. 77)

El 20 de julio de 1911, don Mauro Blancas se presentó por sí y en nombre de los vecinos del pueblo de Santa María Guadalupe Yancuictlalpan, ante Luis González Obregón,

director del Archivo General de la Nación, para hacer entrega del cuaderno de títulos y documentos relativos a sus tierras comunales comprendidos entre los años de 1675 y 1807. (Velázquez, 1993, p. 77)

Guadalupe Yancuictlalpan, mejor conocido como Gualupita forma parte de la región "Los altos de Lerma" (Yamamoto, Álvarez & Zepeda, 2016). De acuerdo al Censo de Población y vivienda 2010, elaborado por INEGI, en Gualupita había una población de 7,676 personas, un 10.86% de la población del municipio de Santiago Tianguistenco. Se puede llegar a Gualupita desde diferentes rutas; desde la carretera Marquesa-Tenango, desde Lerma pasando por Ocoyoacac y Tianguistenco, y a través de calles desde Capulhuac. Si se llega desde la carretera Marquesa - Tenango se puede apreciar una parte del río que cruza Tianguistenco, campos de maíz, la instalación de agua de la localidad, puestos de venta de pollo, una explanada cerrada con muros a la que le llaman rodeo y en la que se llevan a cabo eventos musicales, el centro de seguro social, el único hotel de Gualupita llamado también Rodeo, tiendas de hilos de lana y estambre, tiendas de abarrotes, una tienda de venta de zaleas, ropa, cobijas y cojines de lana de la familia Cedano, una tienda de ropa de mujer y hombre de diversos materiales, un local de tacos, una tienda 3B (el único super en Gualupita) y tiendas de cobijas de marca hasta llegar a Tianguistenco, en el que se puede apreciar más tumulto y vehículos.

El transporte dentro de Gualupita es variado: 4 líneas de taxis; una que va directo a Gualupita desde Santiago, y otras tres que pasan por ahí en su camino a Tilapa, Santa Cruz del Bravo y Amezor; 2 líneas de autobuses: los TEO y unos denominados verdes; uno va a Tilapa y el otro hasta Atlapulco. Salen de Tianguistenco pero pasan por Gualupita. Además hay 2 bases de radio-taxis que dan servicio a todos los alrededores de Tianguistenco. Aunque el centro de Gualupita se encuentra a 10 - 15 minutos caminando de la cabecera municipal: Santiago Tianguistenco de Galeana, las dinámicas son muy diferentes. Mientras que Tianguistenco es un centro de comercio y se encuentra lleno de locales de venta de mercancías diversas, tiendas de comida, bancos, transporte público hacia Toluca y la Ciudad de México; Gualupita es más bien una comunidad en la que las actividades comerciales inician a eso de las 10am. Aún cuando

también tienen diversos locales comerciales, el mayor número de sus unidades económicas enfocadas en una actividad lo están en la lana, como se revisó en el apartado del ‘Análisis socio - económico de Tianguistenco y sus localidades’. Es entre las 2:00 pm. y 3:00 pm. que se pueden encontrar todos los locales abiertos entre semana.

Gualupita no cuenta con un mercado establecido, pero cuenta con una tienda 3B y los fines de semana son días de tianguis; los sábados centrados en insumos comestibles como frutas, verduras y carne, mientras que los domingos se centran en la venta de ropa. Resalta la ropa de lana elaborada de manera artesanal, sin embargo también se pueden encontrar diversidad de prendas tejidas en estambre y en hilo. Los diseños son variados y coloridos. Hay toda clase de gorros, guantes, calentadores, blusas, rebozos, mañanitas, suéteres, cobijas, tapetes, bolsas, zapatos, ropa para mascotas, entre otros. En este tianguis también hay otros productos como copias de películas, libros, juguetes, plásticos, elotes, galletas, bancos de madera y ropa diversa.



Figura 12. Imagen en la que se aprecia puesto de prendas de lana y al fondo puesto de comida. En la imagen se muestran diversidad de gorros tejidos en lana y estambre, de diversos colores y diseños. Fotografía propia.



Figura 13. Puestos de ropa de lana en los que se aprecian suéteres clásicos de lana, mañanitas, gorros y guantes. Fotografía propia.



Figura 14. Puestos de prendas de lana un domingo por la tarde. Al fondo se aprecia la entrada a la Casa del Artesano. Fotografía propia.

Con los datos arriba referidos, se puede evidenciar que la mayor parte de las unidades económicas que existen en Gualupita son para un mercado local. Mientras que las cobijas y las prendas artesanales de lana son las que se producen para un mercado externo. Los artesanos se convierten por tanto en agentes de cambio (Smith, 1776), pues mueven la economía, más allá de sus fronteras. Introducen recursos locales y externos, los transforman y los devuelven al mercado en forma de artesanías. Su pro-actividad y su trabajo se ve manifestado en que ellos determinan sus rutinas y ritmo de trabajo, así como la variedad y tipo de prendas que tejen, los colores, las variaciones de diseño que pueden hacer, los lugares a los que pueden acudir en la venta de sus artesanías, los precios para dichos productos, así como las redes que deben construir para comercializar sus productos.

## **2.8. Cambios en el entorno de Gualupita como consecuencia del corredor industrial**

En el trabajo de campo llevado a cabo en Gualupita a lo largo de los años 2015-2019, se han llevado a cabo diversas entrevistas con los artesanos, los cuales siempre hablan con añoranza de aquellos tiempos en que junto a sus padres devanaban<sup>26</sup> el hilo y la manera en que aprendieron a tejer. Ellos describen a sus padres yendo al río, lleno de agua limpia en el que lavaban su lana con una raíz llamada chancachoni o chichicamol “la cual se parece al camote y produce bastante espuma” (Campo 2015). Todo esto en la década de 1940 cuando el entorno de Gualupita aún no se industrializaba. Miranda y Andraca (2009) concluyeron que hasta 1970 no existían regulaciones ambientales para la industria en México, mientras que en una década (1950 a 1960) existió un incremento de industrias contaminantes.

A partir de 1971, momento en que se autorizó la construcción del Parque Industrial de Santiago Tianguistenco, se cortaron los árboles y arbustos de la zona, se quitó la maleza, las hierbas y se desraizaron todos los troncos, así como la limpieza y quema de todos los desperdicios vegetales no utilizables. Claramente esto trajo como consecuencia cambios en el entorno ecológico de toda la zona. En Gualupita existe un contraste entre el entorno industrial que les rodea y la creación de artesanías de lana como una manera de resistirse a los cambios

---

<sup>26</sup> Devanar es “Ir dando vueltas sucesivas a un hilo, alambre, cuerda, etc., alrededor de un eje, carrete, etc.” Recuperado de: [www.rae.es](http://www.rae.es)

externos, en aras de mantener una tradición que está ligada a ellos, desde la época colonial y que afirma, como veremos a fondo en el capítulo 4, su identidad. Los artesanos siempre evocan la manera en que vivían antes y la forma en que lo hacen ahora. Uno de ellos recuerda que aprendió a tejer porque era lo único que se hacía.

la íbamos a lavar al río, -menciona refiriéndose al hilo-, luego de lavado y secado lo torcíamos... y ya hacían las madejas. Iban al río que baja de Xalatlaco y atraviesa Gualupita a lavar la lana pero como hay fábricas allá en Tilapa y Xalatlaco metieron el drenaje y ahora ya está muy sucio. Incluso hay una de thiner y pintura, las cuales echan todo al río, lo que les afectó... yo todavía recuerdo que había partes donde uno se iba a bañar, llevaban la ropa, los trastes a lavar, pues era agua de manantial... ahora todo es industrial, se perdió ya. (Campo, 2015)

Según este artesano, el agua baja desde Xalatlaco y en una parte a la que le llaman la presa sale un río y un canal. Ahí es donde el agua se divide hacia Gualupita y hacia el rancho de Carlos Hank. Dice que el agua bajaba bien “clarita”, que inclusive hay una zona a la que le llaman "el salto", en donde hay dos cascadas y la gente se iba a bañar antes. Menciona otro lugar llamado la joyita;

...más arriba hay una parte donde los señores de antes sobre la piedra hicieron una llanura, que ponían vigas y atrapaban el agua y desde los árboles se echaba uno clavados pero con el tiempo se perdió, por las fábricas y los drenajes pero sí era grande el río. (Campo, 2015)

Platica, mientras cuenta las puntadas en el bastidor, como antes era bien bonito porque a la hora de ir a la escuela a veces se iban de pinta a nadar, razón por la que todos sabían nadar, pero ahora ya se había perdido todo eso. Iban a comprar la lana a Tianguistenco en el tianguis de los días martes y al otro día apartaban las piedras del río. Aún cuando dejaban su lana en las piedras desde las 4am. nadie tocaba esa lana, eran respetuosos y esperaban a que se desocuparan las piedras “hondonadas”. Luego, en unas “islas” de arena fina dejaban secar la lana en unos chiquihuites. Esto se vuelve relevante porque forma parte de la historia oral de la comunidad y de los artesanos de lana de Gualupita. El sentimiento que evoca su pasado común, en donde no había contaminación, es uno de los factores que mueve el emprendimiento en la región, en aras de mantener sus tradiciones. Las principales consecuencias ecológicas de las industrias se han dado en el agotamiento y contaminación de un recurso natural clave para el ser humano: el agua. Miranda y Andraca (2009) elaboraron una tabla con los impactos ambientales generados a partir de la construcción del Parque Industrial Santiago Tianguistenco:

Tabla 6

*Miranda y Andraca (2009)*

Elemento	Tipo de impacto	Causas	Efecto	Localización
AGUA	Contaminación	Descargas de aguas residuales industriales	Pérdida de su calidad por contener tóxicos químicos y organismos patógenos. Escasez para el consumo humano y sobreexplotación de cuencas y mantos subterráneos. Eutroficación de cuerpos de agua por su alto contenido de materia orgánica e invasión por malezas.	municipio y región
AGUA	Contaminación	Descarga de residuos sólidos en cauces	Pérdida del caudal de ríos y arroyos.- azolvamiento de drenes naturales.	municipio y región .
AGUA	Sobreexplotación	Excesiva demanda de las industrias	Deterioro de las cuencas hidrológicas	municipio y región
SUELO	Contaminación	Existencia de sitios de disposición de residuos industriales sin control	Contaminación de acuíferos. - desarrollo de plagas y focos de infección	municipio y región.

Para Gualupita, estos cambios implicaron la transformación de su actividad artesanal de tejidos de lana, pues dejaron de hacer uso del río para el lavado de la lana. Asimismo, sus talleres se transformaron, incluyendo en algunos casos, máquinas industriales para el tejido de telas de lana, así como para el tejido de prendas con otros hilos diferentes de la lana, como el algodón y el estambre. Se creó la industria de hilo de lana y su elaboración dejó de hacerse de manera artesanal. Pillado (2013) analizó la manera en que cambiaron las actividades económicas de los pueblos ribereños, como consecuencia de la extracción del agua de las lagunas en el alto Lerma. Por ejemplo, en el caso de Capulhuac:

Cuando disminuyó la cantidad de recursos lacustres extraídos para el comercio, a causa de la construcción del acueducto que dirige las aguas del alto Lerma hacia el Distrito Federal, la explotación del maguey y del borrego fueron alternativas de subsistencia para los pobladores afectados por la desecación de las ciénagas, y sustituyeron las actividades de caza, pesca y recolección lacustres, al inicio por el comercio de pulque y las prendas de lana y después por la elaboración y comercio de la barbacoa. (p. 62)

En el caso de Gualupita provocó que tuvieran que adquirir hilo de lana de otros países. Actualmente sólo algunos pocos artesanos consumen hilo de lana producido en Gualupita y Tianguistenco, otros prefieren usar lana argentina que es más clarita ya que la lana local “tiene muchas impurezas”. Los artesanos que tejen más “fino”, adquieren hilo de lana en tiendas como “Crochet” en la Ciudad de México, ubicadas en Polanco y Santa Fe, ciudades fuertes económicamente, que hospedan a cientos de empresas multinacionales. Ambas, ciudades nodo de desarrollo económico global. Como expuso Novelo (2008), los artesanos muestran una flexibilidad a los cambios, para hacer las cosas diferentes al mismo tiempo que mantienen vivas otras. Es decir, que tienen apertura a la innovación y el aprendizaje (Sabah et al., 2014), lo que les permite mantener la función emprendedora en la localidad. Se sienten orgullosos de lo que hacen, por lo que no se inhiben ante el cambio y se adaptan.

## **2.9. El emprendimiento desde lo local**

A lo largo del capítulo se ha analizado la teoría que permite explicar por qué en una región particular se pueden generar emprendimientos. Por un lado la teoría de clusters en la que se vuelve relevante la ubicación geográfica y mediante la cual se puede explicar la concentración de diversos parques industriales en una misma región, como lo es Tianguistenco. Pues se convierte también en un nodo global inmerso en distintas localidades. Además se encuentran las cinco proximidades propuestas con la teoría de Boschma (2005). Como se revisó a lo largo del capítulo, la proximidad cognitiva colabora al desarrollo de innovaciones, por el constante cuestionamiento de pares artesanos que se impulsan entre sí a hacer cosas nuevas. La proximidad organizacional funciona gracias a que los artesanos se encuentran consolidados frente al municipio u organismos institucionales mediante su identidad como artesanos asignada mediante una credencialización, pero al mismo tiempo, se pueden identificar con un mismo espacio en Gualupita, como lo es la Casa del Artesano. La proximidad social, aunque ayuda mucho al desarrollo del emprendimiento, con nuevas prendas, ideas, colores y diseños, al mismo tiempo limita los contactos de quienes pueden acceder a ferias o concursos. Sólo se enteran aquellos que están próximos a la Casa del Artesano, y por lo tanto limita a aquellos artesanos que no quieren afiliarse, independientemente de sus razones. La proximidad institucional está presente y por ello se pueden observar cárteles anunciando concursos a nivel estatal y federal, sin embargo, al mismo tiempo existe un control sobre quién es y quién no es un artesano. Así como sucede con el término emprendimiento, como se revisó en el capítulo 1, término asociado a jóvenes profesionistas, no a artesanos.

Con la manifestación de las distintas proximidades de Boschma (2005) se puede ver que en la región existe un emprendimiento colectivo, en donde se buscan nuevas formas de hacer las cosas, mediante un trabajo constante, una pro-actividad de los artesanos, quienes prefieren vivir en la incertidumbre antes que trabajar para alguna de las industrias de la región. Esto está estrechamente relacionado con su capital cultural (Bourdieu, 1959), pues tienen gran conocimiento tácito sobre textiles y formas de teñido, mientras que en las industrias existe otra forma de capacitación y transmisión del conocimiento de manera estandarizada que no funciona para la flexibilidad y libertad que tienen los artesanos, en su proceso creativo y productivo. Para

Frankenberg (1967) lo que hacen los emprendedores no sólo es producto de las condiciones del entorno, pues éste se ve también afectado por el emprendimiento. Se ha visto, con el análisis comparativo de otras localidades en Tianguistenco, que sólo en Gualupita la mayoría de sus unidades económicas se encuentran asociadas a una actividad artesanal. Esto ha generado que en la cabecera municipal de Tianguistenco se considere convertir a Gualupita en un pueblo mágico. También genera la participación de los artesanos y los habitantes en concursos artesanales. Al mismo tiempo, Gualupita es identificado como un pueblo que mantiene vivas éstas tradiciones y puede acceder a política pública con capacitaciones y trabajo para los artesanos. Ser emprendedor y mantener esta actividad artesanal tiene consecuencias económicas favorables, pues atrae al turismo, política pública, vuelve reconocida a Gualupita en la región y le permite establecer alianzas con otros nodos locales.

En el capítulo fue relevante observar el origen de Santiago Tianguistenco, municipio al que pertenece Gualupita, ya que nos permitió entender a fondo los antecedentes económicos de la región. Al mismo tiempo, se observó que el comercio ha estado, por siglos, al lado de los artesanos, teniendo a la mano la lana para poder trabajarla. Al ser Tianguistenco un nodo global, le permite a Gualupita tener acceso al exterior sin perder su tranquilidad local. La influencia de lo global se puede observar en la zona industrial que les rodea y sus consecuencias, como la contaminación, la creación de universidades y un cambio de mentalidad; mientras que lo local se ve manifestado mediante las actividades artesanales que prevalecen en Gualupita y que se adaptan a los cambios de su entorno, además de su identidad religiosa de la cual se profundizará en el capítulo 3.

### **III. La acción emprendedora manifestada en la vida religiosa de Gualupita**

#### **3.1. A manera de Introducción**

Este capítulo está dividido en dos partes. Una primera parte teórica y una segunda, histórica y etnográfica. En la primera parte se muestra la relación existente entre el emprendimiento y la religión, desde diferentes aproximaciones académicas como la Sociología, la Administración de negocios y la Antropología Social. Primero con la teoría sociológica clásica que da cuenta de las relaciones entre la religión y los negocios con Durkheim (1912), Weber (1905, 1920). Cannetti (1983) y Blancarte (2007). Posteriormente con autores desde la administración quienes se han enfocado en analizar el impacto de la religión para el emprendimiento; Audretsch, Boente & Pawdon Tamvada (2007), Sabah, Caisrud & Kocak (2014). Por último con la teoría antropológica que da cuenta del peso de la religión en la articulación de una sociedad (Mauss, 1950) (Monaghan, 1990), (Magazine, 2012). En la segunda parte se muestra el resultado de la investigación documental realizada en Gualupita y Santiago Tianguistenco en torno a los orígenes de la religión católica. Se muestran sus antecedentes y se ejemplifica su importancia mediante la etnografía de la religión. En nuestro país, se vuelve relevante su análisis ya que fue a partir de 1970 que México "...dejo de ser casi absolutamente católico y se convirtió en una nación religiosa plural... después de la Revolución Mexicana y la Segunda Guerra Mundial" (Blancarte, 2010, p. 88). Sin embargo en Gualupita sigue existiendo una mayoría católica.

#### **3.2. Sociología y religión**

Durkheim (1912/2012) afirmó que "una religión es un sistema solidario de creencias y de prácticas relativas a las cosas sagradas -es decir, cosas separadas, prohibidas-; creencias y practicas que unen en una misma comunidad moral, llamada Iglesia, a todos aquellos que se adhieran a ellas." (Durkheim, 1912/2012, p. 100). Como sociólogo veía a la religión como un hecho social. "Para Durkheim la dimensión social de la religión podía verse en el hecho de que, por su carácter obligatorio, ésta cumple, al igual que la moral y el derecho, una función reguladora en la sociedad." (Vera et al., 2012, p. 19) Vera, Galindo y Vázquez Gutiérrez (2012)

explicaron la relevancia del libro *Las formas elementales de la vida religiosa* al conjugar el trabajo interdisciplinar de la sociología y la antropología social, teniendo por un lado datos etnográficos y por el otro un marco para pensarlos. La teoría propuesta por Durkheim ofrece una visión de la religión para el individuo como soporte de su comportamiento en sociedad, pues dice que el hombre creyente puede más porque tiene fe. “Es alguien que se siente con más fuerza, ya sea para soportar las dificultades de la existencia, ya sea para vencerlas.” (Durkheim, 1912/2012, p. 462) “...quienquiera que haya practicado realmente una religión sabe que es el culto el que suscita esas impresiones de alegría, de paz interior, de serenidad, de entusiasmo, que son para el fiel como la prueba experimental de sus creencias.” (Durkheim, 1912/2012, p. 463). Ésta propuesta teórica recuerda también la reflexión ofrecida por Elias Canetti (1983/2013) en su libro *Masa y poder*, en donde plantea que el hombre en masa no tiene miedo pues cuando es uno con la masa, es más fuerte y elude la responsabilidad de tener que tomar sus propias decisiones pues confía en la masa para hacerlo. De alguna manera el hombre, como miembro de una religión forma parte de algo más grande, no sólo terrenal, pues existe ese ente sagrado que le cobija y le respalda. La religión es también para Durkheim un proceso mediante el cual el hombre se crea y se recrea, en el que al mismo tiempo transforma el culto mismo. Si además las religiones influyen el plano moral, significa que es a partir de ellas que designamos lo que es bueno y malo, como sociedad y como individuos. Forman parte de ese entorno cultural del cual tomamos ciertos elementos para formar nuestra identidad, como se expondrá en el capítulo 4.

Weber (1920/2010) no veía a la religión como una mera ‘función’ de la estructura social. Después de analizar diferentes religiones en el mundo desarrolló el concepto de ética religiosa dependiendo de los principios de determinada religión. En su libro *Sociología de la religión* se refiere, entre otras, a las religiones que poseen profecías de salvación, como el cristianismo, en la que dicha profecía genera una comunidad social orientada a la salvación y en la que se ve manifestada una ética religiosa de la hermandad. En ésta existen dos principios; el primero según el cual existe una moralidad al interior y exterior del grupo y el segundo que es “simple reciprocidad... Para la moralidad intragrupo ha regido el principio de obligación de dar apoyo fraternal en casos de necesidad.” (Weber, 1920/2010, p. 81). Aunque no era como tal una obligación, sino más bien un sentimiento. Similar a las reglas ceremoniales planteadas por

Goffman (1959) años más tarde, las cuales se llevan a cabo para tener una buena relación con otras personas. Y parecido a los intercambios que generan, en el que recibe, una cierta obligación de reciprocidad al otro (Polanyi, 1944) (Mauss, 1950). Weber calificó al catolicismo como una religión de salvación en la cual se da una prohibición hacia el dinero y las posesiones. Expone también un ejemplo del protestantismo en los Estados Unidos en el que ciertos actores son bautizados para poder pertenecer a la comunidad religiosa y entonces ser confiables. “El bautismo aseguraba al individuo los depósitos de toda la región y crédito irrestricto, sin ninguna competencia. Se transformaba en un ‘hombre hecho’.” (Weber, 1920/2010, p. 137) En Gualupita, todos aquellos que pueden cooperar en las mayordomías y no lo hacen son mal vistos por los otros. Y de alguna manera existe la ética religiosa de la hermandad de la que hablaba Weber, ya que se dan diversos intercambios de favores en la organización de sus celebraciones.

En cuanto al concepto del capitalismo, Weber (1905/2001) en su libro *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* lo veía como el freno de un impulso “irracional” por tener dinero. Consideraba que “...todo esfuerzo individual no enderezado a la probabilidad de conseguir una rentabilidad está condenado al fracaso.” (Weber, 1905/2001, p. 13). Pero rentabilidad no es lo mismo que la búsqueda de un enriquecimiento sin límites. Por ello su énfasis en analizar el protestantismo, pues propone una ética en la que es necesario el trabajo y los beneficios del mismo, como parte de unos valores culturales surgidos y cobijados por esa ética religiosa protestante. Marca un contraste con los católicos quienes dice, no buscan bienes materiales en la vida terrena porque tienen una educación más humanista en la que buscarán las riquezas después de la muerte. En cuanto a actividades profesionales planteó que los católicos tienden más a seguir oficios en los que se convierten en maestros, mientras que los protestantes buscan escalar puestos superiores. Weber, al igual que Smith toca el tema de la división del trabajo, recuerda a Santo Tomás de Aquino quien veía esa división como parte del plan divino del mundo y veía al trabajo como algo necesario para mantener la vida social. Utiliza el término “civilizados” para designar los países en los que ha existido el capitalismo, sin embargo, como se ha revisado en el capítulo 1, existen diversos capitalismos, así como existen diversos intercambios en los que se dan ganancias no siempre económicas, pero en donde los individuos ganan algo. Puede ser dinero, favores o prestigio. Las teorías social, económica y antropológica

se han encargado de mostrarnos esto a través de siglos de estudio y análisis del entorno social del individuo. El término civilizado es más una concepción proveniente de la modernidad que descalifica a todos aquellos que no se desenvuelvan mediante una racionalidad obvia. Como se puede observar, para Weber, el capitalismo no es algo malo, sino algo bueno e incluso necesario.

Cannetti (1983/2013), realizó un análisis en torno a las masas, la manera en que las personas se asocian en grupos, el cómo pierden su individualidad al pertenecer a la masa, pero al mismo tiempo el modo en que ganan seguridad pues quedan cobijados. Para el autor, las religiones y los movimientos que se dan en ellas aglutinan masas de seguidores en torno a ciertas creencias, rituales, doctrinas y valores. Hay un establecimiento de reglas designadas por los cristales de masa o líderes de la iglesia, quienes como creadores de la misma, buscan siempre el crecimiento de ésta. Por lo que pertenecer a una religión no implica sólo la idea de un algo sobrenatural que protege al individuo, sino también un grupo de personas con las mismas creencias y compromiso en sus valores, que sirven de escudo para la persona. No es lo mismo ser uno contra el mundo, que formar parte de algo más grande, reconocido por otros. Como se explicará en el capítulo 4, esto forma parte esencial en la conformación de la identidad, colectiva e individual.

Blancarte (2007) expuso la manera en que coexisten diferentes culturas en México y la importancia de la religión para ellas, pues desde la época prehispánica religión y poder eran muy cercanas. El autor describe la religión en México como una ‘cultura popular’ asignada a las masas, a las clases pobres. Pues en la época de la colonia tuvo ciertas características que determinaron su rol presente entre las que destaca que el catolicismo se haya asimilado como ritualismo más que como doctrina, que se haya desarrollado un catolicismo popular y que la religión estuvo bajo el control del estado. Quizá por ello su relación a las masas, pues era a ellas a quienes se manejaba indicándoles qué hacer desde el poder del estado. Blancarte planteó la existencia de un pluralismo religioso en el mundo, sin embargo mostró datos estadísticos de que en México y América Latina la mayoría de los habitantes se identifican como católicos, porque en América Latina “...el pluralismo religioso ha sido percibido -como un problema o una amenaza a la cultura local.” [Traducción propia] (Blancarte, 2007, p. 718) Se expondrá más adelante la manera en que la cultura local de Gualupita se ha formado en torno a la religión. En

Gualupita siguen existiendo tierras, llamadas de la Virgen, que se cosechan para beneficio de las remodelaciones de la iglesia.

### **3.3. El emprendimiento y su contexto socio - cultural**

Audretsch, Boente y Tamvada (2007) llevaron a cabo un análisis empírico en la India, relacionando la influencia económica de la religión y su relación con el sistema de castas. Los autores consideran al emprendimiento como un fenómeno económico, que no podría entenderse sin la consideración de un contexto en particular que empuja al individuo a tomar la decisión de emprender. Audretsch et al. exponen que religiones como el islam y el cristianismo conducen al emprendimiento, mientras que el hinduismo, por ejemplo, lo inhibe. Dana (2010b), economista de la Montpellier Business School, ha considerado relevante la cultura para el desarrollo de los emprendimientos. Para realizar su análisis consideró importante la teoría de sociólogos y antropólogos. En relación con la religión ha encontrado que los “...líderes de negocios a menudo fueron líderes en el reino religioso.” [Traducción propia] (p. 2). Como explicó Schumpeter (1989), los emprendedores no lo son todo el tiempo, tienen diversas actividades en su día a día, por lo tanto hace sentido que las habilidades aplicadas en tema de emprendimientos, tengan origen en su cotidianidad. La religión forma parte indisoluble del entorno cultural de las personas, por lo que pertenecer o no a una religión influencia y marca unos valores. “Las religiones son depositarias de sabiduría y valores; además, las creencias religiosas son entrelazadas con valores culturales.” [Traducción propia] (Dana, 2010b, p. 2). Para el autor, no se trata de que determinadas religiones promuevan o prohíban el emprendimiento, pero sí hay un sistema de valores que se promueve desde la cultura. Coloca el ejemplo de la primera ministra Margaret Thatcher, quien en 1993 escribió que la religión era la fuente de los valores de una nación. En su artículo, Dana (2010b) explica distintas maneras en las que se puede dar la influencia de la religión para el emprendimiento. Pone de ejemplo los matrimonios mediante los cuales se accede a créditos, pues personas de la misma religión se apoyan económicamente cuando se necesita. Por otro lado están las redes de empleo, en las que se emplea por cercanía familiar o por afinidad religiosa. Y finalmente plantea que al interior de las religiones surgen necesidades que se satisfacen con emprendimientos como en el caso de que las creencias limitan

al consumo de sólo ciertos alimentos como lo kosher<sup>27</sup> para los judíos o lo halal<sup>28</sup> para los musulmanes. En el caso de Gualupita sí se da lo que plantea Dana (2010b) en donde los matrimonios influyen el emprendimiento, pues son adheridos como miembros de la unidad doméstica y ésta apertura, permite la incorporación de nuevas ideas. Se generan proximidades, como se vio con Boschma (2005), que promueven el aprendizaje y la innovación. Asimismo se generan nuevas maneras de hacer las cosas. Es relevante la aportación de Dana & Dana (2007) a ésta investigación pues no sólo consideraron importante el contexto y la investigación cualitativa, así como la aportación de la sociología y la antropología social. Ellos hicieron una inmersión en campo, llevando a cabo observación participante y elaboración de entrevistas, lo que les permitió obtener información de primera mano, como lo hace la antropología social.

Para Sabah et al. (2014) las sociedades que crean instituciones muy fuertes, como las religiosas, tienen poca apertura a otras creencias; por lo tanto buscan seguridad y evitan riesgos, lo que contrasta con las características de los emprendedores, quienes son capaces de vivir en la incertidumbre y de afrontar el riesgo. “La Religión es uno de los factores más importantes que definen la cultura y es punto de referencia para entender el mundo y posicionarse en él.” [Traducción propia] (Sabah et al., 2014, p. 311) Y es que es a partir de la religión que las familias y los individuos adquieren valores. Como plantean los autores, la existencia de fuertes instituciones como la familia, el nacionalismo o la religión habilitan o inhiben el desarrollo de la Orientación Emprendedora (OE) en diferentes entornos. “Las culturas que recompensan el carácter emprendedor tienen una propensión a desarrollar e introducir innovaciones radicales. En contraste con culturas que refuerzan la conformidad, los grupos de interés y el control.” [Traducción propia] (Sabah et al., 2014, p. 309). Para Sabah et al., es en el individualismo en donde se promueven las innovaciones, mientras que se inhiben en la colectividad. Lo que contrasta con la teoría de emprendimiento regional expuesta en el capítulo 2. Sabah et al. (2014) promueven la idea de la modernidad del emprendedor “héroe”. En su artículo los autores concluyeron, tras el análisis de 6 emprendimientos, que contrario a la

---

<sup>27</sup> “...un sistema de revisión de alimentos de acuerdo al ritual judío y cuyo significado está determinado por un conjunto de criterios religiosos prescritos en la Torah (Pentateuco). Dichas leyes buscan establecer un régimen que beneficie al cuerpo y al alma para lograr un equilibrio tanto físico como mental.” (KMD, 2019)

<sup>28</sup> “...es el estándar dietético, como se prescribe en el Corán (la escritura musulmana)”. (Religión del islam, 2019)

creencia de que la religión musulmana puede inhibir la Orientación Emprendedora, dos de sus casos que se encontraban fuertemente influenciados por la religión, fueron aquellos que probaron ser más emprendedores que los otros cuatro. Sin embargo, ésta propuesta de Sabah et al. (2014) no queda clara en cuanto a su planteamiento de si la religión promueve o inhibe el emprendimiento. Lo que se puede deducir de su artículo, es que no se puede hablar de universalismos, pues ellos mismos se dieron cuenta de que una fuerte influencia religiosa en una localidad, no es precisamente una limitante en el desarrollo del emprendimiento. Depende de muchos factores, como se ha tratado de exponer a lo largo de ésta tesis, en donde la cultura juega un papel fundamental y en contextos como Gualupita, la religión y sus rituales tienen gran influencia en la creación de sus determinadas pautas culturales: valores, ideologías, tradiciones, costumbres, formas de trabajo, etc.

### **3.4. Antropología, intercambio y religión**

Como se dijo en el capítulo 1, diversos antropólogos económicos han analizado el tema de los intercambios y la importancia de estos como articuladores de relaciones sociales. Como lo explicó Herskovitz (1952), existen intercambios que se dan en distintos contextos. De mercantilización en procesos capitalistas, pero también en contextos de solidaridad y reciprocidad (Polanyi, 1944). Los bienes, como bien planteó Appadurai (1986), tienen una vida social y una trayectoria a través de la cual van adquiriendo significados; simbólicos, clasificatorios y morales que definen la intercambiabilidad de las cosas en un contexto social e histórico particular. Es decir, que en la trayectoria que sigue cada bien, van tomando significados de su entorno; del lugar del que surgen, el lugar en el que se intercambia, las personas que llevan a cabo el intercambio, el momento histórico, social y económico, así como las razones del intercambio. Es entonces la trayectoria la que llena de significado a los bienes. Trayectorias en las que pueden entrar y salir de procesos mercantiles, Sassatelli (2004/2012). Es decir, bienes que pueden volverse mercancías y mercancías que pueden volverse bienes. Involucrados en procesos lentos, rápidos, reversibles, terminales, normativos y desviados. El grado de valor que se adjudica a cada bien o mercancía es un hecho privado, otorgado por la persona que lo consume. Porque es mediante el consumo que la gente negocia los valores simbólicos que los procesos

comerciales han inscrito en los bienes, los cuales pueden ser positivos o negativos. Esta dicotomía de los significados en el consumo se percibe en las siguientes oposiciones: lo femenino y lo masculino, lo privado y lo público, lo activo y lo pasivo así como lo racional e irracional, en la que cada elemento atribuye a las mercancías significados particulares, Sassatelli (2004/2012). Mauss (1950/2002) analizó los intercambios en las comunidades más allá de los aspectos económicos. Insertos en las dinámicas culturales de la comunidad mediante el intercambio de bienes, de festines, ritos y presentes. En los que se genera una cierta obligatoriedad de reciprocidad. De otra manera se tienen consecuencias públicas y privadas. En el caso de Gualupita. Hay diversas festividades en las que participan los habitantes de la comunidad y los artesanos de lana, como se expondrá a detalle en la etnografía de Gualupita. La importancia de exponer el tema de los intercambios, la mercantilización de las cosas, sus significados y los valores que adquieren en su trayectoria se debe a que en Gualupita existen las llamadas mayordomías en las cuales hay diversos intercambios con el objetivo de realizar una celebración (más adelante denominadas fiestas) en torno a un santo. Éstas ocurren a lo largo de todo el año aunque hay unas más importantes que otras. Cuando se realizó trabajo de campo en Gualupita y se expuso la diversidad de mayordomías que tenían a lo largo del año un artesano comentó: “vivimos para la fiesta”, mientras que una artesana dijo que ella era de Capulhuac y se caso con artesano de Gualupita. Cuando se le preguntó por qué se habían quedado en Gualupita y no en Capulhuac, comentó que “por las fiestas, porque aquí se la pasan de fiesta.”

Fiesta, de acuerdo a Monaghan (1990) es una forma de intercambio de bienes en comunidades mesoamericanas. Como una forma redistributiva que involucra bienes del centro a la periferia y contribuciones al mismo centro, creando una estructura circular. En estas fiestas, en su mayoría patrocinadas por un miembro de la comunidad, existe lo que Durkheim (1893) llama *solidaridad*, en la que todos los miembros de la comunidad colaboran en un intercambio de recursos, tiempo y presentes (Mauss, 1924). Entonces se contrae una deuda, un compromiso en el que una persona decide contribuir a la fiesta y al mismo tiempo recibe una promesa de colaboración en el futuro o bienes. Ésta promesa no se da sólo entre personas, sino también hacia

los santos, por ello los mayordomos organizan dichas fiestas. “El patrocinador<sup>29</sup> espera tener estos presentes de regreso en el futuro, cuando viaje a la casa del compadre<sup>30</sup> a la fiesta.” [Traducción propia] (Monaghan, 1990, pp. 760- 761). En el caso etnográfico presentado por Monaghan en Nuyoo, Oaxaca, describió la existencia de una combinación de créditos y deudas en las que todos los miembros de la comunidad quedaban interconectados con fiestas pasadas y futuras, pero existe una rueda particular para cada fiesta, misma que finaliza cuando finaliza la fiesta. Sin embargo “desde la perspectiva de un individuo en el sistema, como un hombre hizo notar, ‘el cargo nunca termina’, desde que uno ‘nunca termina de pagar la deuda’ en la que incurrió.” [Traducción propia] (Monaghan, 1990, p. 762). Y claro, que aquellos que entren a la rueda y aporten al patrocinador, podrán contar en el futuro con el apoyo de los miembros en la rueda. Pero mientras menos aporten, menos apoyo tendrán. Una propuesta importante del análisis etnográfico llevado a cabo por Monaghan es que más que hablar de una fiesta, se debería de hablar de un grupo de fiestas que se dan en Nuyoo, de manera simultánea en ocasiones. Y que no hay un modelo de fiesta, pues en cada una cambian los significados y las configuraciones sociales, como veremos más adelante en la etnografía de las fiestas en Gualupita. En el caso de Gualupita se considera un honor poder ser organizador de una fiesta, y se invita a todos los conocidos. El hijo de un artesano pidió una mayordomía para “agradecer a Dios por todos los favores que les había dado en el año.” (Campo, 2019). Dado que los ingresos económicos son necesarios para poder crear las fiestas, eso motiva que se cumpla la función emprendedora para poder cumplir con las mayordomías de la localidad. Al hacerlo ganan aceptación en la localidad e intercambiar favores con los santos.

En su libro *El pueblo es como una rueda Magazine* (2012/2015) describió la manera en que funcionan los intercambios en la comunidad de Tepletaoxtoc, en el Estado de México. El título surge a partir del papel de los mayordomos en el pueblo, quienes organizan las fiestas. Por

---

<sup>29</sup> En inglés sponsor es un término usado por Monaghan (1990) para referirse al hecho de que la responsabilidad de la fiesta recae en más personas además de aquél que posee el cargo, como el mayordomo.

<sup>30</sup> La palabra original en inglés es partner, que significa socio, pareja, compañero, asociado. Sin embargo, dado el contexto, en Oaxaca, se consideró más conveniente usar la palabra compadre, que es un término más coloquial para referirse entre personas cercanas en México, que usar la palabra socio o compañero, que es más usada en un ambiente de trabajo formal. Monaghan explica en su texto *Redistribution, and the transaction of value in the Mesoamerican fiesta* que al hablar de partner, se refiere a aquellos que intercambian presentes con el patrocinador.

lo que si el pueblo fuera una rueda, los habitantes serían los rayos de la rueda mientras que el mayordomo sería la persona que la hace girar. Para lograr que gire la rueda, el mayordomo debe ser conocido por la comunidad. En palabras de Bourdieu requiere de capital social para lograr su cometido y el mayordomo en correspondencia atribuye el éxito de la fiesta a todos pues aquél que no reconozca el esfuerzo de todos para la fiesta, dejará de ser bien visto por la comunidad. Debe ser una persona conocida por la gente de la comunidad, esto significa que debe de vérselo participar en otras fiestas y colaborar con otros. Si no es conocido por esas acciones, no tendrá la fuerza para mover a la gente y lograr que coopere para la fiesta. Magazine (2012/2015) planteó que como la fiesta se hace entre todos, el prestigio se ve como algo superfluo. El dinero no es suficiente para que una persona pueda ser mayordomo. Si alguien pretendiera realizar su fiesta solo sería mal visto.

Para los oriundos de Tepetlaoxtoc, asumir una mayordomía no resulta fácil porque implica desprenderse de una gran suma de dinero, pero se torna aún más difícil en la medida en que conlleva recorrer el pueblo para solicitar la participación de la gente. Este desafío consiste no sólo en tocar a la puerta de cada casa y recibir las aportaciones monetarias, sino también en motivar a los donadores a actuar, vencer su reticencia e inducirlos a participar con entusiasmo. (Magazine, 2012/2015, p. 19)

### **3.5. Religión en México**

En *Las identidades religiosas de los mexicanos* Blancarte (2010) mostró que el porcentaje de católicos en el país ha ido disminuyendo con los años a diferencia de lo que sucedía en los comienzos del establecimiento del país.

Cuando México nació como país independiente, nadie o muy pocos imaginaban un país que no fuera totalmente católico, salvo por excepciones hechas a algunos extranjeros

debido a la libertad de comercio y a la apertura del país a nuevos socios e intercambios económicos. (Blancarte, 2010, p. 96)

Citó a Ceballos (2000) cuando menciona que en la Constitución de 1824 se estableció que la religión mexicana sería la católica. Estableciendo por tanto, limitantes para practicar otras religiones y al mismo tiempo fortaleciendo la identidad del mexicano en torno a una cultura religiosa determinada. Hasta la creación de las leyes de reforma que marcarían la separación entre el estado y la iglesia. En México se han realizado censos sobre religión desde 1895 (INEGI, 2005). 12 censos de 1895 al año 2000 que reflejan la manera en que se ha disipado la religión católica como única opción para los mexicanos.

La población mexicana por tradición es mayoritariamente católica; sin embargo, durante el siglo XX, particularmente en la segunda mitad, la composición religiosa de nuestra población muestra cambios significativos, así, de acuerdo con los censos de población, los cuales son la única fuente de datos estadísticos nacionales para este tema, el catolicismo ha reducido su margen mayoritario, mientras que otros credos religiosos han incrementado el número de sus adeptos, en particular las propuestas cristianas diferentes a la tradición católica, al igual que la población sin religión alguna. (INEGI, 2005, p. VII)

En 1895, el 99.1% de la población mexicana fue identificada como católica, en 1900 se dio un incremento al 99.5%. Sin embargo, en el año 2000, sólo se registró un 88% de la población como católica. Aún cuando el porcentaje de católicos en la población total disminuyó, es importante decir que ha existido un crecimiento demográfico en el último siglo, lo que generó que en 1900 existieran 13.5 millones de personas católicas, mientras que en el año 2000 son casi

75 millones las personas las que profesan el catolicismo. (INEGI, 2005, p. 4). El decremento en los porcentajes se ha visto principalmente en algunos estados.

Tabla 7

*Entidades con mayor disminución en su porcentaje de población católica al año 2000 (INEGI, 2005)*

Entidad Federativa	Porcentaje			
	1895	1940	1970	2000
<b>Baja California</b>	96.7	91.1	95.4	81.4
<b>Campeche</b>	99.3	94.5	91.0	71.3
<b>Chiapas</b>	99.3	96.5	91.2	63.8
<b>Quintana Roo</b>	ND	81.0	88.0	73.2
<b>Tabasco</b>	98.5	88.3	87.2	70.4

Estas entidades tienen un alto porcentaje de población extranjera e influencia del turismo, así como de movimientos sociales. Lo que puede explicar el decremento porcentual de la población católica. Sin embargo hay otras entidades en las que sigue muy arraigado el catolicismo y penetra en los valores y cultura de dichas poblaciones, como se observa en la tabla siguiente.

Tabla 8

*Entidades con menor disminución en su porcentaje de población católica al año 2000 (INEGI, 2005)*

Entidad Federativa	Porcentaje			
	1895	1940	1970	2000
<b>Aguascalientes</b>	99.8	98.2	99.1	95.6
<b>Guanajuato</b>	99.9	98.3	98.6	96.4
<b>Jalisco</b>	99.7	98.9	98.5	95.4
<b>Querétaro de Arteaga</b>	99.9	99.6	99.0	95.3
<b>Zacatecas</b>	99.6	97.9	98.1	95.1

De acuerdo al censo de 2010 elaborado por INEGI (2011) , de una población total de 112 millones 336 mil 538 personas, casi 93 millones eran católicos. Además de la religión católica, algunas de las religiones que se han encontrado presentes en el país son “las iglesias cristianas que incluyen: protestantes, pentecostales, evangélicas y cristianas..., adventistas del séptimo día, iglesia de Jesucristo de los santos de los últimos días, testigos de Jehová, judaica y finalmente se enuncia la población sin religión.” (INEGI, 2011, p. VII)

En el país la presencia de sociedades protestantes está reportada desde el siglo XIX... La Iglesia presbiteriana es la más numerosa de ésta corriente, su presencia en el país data desde hace más de 70 años. Su núcleo es destacado en Chiapas, donde se ubica casi la mitad de los registros en el ámbito nacional; hay volúmenes importantes también el sureste, en estados que tienen en común la presencia de pueblos indígenas, como Tabasco, Yucatán, Campeche, Quintana Roo y Veracruz de Ignacio de la Llave. (INEGI, 2005, p. 16 - 17).

Los datos de INEGI (2005) muestran el porcentaje y número de habitantes por entidad federativa de las principales iglesias protestantes, siendo la iglesia presbiteriana la más popular del protestantismo en el país. Mientras que son evangelistas casi 4 millones de personas. (INEGI, 2005, p. 19). Si consideramos que el 88% de la población del país es católica, se vuelve relevante hacer notar que de ese 88% de 15 años y más, un 42.6% tienen una educación básica incompleta<sup>31</sup>, mientras que un 10% no tienen ninguna instrucción. Solamente un 18.6% tienen la secundaria completa, un 16.9% tienen la preparatoria completa y un 11.1% tienen algún grado aprobado como carrera técnica, licenciatura y/o posgrado. (INEGI, 2005, p. 30) Por lo que se podrían hacer asociaciones en cuanto al nivel de estudios en relación a la religión que se profesa. Sin embargo, los porcentajes de la población protestante son muy similares; un 46.5% de la

---

<sup>31</sup> “Incluye a la población con algún grado en primaria o en carrera técnica con primaria terminada, a la que tiene uno o dos grados aprobados en secundaria, así como a la que no especificó los grados aprobados en primaria, carrera técnica o secundaria.” (INEGI, 2005, p. 30)

población protestante tiene una educación básica incompleta, mientras que un 14.5% no tiene ninguna instrucción. La religión como elemento base de la cultura, determina pautas a ser seguidas por la población, como el estado civil de las personas y las estrategias que usan para establecer vínculos como vivir en unión libre, mantenerse solteros o contraer matrimonio por la vía civil, religiosa o ambas.

La religión, como concreción de valores y creencias personales y familiares, es un elemento regulador en el estado conyugal, ya que para muchas personas un rito religioso confiere legitimidad a las uniones.

En cuanto a la población de 12 años y más del país, los católicos muestran el porcentaje más bajo de matrimonios realizados solo por lo civil y el mayor en uniones civiles y religiosas. (INEGI, 2005, p. 32)

En torno a los ingresos, el 48.4% de la población católica en el país percibe más de 1 y menos de 3 salarios mínimos, mientras que un 8% no recibe ingresos. Aquí es donde se vuelven importantes las vinculaciones entre las personas por fuertes instituciones formales como la familia y la religión (Sabah et al. 2014). En Gualupita tuve la oportunidad de conocer a una familia católica cuyo jefe de familia decía que ellos vivían como hijos de familia, pues aún cuando él con su esposa tenían 3 hijos; uno de 27 años, otra de 20 ya viviendo en unión libre y otra de 11 años, el padre trabajaba a su vez con su padre, y vivían en casa de ellos donde recibían alojamiento, alimento y \$500 a la semana para sus gastos.

### **3.6. Religión en Gualupita - Antecedentes históricos**

En el Estado de México el porcentaje de católicos ha pasado de ser 99.3% en 1985 a ser de 91.2% en el año 2000. (INEGI, 2005). En el año 2010 se contaron casi 13 millones<sup>32</sup> de católicos

---

<sup>32</sup> Cifra exacta: 12 958 921 (INEGI, 2011, p. 123)

en el estado. Mientras que los protestantes presentes en el Estado de México son aquellos de la corriente metodista.

En un ordenamiento de entidades de mayor a menor porcentaje de población católica, el estado de México se ubica en el sitio número 12, con una cifra superior a la media nacional... Desde 1895 se muestra un alto nivel de catolicismo; hasta 1960 el porcentaje se acerca a 100 por ciento; entre 1970 y 2000, se ha gestado una disminución de seis puntos porcentuales. (INEGI, 2005, p. 148)

De acuerdo al Censo Elaborado por INEGI en 2010, 7,411 personas eran católicas, lo que significa un 96.5% de la población de Gualupita. Sabemos, por información documentada que Tianguistenco, municipio del que forma parte, tiene iglesia desde el siglo XVI, aún cuando en ese momento formaba parte de Xalatlaco.



Figura 15. Templo de Nuestra Señora de Guadalupe un día miércoles. Fotografía propia.

La segunda diócesis erigida en Nueva España fue la de México Tenochtitlán, por bula del mismo pontífice Clemente VII, fechada el 1° de septiembre de 1530; Carlos V propuso como titular al severo y virtuoso guardián del convento del Abrojo en Valladolid: el insigne franciscano fray Juan de Zumárraga y Lares.

Dentro de la jurisdicción de este obispado y desde 1547 arzobispado, estuvo el territorio de Tianguistenco, hasta la erección de la diócesis de Toluca en 1950. (Velázquez, 1993, p.56 )

Según cuenta la tradición, la primera ermita o capilla del caserío ‘junto al mercado’, se erigió hacia 1550, en el sitio donde fue encontrada -milagrosamente conservada-, la Hostia Consagrada que extravió accidentalmente el cura de Xalatlaco, cuando se dirigía a administrar los últimos sacramentos a un moribundo. (Velázquez, 1993, p. 61)



Figura 16. Interior del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe un día miércoles. Momento en que se está dando adoración al Santísimo. Fotografía propia.



Figura 17. Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Iglesia principal de Gualupita, ubicada en el centro del pueblo. Fotografía propia.

Existía una necesidad de los habitantes de Tianguistenco de tener su propia iglesia y aunado a su identidad conformada por el tianguis, se agregaba su devoción Jacobea y Guadalupana. Fue un siglo después de que Tianguistenco iniciara la construcción de su capilla que en Gualupita se inicio su primera iglesia, en el año de 1679. Hay una placa afuera de la iglesia en donde se menciona que fue terminada en 1955.



Figura 18. Placa en el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe, Gualupita. Fotografía propia.

De una sola nave, con planta de cruz latina, en el crucero sur destaca un óleo mural con la imagen de la Virgen del Carmen rescatando a las ánimas del purgatorio; de autor al parecer anónimo, fue mandado a pintar a devoción de Manuel de Ascensio y de Mónica de la Trinidad, su esposa en 1779.



Figura 19. Óleo de la virgen del Carmen al interior del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Fotografía propia.

(Velázquez, 1993, p. 66)

Los vecinos de Santa María Guadalupe Yancuictlalpan deseosos de erigir una capilla para el culto de una imagen de Nuestra Señora de Guadalupe -tallada en piedra de cantera en 1780- se dirigieron a la curia del Arzobispado de México en 1831, para solicitar la autorización respectiva con motivo de haber recibido un gran favor, por intercesión de la imagen de Santa María de Guadalupe (del puente). Felipe Morales ofreció renovar y edificarle un nicho en septiembre de 1829. El cumplimiento de esta manda, estimuló la devoción y culto a la expresada imagen.

En 1839 los feligreses renovaron esa petición, pues una devota anónima había cedido un solar para la edificación de la capilla en la ribera derecha del río de Xalatlaco,

aledaño al puente que comunica con Tianguistenco. Además declararon los informantes que el lugar era ya centro de devoción... (Velázquez, 1993, p. 101)



Figura 20. Capilla del puente. Fotografía propia.

Existe una leyenda en Gualupita para esta capilla. La fotografía mostrada se tomó desde el puente, -viejo camino- que une Gualupita con Tianguistenco. Esta es la única zona de Gualupita que aún tiene un camino empedrado. Y el puente pasa por lo que es el río Lerma, que en la cita anterior se menciona como río Xalatlaco. El puente tiene una placa con la fecha 1880. Por encima de la capilla pasan los restos de lo que fue un acueducto para hacer llegar el agua a Gualupita en la década de 1940 (Trabajo de campo, 2015). Dicen que en el río hallaron a la Virgen formada de las piedras del río, por lo que intentaron llevarla a la iglesia principal, de Nuestra Señora de Guadalupe para rendirle culto, sin embargo no la pudieron mover del lugar, razón por la que le erigieron su capilla a unos pasos del río. La aparición de ésta Virgen provocó que los habitantes se movilaran en búsqueda de los fondos para la creación de su capilla. Esa es también una forma de emprendimiento colectivo. Prácticas que se han visto a lo largo de la historia de Gualupita al buscar independizarse de Xalatlaco, al buscar tener su propia iglesia e identidad. Todas ellas características que forman parte de su cultura y de sus valores que

traspasan generaciones en la búsqueda de distinguirse de los otros. Por siglos ha prevalecido en Gualupita esa distinción con los otros, gracias a su actividad artesanal de textiles.



Figura 21. Viejo camino que une Gualupita con Santiago Tianguistenco. Fotografía propia.

Como se dijo en el capítulo 2, existe también en Rojástitla la Capilla del Cristo Negro. Esta zona tiene limitadas las vías de acceso pues se accede por una calle angosta y llega hasta las faldas de un cerro en el que celebran la semana santa año con año. Este año al ir a campo (2019) me encontré con una nueva capilla al Señor de Tepalcingo. En su interior aún estaban terminando de arreglarla, pero se trata de un nuevo centro de adoración en Gualupita. Al interior se encontraba un grupo de personas trabajando en los detalles de la Iglesia para su próxima apertura. Nuevamente se ve presente la solidaridad e intercambio de dones que pueden ser habilitadores de innovación, aprendizaje y emprendimiento.



Figura 22. Capilla al señor de Tepalcingo. Fotografía propia.

Es importante el hecho de que estén surgiendo en Gualupita capillas que no tienen como santo patrono a la Virgen de Guadalupe. Se está dando una diversificación de los santos adorados. Existe también la adoración a la Cruz de la misión y al niño enfermerito, el cuál se dice que apareció en una casa ubicada sobre la avenida corregidora. Al tener en una pequeña localidad de 7000 personas diversos centros de culto religioso católico se generan más visitas, más mayordomías e intercambios que posibilitan relaciones sociales que provocan y median el desarrollo de emprendimientos para el patrocinio de las diferentes fiestas a lo largo del año, y por consecuencia el movimiento de la economía, como se mostrará en el capítulo 4.

(1778) Hace ya muchos años una familia de Coatepec, se quedo a vivir en Gualupita, en la esquina que forman las calles de Vicente Guerrero e Ignacio Allende, sucede que esta

familia traía consigo un cuadro con la imagen de un niño llamado por su profesión ‘Enfermerito’ y por falta de recursos económicos su dueña la señora Juana Salas lo guardo en el terrado de su vieja casita.

Pasaron los años, y desde una mañana los vecinos comenzaron a escuchar frecuentemente el llanto de un niño, también cuentan que una noche el Santo niño bajo a la calle para jugar con los pequeños de la vecindad, hasta que uno de aquellos que se encontraba en el juego entró a su casa y preguntó a sus papás. ¿Quién será ese niño güerito, bonito y chinito que ha estado jugando con nosotros todas las noches?, en ese momento los señores salieron a conocer al infante pero aquél lloroncito y juguétón desapareció.

Un día por casualidad, la señorita Rosenda Salas, subió al terrado de su casa, quizá a bajar algunas cosillas, pero cuál sería su sorpresa al descubrir la Imagen del Santo Niño Enfermerito, que tal vez guardó ahí su difunta Madre, la señora Juana Salas, tocante a las travesuras del Santo Niño Milagroso. Este le indicaba que lo bajaran de aquél lugar, que continuarán sus funciones y así poder seguir curando sus enfermos; desde ese momento aquél lugar -en donde se desarrollaron estos hechos- es conocido como ‘La Casa del niño’.

Desde esos días a la fecha el pueblo elige cada año un representante del niño o mayordomo como se dice, para iniciar la segunda navidad el 22 de enero y así durante nueve días se realizan las posadas hasta culminar con la función del Santo Niño el día 2 de la Candelaria. (Palmas F., 2000, p. 27)



Figura 23. La cruz de la misión, Gualupita.  
Fotografía propia.



Figura 24. Niño enfermerito. Fotografía de Tacho Juárez Herrera. Recuperada de: <https://www.flickr.com/photos/tachidin/16237362300>

### 3.7. Vida religiosa en Gualupita

Cada miércoles se escuchan cantos y plegarias por los altavoces en la explanada del pueblo; pues rezan al santísimo en el interior de la iglesia, para lo cual adornan el templo con adornos florales y al interior hay gente haciendo oración. Además de ésta práctica semana a semana existen fechas especiales para la comunidad que aglutinan a gran número de personas para la celebración “...pues trabajamos para las puras fiestas” (Trabajo de campo, 2015). Algunas son:

- El festejo del nuevo santo Juan Diego el 8 de diciembre
- La fiesta de la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre
- Peregrinaciones a San Juan de los Lagos
- Las 27 posadas de diciembre
- Las 27 posadas de enero, culminando en la celebración del niño enfermerito el día 2 de febrero
- La misa de corpus en que regalan cosas a la gente que asiste y visten a los niños de mulitas<sup>33</sup>

<sup>33</sup>Mulitas en un término coloquial para referirse a los niños que el día de Corpus Christy son vestidos de campesinos para asistir a misa.

- Miércoles de ceniza
- Semana santa
- La fiesta de la estampa
- La fiesta de la Bondo o de la colonia Guadalupe
- La adoración a la cruz de la misión
- La fiesta de Tepaltzingo con el paseo de carros alegóricos
- La octava. Realizan la celebración del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe y concluyen la fiesta en la capilla del puente
- La fiesta a San Ramos
- La fiesta de Mazatepec
- Las peregrinaciones al Santuario del Señor de Chalma que cruzan por Gualupita y Tianguistenco
- Peregrinaciones a San Juan de los lagos del 8 de agosto, por la *reconcentración*.

El día 12 de diciembre es la fiesta más grande en Gualupita, pues es su santa patrona y los festejos duran hasta el 14 de diciembre. Ese día llegan diversas peregrinaciones a la comunidad y las personas preparan comida para alimentar a todos. También las posadas son fiestas muy grandes en la comunidad. Se trata de 9 días continuos de posadas, en los que se celebran 3 posadas en Gualupita por día, resultando en 27 posadas; una en el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe en la que el mayordomo reparte cañas a los asistentes y otras 2 en casas particulares, en las que los mayordomos patrocinan la comida para todos los invitados. En éstas 2 se contrata un grupo musical por casa, por día, por posada. La posada en la iglesia cuesta alrededor de \$20,000 ya que es sólo la caña, pero las posadas en casa deben incluir grupo musical, comida, fruta y alcohol, por lo que su costo es más elevado. Una artesano dijo que tan sólo el costo del grupo va de los \$20,000 a los \$60,000, por lo que una posada “jodida” era de al menos unos \$100,000. Ella fue mayordomo hace unos años, después que su esposo muriera, pues él no estaba de acuerdo con esas celebraciones. En aquella ocasión llenó camiones de fruta de la central de abastos para la fiesta. Dada la cantidad de comida que se cocina para estas fiestas se requiere de mucha ayuda. Ella recuerda que fueron como 250 personas quienes le ayudaron a preparar los

alimentos para los invitados y a cada uno se le entrega una canasta de fruta en agradecimiento por su apoyo. Hay gran número de personas colaborando en las fiestas y grandes cantidades de dinero que no serían posibles si no existiera en Gualupita un sentimiento de solidaridad, de reciprocidad, unos determinados capitales sociales y culturales, así como una pro-actividad y trabajo duro para lograr que los festejos sean un éxito, en el sentido de que no falte comida, alcohol ni diversión.

Para la organización de éstas posadas, se seleccionan 2 mayordomos, uno para diciembre y otro para enero. Ellos son los responsables de mandar las invitaciones para las posadas. La invitación se manda a toda la familia y en ocasiones le avisan a las personas antes de hacer llegar la invitación. Una vez que llega la invitación, ésta especifica si es en casa o iglesia y la familia decide si podrá o no con la posada. Pero las personas también pueden solicitar la posada o avisar desde antes si la quieren en casa o en iglesia. En ese caso, avisan al mayordomo que tipo de invitación enviar. Estos 2 mayordomos organizadores de la posada deben a su vez invitar a cada futuro posadero a desayunar, comer y cenar al menos una vez en el año. En dichos eventos el posadero puede llevar a todos los invitados que desee. Si así lo quiere puede llevar a toda su familia y el mayordomo está obligado a dar de comer a todos sus invitados. Además, los manda a casa con cazuelas llenas de mole. Las listas para las posadas salen cada año y la gente se va anotando en ella. En el campo realizado en 2015 ya había posadas asignadas hasta el año 2040. Estas posadas se llevan a cabo del 16 al 24 de diciembre y del 25 de enero al 2 de febrero. Por otro lado, la peregrinación a San Juan de los lagos del 8 de agosto tiene su origen en un evento histórico en el que Gualupita fue sitiada por los zapatistas. Razón por la cual los habitantes salieron de Gualupita hacia otras comunidades un 8 de agosto, regresando un 8 de septiembre. A este evento se le llamó la reconcentración porque al regresar todos se reencontraron con sus familias:

Tianguistenco fue atacado sorpresivamente el 24 de septiembre de 1912, por las huestes zapatistas al mando del general Genovevo de la O; en esa acción incendiaron la fábrica de hilados Santa María del Buen Suceso y algunas casas situadas en las goteras de esta

villa, que desprotegida militarmente, se libró del asedio rebelde según cuenta la tradición, gracias al Apóstol que detuvo a los atacantes. (Velázquez, 1996, p. 24)

Las fuerzas federales encargadas de la defensa de Tianguistenco al mando del teniente coronel Pedro J. Pizá abandonaron la villa la noche del 8 de agosto de 1914, dejándola indefensa a merced de los grupos zapatistas. Según el informe rendido por el general Regino Reza a su colega Genovevo de la O, firmado en Xalatlaco el 10 de julio de 1916, los rebeldes sostuvieron un tiroteo durante cuatro horas entre Xalatlaco, Tilapa y Coatepec. El 25 de agosto, esas mismas fuerzas atacaron la Cruz de la Misión y el puente de Gualupita, más no pudieron tomar la villa por estar suficientemente defendida: tomó parte en esta acción el general zapatista Calixto Melo, natural de San Pedro Tlaltizapán. (Velázquez, 1986)

Como se puede ver, los Gualupitenses se adaptan al cambio y agradecen a los santos los favores hechos, en éste caso de los zapatistas, por poderse reencontrar con sus familiares. Se observa por ello relevante dar cuenta de su historia oral y documentada la cual no es sólo importante para ellos, sino que además es de ahí que provienen los valores en los que se basa su cultura. Durante el tiempo que los habitantes salieron de Gualupita, la imagen de la Virgen de Guadalupe estuvo resguardada en Capulhuac, lo que fortaleció los vínculos con ésta localidad.

Hay diversas mayordomías en Gualupita, tanto para fiestas como para arreglos y reparaciones a las iglesias. Las hay para la organización las posadas o más pequeñas en las que las personas cooperan como grupo, no como individuos. Por ejemplo, mayordomías de \$1,000 ó \$7,000 para arreglar la Iglesia. En el 2005 se llevo a cabo una mayordomía de \$7,000 por familia para arreglar el piso frente a la iglesia. Cuando se sabe que las personas tienen dinero pero aún así no cooperan son mal vistos, como decían Mauss (1950) y Polanyi (1944), hay una cierta obligatoriedad que convoca a las personas a participar, aún cuando aportar a la mayordomía es

algo voluntario. Cada capilla tiene sus mayordomías y son de distintos montos. Por ejemplo, hay invitaciones especiales para negocios grandes a los que se les pide una mayor aportación, pero por familia puede ser de \$250. Existen también mayordomías de castillos, en las que se junta lo de 60 - 70 personas y comenzando el año se reúnen cada semana para ver presupuestos, solicitar ayuda y ponerse de acuerdo para las invitaciones. Por ejemplo, para el castillo del 11 de diciembre -que es el más grande- se reúnen en octubre, se hace una comida y ahí hacen el cambio de mayordomía. Se “pasa” la imagen, que a su vez trae la alcancía para la mayordomía, a los nuevos mayordomos y “...comen y beben bastante porque se comprometen.” (Campo, 2015). Son formas de mantener y crear un capital social, manteniendo las proximidades expuestas con la teoría de Boschma (2005) en el capítulo 2. Una vez que se recibe la alcancía se acuerda quién será el presidente, el tesorero y el secretario de la mayordomía. Tienen una división del trabajo que provoca la especialización en el tiempo y genera lo que dice Schumpeter (1989): liderazgos y habilidades de administración que se generan por repetición en la vida diaria de los personas, relacionadas o no con emprendimientos económicos. Por ello aquellos que han sido presidentes de la Casa del Artesano tienen un liderazgo marcado en la comunidad que les lleva a ganar puestos gubernamentales o a repetir el cargo en el futuro. Los liderazgos son producto de la confianza ganada por los habitantes, al tener el antecedente de que esa persona hizo un buen trabajo en el pasado o de que sí logró mejoras.

La mayordomía es un compromiso familiar en el que suele cooperar toda la familia o unidad doméstica, no sólo la persona que se compromete a ser mayordomo. Se puede ver en éste tipo de organización, un tipo de emprendimiento colectivo. Aún cuando los mayordomos tienen puestos asignados y se les denomina los 3 principales, sus esposas son las “principales” pues van de casa en casa invitando a la gente a que los acompañen. Como explicó Magazine (2015), son los que hacen mover la rueda para que las fiestas se den. Ellas son quienes organizan la comida de entrega de la mayordomía; que puede ser mole, barbacoa o carnitas, y también son las que acomodan las canastas y el ciclo de selección y pase de la mayordomía vuelve a empezar. Para los castillos del 12 y del 13 de diciembre las mayordomías son más pequeñas, de unas 20 personas y lo que se recauda es cooperación del pueblo porque son castillos más pequeños. La delegación es la que dice a quien le toca esa mayordomía. Y por ejemplo, si en un año no

cooperan y se sabe que estaban bien económicamente, se les anota para que les toque la mayordomía al siguiente año. Se les pide de \$120 a \$150, pero como pasan a recoger el dinero cada 8 días, la gente puede ir abonando dinero hasta llegar al monto total y entonces ya les dan su recibo. También existen mayordomos para el paseo en carros alegóricos que se da en diciembre. Aunque inicia en la tarde, -el 2 de diciembre de 2018 inició a las 3pm.- desde antes las calles se llenan de personas caminando y recorriendo las calles. Pasan alrededor de la iglesia principal entre las avenidas. Hay carros de diferentes temáticas como del equipo de fútbol cruz azul, el Toluca, de la imagen de la Virgen de Guadalupe, de angelitos (niños pequeños escoltados por adultos que parecían ser sus padres), de personas vestidas de indígenas, de paloma, de palmera, etc. Todos los carros alegóricos son arrastrados por tractores y camionetas pick up de 1 y 3 toneladas. En todos ellos van personas y niños aventando dulces a las personas que escoltan las avenidas, gritando que les den dulces y obsequios. Algunos llevan cosas además de dulces, como libretas, cubetas, pelotas, globos metálicos, pelotas, juguetes, fruta, pero sólo se las dan a algunas personas que se acercan o que conocen. Se puede ver la preferencia y la manifestación de un exceso de proximidad social que sólo favorece a los más cercanos. Los dulces sí suelen ser para todos. Pasan grupos de personas bailando: los arrieros, los chineros, un grupo de niñas y niños con bastones haciendo una especie de malabares con ellos, músicos. Llevan vasos desechables y botellas de alcohol. El día del paseo abundan los lugares de venta de comida y alcohol en todo alrededor de la plaza principal. Por lo que se puede ver la manera en que éstas fiestas activan la economía de la localidad. La Casa del Artesano, sin embargo, se cierra pues frente a ella se arma la estructura en la que se enciende el castillo de fuegos artificiales por la noche. Algunos de los carros alegóricos exhiben prendas de lana, así como santos: la Virgen de Guadalupe, San Isidro y Jesucristo. Las personas asistentes al paseo llevan bolsas para guardar los dulces y la fruta que les dan. En todo Gualupita se siente un ambiente festivo y de cordialidad.

Alrededor del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe se colocan 2 zonas bordeadas con estructuras metálicas detrás de las cuales hay danzantes arrieros. Al interior hay tanto niños como adultos, unos caracterizados en su vestimenta, unos vestidos de manera cotidiana, pero bailando.



Figura 25. Carro alegórico con la virgen de Guadalupe y niños vestidos de ángeles. Fotografía propia.



Figura 26. Carro alegórico con Cristos. Fotografía propia.



Figura 27. Carro alegórico en una retro excavadora. Fotografía propia.



Figura 28. Carro alegórico anunciando la mayordomía del niño enfermerito 2018-2019. Fotografía propia.



Figura 29. Danzantes en el paseo. Fotografía propia.



Figura 30. Arrieros danzantes en el paseo. Fotografía propia.

**Mayordomía 2016**

*Festividad en honor a Nuestra Señora de Guadalupe, que se venera en la colonia Guadalupe*

**NOVENARIO**

Martes 27 - Sep.	Hermanos Vivalva Molina	5:00 p.m.
Miércoles 28 - Sep.	Rubén Juárez y Familia	6:00 p.m.
Jueves 29 - Sep.	Joaquina Castañeda	6:00 p.m.
Viernes 30 - Sep.	Salvador Pulido	6:00 p.m.
Sábado 01 - Oct.	Francisco Chavez	8:00 p.m.
Domingo 02 - Oct.	Timoteo Cuevas	1:30 p.m.
Tradicional paseo de Carros Alegóricos		
Lunes 03 - Oct.	Francisco Delgadillo	6:00 p.m.
Martes 04 - Oct.	Porfirio González	5:00 p.m.
Miércoles 05 - Oct.	Adrian Sánchez	6:00 p.m.
Jueves 06 - Oct.	Isaias López Cuevas	6:00 p.m.
Viernes 07 - Oct.	Edgar Juárez y Familia	6:00 p.m.
Sábado 08 - Oct.	Leopoldo Salinas	8:00 p.m.
Domingo 09 - Oct.	Mayordomía 2015-2016	1:30 p.m.
Madrugadas		
Danzas tradicionales de arrieros, inditas y castillo		
Sábado 15 - Oct.	Mayordomía - Octava	8:00 p.m.

*Guadalupe Nancuicatlpan Méx.*

Figura 31. Mayordomía 2016. Fotografía propia.

**La Capilla del Puente**  
**Gualupita 2018**  
Invita a sus festividades del 15 al 30 de Diciembre

**PROGRAMA**

<b>SABADO 15 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Benitez Pehaloza. Hora 01:30 p.m. Novena por la Fam. Alvirde Martinez.	<b>SABADO 22 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Sra. Margarita Nava Diaz y Familia. Horas 08:00 p.m. Mañanitas por Trios, Rondallas y Grupos de la Region.
<b>DOMINGO 16 DE DICIEMBRE</b> Hora 01:30 p.m. Novena por la Fam. Gomez Soriano.	<b>DOMINGO 23 DE DICIEMBRE</b> Hora 10:00 a.m. Recapitacion de las Peregrinaciones en la calle Libertad (Junto a los frentones del Sr. Serafin). Horas 12:00 p.m. Recorrido con las Peregrinaciones de Visita.
<b>LUNES 17 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Hernandez Chavez.	<b>MARTES 18 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Hernandez Chavez.
<b>MARTES 18 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Hernandez Chavez.	<b>MIERCOLES 19 DE DICIEMBRE</b> Hora 03:00 p.m. Tradicional Desfile de Carros Alegóricos (Paseo). Hora 06:00 p.m. Novena por Esteban Soriano y Familia.
<b>MIERCOLES 19 DE DICIEMBRE</b> Hora 03:00 p.m. Tradicional Desfile de Carros Alegóricos (Paseo). Hora 06:00 p.m. Novena por Esteban Soriano y Familia.	<b>JUEVES 20 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Soriano Pérez.
<b>JUEVES 20 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Soriano Pérez.	<b>VIERNES 21 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Figueroa Hernández.
<b>VIERNES 21 DE DICIEMBRE</b> Hora 06:00 p.m. Novena por la Fam. Figueroa Hernández.	<b>LUNES 24 DE DICIEMBRE</b> Hora 07:00 p.m. Recorrido de Tortos Pirotecnicos. Hora 08:00 p.m. Quema de Tortos Pirotecnicos.
<b>Banda Costeada por:</b> Sr. Eugenio Contreras Lara. Sr. Daniel Calderón Santana. Sr. Alejandro Lara Alvirde. Sr. José Juan Rivera Verona. Sr. Cosme Ortuella Poblete. Sr. Rogelio Moreno Alvaro. Sr. Eduardo González González. Sr. Felipe Verona.	<b>DOMINGO 30 DE DICIEMBRE</b> Hora 01:30 p.m. Octava por la Fam. Gutiérrez Xicohtencatl.

ATTE: Párroco: Fernando Hernandez Turrat  
Vicario: Oscar Gonzalez Placido

Mayordomía 2018  
La Capilla del Puente

Figura 32. Mayordomía 2018. Fotografía propia.

Aún cuando se supone que no hay terrenos de cofradías<sup>34</sup> en Gualupita, siguen existiendo. “En Guadalupe Yancuictlalpan, antes de 1681 se formalizó la cofradía de Nuestra Señora de Guadalupe. En 1718 tenía en propiedad una milpa de una fanega y media de maíz y más de 500 ovejas.” (Velázquez, 1993, p. 68) Estas ovejas fueron traídas por los españoles, posible razón de que comenzaran a trabajar con lana. “Una orden presidencial de 5 y 7 de septiembre de 1860 obligaba a la división y venta de todas las propiedades que produjeran ingresos a las cofradías. Le siguieron leyes para la venta de la tierra y el ganado.” (González, 2011: 181) Sin embargo, en el 2015 los artesanos contaron sobre las tierras de la Virgen, las cuales se rentaban y sus ganancias se destinaban a la iglesia. González (2011) narra que en Gualupita se formó una cooperativa para mantener las tierras de la Virgen. (p. 181) Asimismo, en Xalatlaco “...los bienes de las cofradías continuaron con sus funciones... ¡hasta la década de 1960!” (González, 2011: 181) En campo (2015) los artesanos dijeron que los terrenos de la cofradía no son de la iglesia, sino del pueblo, que se rentan y así sacan provecho de las tierras. Lo que se recauda sirve también para las fiestas y se extienden invitaciones a todos los habitantes del pueblo para que levanten la cosecha.



Figura 33. Tierras de cosecha en Gualupita. Fotografía propia.

---

<sup>34</sup> Una cofradía, de acuerdo a la RAE es una “congregación o hermandad que forman algunos devotos, con autorización competente, para ejercitarse en obras de piedad.” Recuperado de: [www.rae.es](http://www.rae.es)

### **3.8. Emprendimiento y vida religiosa en Gualupita**

Como se ha podido ver en éste capítulo, hay diversas actividades en Gualupita relacionadas a la manifestación de su religión católica. En su mayoría fiestas, celebradas a lo grande en la comunidad. En ellas existe una organización, una designación de puestos, una cooperación familiar y colectiva, intercambios económicos, intercambio de favores, de ayudas y una correspondencia entre todos. Existe también una suerte de obligatoriedad en la reciprocidad y en la colaboración con todos. También se puede observar esa cultura popular de la que habla Blancarte (2007) que es capaz de mover masas hacia un mismo objetivo. Promueve la colaboración con la finalidad de al final obtener una fiesta para todos; los habitantes de Gualupita y sus visitantes. Se puede ver un sincretismo religioso en el que se mezclan las tradiciones culturales y los dogmas católicos de la región. Como el caso de los principales y sus esposas, o el caso de las cofradías.

Las líneas teóricas presentadas en este capítulo, acompañadas de la experiencia religiosa y emprendedora de Gualupita nos permite presentar las primeras conclusiones preliminares. Quizá la influencia más grande de la religión en las actividades emprendedores en Gualupita fue la creación de la Casa del Artesano en el 2010. Pues surgió del trabajo y la presión de dos grupos de jóvenes; un grupo que nació en la iglesia y un grupo de jóvenes profesionistas en Gualupita. Comenzaron a trabajar juntos y presionaron al Ayuntamiento para que le dieran un espacio digno a los artesanos. El edificio que hoy día es la Casa del Artesano José Pérez Delgadillo era el edificio de las oficinas del ayuntamiento. Con esta adquisición la Casa quedó en la plaza principal entre lo que es el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe y el Edificio del Ayuntamiento.

La influencia de la religión se puede ver también reflejada en las actividades productivas de Gualupita; en cuanto a los artesanos de lana, uno de ellos dijo que antaño cuando llevaban la lana a lavar al río se debía a que "...caprichosamente Dios vino y puso las piedras en el río, desde el puente hasta el salto para que ahí pudieran lavar la lana" (Campo, 2015) como si hubiera sido un designio divino el acomodo de las piedras. También visualizan así la llegada de los españoles a la región pues los "liberaron del yugo azteca" (Campo, 2015) y porque trajeron el ganado bovino. Por otro lado, estas fiestas religiosas han promovido el desarrollo de otras

actividades económicas, como la creación de los carros alegóricos en 1935, por los hermanos José y Gabino Pérez, quienes “...pidieron prestada una guayin... en esta representaron por primera vez a Nuestra Señora de los Angeles.” (Daniel Alvirde citado por Palmas F., 2000, p. 12). Las fiestas promueven el contacto social entre los habitantes de la comunidad manteniendo en equilibrio las proximidades de Boschma (2005) que se exponen en el capítulo 2, generan intercambios de bienes y de favores, unen a los habitantes manteniendo una fuerte cultura local de solidaridad y apertura a los extranjeros; al mismo tiempo que habilitan las redes y la creación de empleos entre pares.

Gualupita, es sólo una expresión de la religión católica en una comunidad del Estado de México. En éste capítulo, la unión entre la sociología y la antropología social para analizar el fenómeno religioso en un contexto local es indispensable, pues ambas ciencias, en su conjunto, aportan el entendimiento del individuo en sociedad y la información empírica para entender las formas en que la intensidad religiosa, así como sus respectivas tradiciones y rituales conforman una determinada cultura local. Los administradores y académicos del emprendimiento se han percatado de la importancia de la cultura en la predisposición hacia acciones emprendedoras hallando que la cultura emprendedora es determinada en gran parte por la religión. Retomando a Weber (1920) se puede observar en el caso de Gualupita que el catolicismo no les prohíbe la riqueza económica, sin embargo es mal visto que esa riqueza no se comparta con los otros. De alguna manera se considera que si Dios provee es para compartirlo con todos. Las fiestas se convierten en articuladoras de relaciones sociales en donde se dan intercambios varios y se gestan relaciones de apoyo y solidaridad en donde los mayordomos son los que, recordando a Magazine (2012), mueven la rueda y hacen que todos participen de la organización y disfrute de la fiesta. El mantenimiento de estos rituales y su inscripción como parte de la cultura local inhibe la llegada de otros cultos a la comunidad pues no participar de ellas es mal visto. Todos estos elementos generan contextos de solidaridad y reciprocidad que promueven y compensan la creatividad; en los diseños de los artesanos, en los carros alegóricos y en la manera de convocar a las fiestas. Asimismo lo artesanal como identidad es validado en las fiestas mediante la participación de los artesanos en la elaboración de prendas, banderas, ropaje de los santos y hasta banderines de carros alegóricos. Se puede observar también que los líderes religiosos llegan a ser

líderes en negocios, pues si son capaces de mover la rueda para la fiesta, también son capaces de convocar a otros actores sociales y organismos en aras de la mejora para un grupo económico, como éste de los artesanos de lana de Gualupita.

## **IV. Emprendimiento e Identidad**

### **4.1. A manera de Introducción**

En este capítulo se exploran algunos elementos teóricos sociológicos que nos ayudarán a comprender cómo se configura la identidad de los trabajadores de la lana en Gualupita. En una primera parte se exponen las aportaciones sociológicas en torno al concepto de Weber, (1920), Featherstone, (1995), Giménez, (2000 & 2010) y Blancarte, (2007 & 2010), así como la aportación de la antropología a la creación del concepto mismo (Geertz, 1973), (López Austin, 2001). Mientras que en una segunda parte exploraremos cómo los procesos históricos particulares configuran las identidades del municipio de Tianguistenco, su localidad Gualupita y el contraste con el municipio de Xalatlaco para finalmente exponer su influencia en el empuje económico de Gualupita.

### **4.2. La aportación de la sociología al estudio de la identidad**

Weber (1920/2010) afirmó que "...la 'cultura' del individuo no radica en la acumulación de 'valores culturales', sino en la selección coherente de esos valores." (p. 126). Esto, es lo que ahora llamamos identidad. Giménez (2005) vio una relación simbiótica entre cultura e identidad, y es que para él la identidad no es sino la cultura interiorizada por el individuo; es decir, que de toda la gama de elementos culturales, las personas sólo se apropian de algunos de manera consciente. Esta identidad individual existe para enfatizar las diferencias con los otros. Sin embargo, siempre habrá otras personas con gustos afines, así como elementos culturales compartidos en el tiempo: rituales, tradiciones, costumbres, hábitos. Al agruparse varias personas con pautas de significados (Geertz, 1973) similares se forman identidades colectivas. Un buen ejemplo de éstas son las diversas religiones que existen, pues los individuos se agrupan con otros que comparten las mismas creencias, valores, aspiraciones. Y asimismo cada grupo religioso es diferente de otro pues, aún con cánones establecidos, se aplican de manera distinta en los diversos lugares en los que se encuentran presentes, se transforman. Así por ejemplo, la iglesia católica con sede en Roma y que tiene como figura de liderazgo al Papa, no se vive de la misma manera que en México, en donde existe un catolicismo ritualizado y un sincretismo religioso

Blancarte (2007). De igual manera en torno a las identidades individuales existe una dimensión religiosa en la que nos apropiamos de un "...repertorio simbólico - cultural (credo, dogmas, sistema ritual...)" (Giménez, 2000, p. 28) Para Giménez (2010) "...la identidad de un individuo se define principalmente por el conjunto de sus pertenencias sociales..." (p. 4 - 5), las cuales son: "...la clase social, la etnicidad, las colectividades territorializadas (localidad, región, nación), los grupos de edad y el género." (p. 5) Pero también se identifican por atributos caracterológicos (disposiciones, habitus, tendencias, actitudes y capacidades), por estilo de vida (preferencias de consumo), por sus relaciones íntimas (parientes, amigos), por los objetos entrañables que poseen y por su biografía personal. (p. 6) Menciona también la manera en que las culturas van cambiando, pero no así la identidad. A lo que López Austin (2001) llama el núcleo duro. Es importante enfatizar la crítica que hace Giménez (2010) hacia propuestas universalistas que han tratado de englobar a una cultura como monolito, sin identidades individuales y sin distintas identidades colectivas. Cuando se interpretan novelas, como *El laberinto de la soledad* de Octavio Paz, que son muy buenas literariamente hablando, pero que no denotan una realidad absoluta que aplique para todos los mexicanos. Igualmente son una narrativa de momentos particulares e históricos en la vida de las personas, pero que de ninguna manera reflejan una cultura absoluta e inamovible, que además estaría en contraposición con el concepto mismo de cultura, la cual se va transformando en el tiempo.

Blancarte (2010) plantea que en México existe una identidad religiosa, la cual se promovió desde el Estado, pues se encontraban estrechamente ligados iglesia y nación, al grado de que esa era una identidad nacional. Enmarca la manera en que los medios masivos de comunicación promueven esa identidad al, por ejemplo, televisar cada 12 de diciembre las mañanitas a la Virgen de Guadalupe en la Basílica de Guadalupe. Casi como la hora nacional o el informe presidencial. Su importancia no existe sólo para los fieles católicos, sino que se atrae a más personas mediante la muestra de dicho espectáculo masivo por televisión. Para el autor "la búsqueda de significado y pertenencia es una búsqueda que suele ser religiosa." (p. 99). En el caso de Gualupita se puede observar que existe una fuerte identidad religiosa colectiva y que aglutina otras actividades sociales en las que la comunidad convive y genera redes laborales y de amistad, así como se vio en el capítulo 3.

Featherstone (1995/2000) habla de identidad en tres diferentes épocas, el premodernismo, el modernismo y el postmodernismo. Plantea que contrario a lo que se dio en el modernismo en el que se hablaba de una fuerte identidad individual, en el postmodernismo se han dado cuenta de que hay un regreso al fortalecimiento de las identidades colectivas. Esto dada la fragmentación de las identidades individuales después de la segunda guerra mundial en la que hubo una fractura entre pasado, presente y futuro. Retomo la cita que el autor hace de James Clifford (1989) en la cual coloca “Conocer quien eres, significa saber de dónde eres.” [Traducción propia] Lo que se refiere al sentido de lugar del que habla Featherstone y a partir del cual generamos nuestra identidad. Para él no existe una cultura global, más que aquella a la que llama tercer cultura, en la que personas con la misma profesión o actividad tienen conocimientos y prácticas similares que les permiten comunicarse entre ellos alrededor del mundo. Como en el caso de los artesanos que pueden comunicarse con otros artesanos del mundo manifestando los mismos intereses y quizá las mismas problemáticas, así como las mismas motivaciones.

#### **4.3. La antropología social en la construcción del concepto de identidad**

Quizá la mayor aportación de la antropología social al hombre como individuo social es el estudio de la cultura, así como sus diferentes definiciones. La última definición también usada por Giménez es la propuesta de Geertz (1973) en cuanto a pautas de significados compartidos por un grupo de personas, por un tiempo determinado y que necesitan del reconocimiento de otros para existir. Dentro de estas pautas de significados se encuentran costumbres, tradiciones, ideologías, la vida moral de las personas, su vida intelectual y artística, su lenguaje, los signos visibles que poseen, su economía, su desarrollo social, su desarrollo político. A partir de la apropiación de dichos elementos se conforma la identidad, que como se expuso con la aportación de los sociólogos, es la cultura interiorizada por los individuos. Ésta llega a las personas desde el momento en que crecemos en sociedad y llega de diferentes formas: por endoculturación que es el proceso mediante el cual se pasan elementos culturales de generación en generación y por difusionismo, que se refiere al contagio cultural de ciertos elementos. Generando con ello culturas híbridas cuyos elementos son una mezcla; resultado de contactos culturales con otros en el tiempo. Como lo manifestó Eric Wolf (1982) en su obra *Europa y la gente sin historia*, estos

intercambios culturales y económicos han existido desde siempre en el mundo. Sin embargo, de acuerdo a López Austin (2001) las personas poseemos un núcleo duro en el que permanecen los elementos culturales que tenemos profundamente arraigados y se mantienen en el tiempo aún cuando la cultura cambie. Expone de ejemplo a las culturas de tradición mesoamericana quienes presentan tanto similitudes como diferencias en su cultura. Las similitudes enfatizan ese núcleo duro presente en todas ellas y que se ha mantenido en el tiempo, pese a los cambios del entorno como el tener un pasado histórico común en el que existió un predominio político, económico y cultural de unas sociedades, mediante las que se impuso una cultura, con determinadas tradiciones, costumbres y moral. Mientras que las diferencias se visualizan mediante la influencia propia del medio ambiente en la concepción del cosmos, los diferentes desarrollos sociales que se dieron, las variedades etnolingüistas, un desarrollo histórico particular y por lo tanto, una construcción identitaria diferente. López Austin por tanto agrupa a las personas por grupos, o identidades colectivas, las cuales toman elementos culturales que les distinguen de los otros, en donde se conjugan diversidad de identidades individuales. En el caso de Gualupita, se puede ver esa adaptación al cambio a lo largo de su historia, así como su necesidad de distinguirse de los otros. Hoy día mantienen esa distinción siendo la única localidad de la región en tener el mayor número de unidades económicas enfocadas en una sola actividad, siendo ésta la creación de prendas artesanales de lana. Conjuntando los capitales de un grupo de personas, como artesanos y generando emprendimientos colectivos que mueven la economía de Gualupita y de la región.

Se debe hacer también mención de lo expuesto por Geertz (1973) al afirmar que no existen culturas puras e inamovibles, pues la cultura se encuentra en constante construcción y cambio. Mediante el difusionismo se convierten en híbridadas, alimentándose constantemente de otras y alimentando al mismo tiempo pautas de significados diversos para personas en todo el mundo. Se puede volver al ejemplo de las religiones, las cuales tienen una serie de pautas y estatutos que son tropicalizados y vividos de maneras diferentes, en distintos lugares; que a su vez se enfrentan a cambios por el entorno -reacciones en contra- y que al final acaban convirtiéndose en algo que favorece la cultura en la que se encuentra, pues promueve la convivencia social de los individuos, como es el caso de las fiestas para los Gualupitenses.

#### 4.4. La Identidad de Xalatlaco

Como se vio, identidad es un proceso para diferenciarnos de los otros. En ésta sección se hará la distinción de la identidad de Gualupita versus las identidades de Xalatlaco y Tianguistenco, comunidades que estuvieron unidas antes de la llegada de los Españoles. Su división posterior, así como la afirmación de la identidad de cada una es evidente. “A los ancianos de Xalatlaco les gusta recordar que su pueblo es más antiguo que la Ciudad de México...” (González, 2011, p. 171). En el caso de Xalatlaco se tienen que revisar sus orígenes y la manera en que se ha desarrollado el municipio. “Fue incorporado al imperio mexica cuando Axayácatl conquistó gran parte de los pueblos del valle de Toluca, por el año 1478...” (González, 2011, p. 171), pero la llegada de los españoles fue un proceso difícil del que tardaron más de tres siglos en sobreponerse. De ser pertenecientes al señorío tecpaneca de Coyoacán en el siglo XIII, y después de haber sido Quitzilzil, el señor de Xalatlaco, quien guió a Hernán Cortes en su llegada a Toluca (Velázquez, 1996, p. 15), los españoles dieron más importancia a la villa al lado del tianguis.

“Borah y Cook calculan que Xalatlaco tenía alrededor de 4,500 habitantes en 1568.” (González, 2011, p. 171) y treinta años después ya sólo quedaba el 60% de la población. “...fue hasta comienzos del siglo XX, en el período inmediatamente anterior a la Revolución de 1910, que logró volver a tener una población equivalente a la que había tenido en 1568.” (González, 2011, p. 171). Asimismo la concentración de las tierras en unas pocas familias originó que tuvieran que vender su fuerza de trabajo a las familias más ricas de Xalatlaco, Tenango y el estado de Morelos. A finales del porfiriato, muchos de sus habitantes se incorporaron al movimiento zapatista, de 1912 a 1918. (p. 171)

...las diferencias internas desaparecieron violentamente, a un terrible costo: la guerra no sólo provocó la desorganización y la destrucción del aparato reproductivo, sino que significó la muerte o el exilio para más de la mitad de la población del municipio... Las décadas de 1920 y 1930 fueron época de penuria, de reconstrucción y de crecimiento lento. (González, 2011, p. 171)

González (2011) también muestra como la fuerza de trabajo de Xalatlaco se movió de dedicarse a la agricultura y la ganadería en un 95.5% en 1940 a diversificarse en otros sectores como la agricultura, la ganadería, la industria, la transformación, el comercio y los servicios en 1990 (p. 175). La llegada de la carretera México-Toluca y de la zona industrial hizo que sus habitantes se movieran hacia nuevas fuentes de empleo, mientras que dejaron de lado las labores agropecuarias. Generando una percepción de un incremento en su calidad de vida. Además de una menor mortandad infantil y mayores ingresos para

la comunidad. Los ancianos aprecian que las nuevas generaciones no tuvieron que pasar las penurias que ellos sí. Miden su prosperidad en el número de tiendas, vehículos y ganado. (González, 2011) Una preocupación de los Xalatlacuenses es el cuidado de su territorio, razón por la que los encargados cuidan los títulos de propiedad, se prohíbe “...enajenar la tierra a quienes no fueran descendientes directos de las familias a las que la corona había dado las mercedes.” (González, 2011, p. 175) y actualmente siguen recorriendo los límites del municipio para asegurarse que permanezcan igual. Para González (2011) esto forma parte de su identidad en donde los Xalatlacuenses se distinguen de los otros por ser los originales y auténticos mientras que los otros son los fuereños y usurpadores. Xalatlaco paso de ser el señorío a ser un pueblo de la municipalidad de Santiago Tianguistenco en 1825. Pudo independizarse el 10 de octubre de 1872, siendo el último pueblo que salió de Tianguistenco. (Velázquez, 1986). En cuanto a la identidad religiosa de los Xalatlacuenses, sus milpas “...comenzaron a ser utilizadas para la construcción de edificios públicos: todas las escuelas del pueblo, la biblioteca, el auditorio, etc., se levantaron sobre terrenos de los santos.” (González, 2011, p. 182) Sin embargo las fiestas siguen siendo importantes para ellos. Organizados por mayordomías “...a las que la gente



Figura 34. Fachada del palacio municipal de Xalatlaco. (2019) Fotografía propia.



Figura 35. Xalatlaco en el Códice Techialoyan García Granados. No aparece asociado a personaje alguno. Fotografía propia.

también se refiere como ‘las corporaciones’. Cada barrio tiene su santo patrono y sus mayordomos, que durante un año atienden la iglesia y preparan la fiesta.” (González, 2011, p. 185)

#### 4.5. El comercio y la identidad religiosa en Santiago Tianguistenco

Tianguistenco, como se expuso en el capítulo 2, ha sido, desde el siglo XIII una importante zona comercial, cuyas actividades económicas giran en torno al tianguis. De ser una villa -residencia de españoles- llegó a convertirse en un Municipio del Estado de México. Hoy sigue siendo reconocido su tianguis, así como su zona industrial. El centro deja ver la existencia de una glocalización (Robertson, 2003), según la cual hay una simultaneidad de lo local y lo global. En el centro del municipio se puede apreciar la presencia del ámbito global con los bancos (Banamex, Banorte), tiendas de abarrotes, farmacias, toda clase de comercios que importan productos provenientes de china, anuncios de que se aceptan pagos con tarjeta de crédito, autos, camionetas, puestos de periódico y al mismo tiempo letreros del Sr. de Tepalcingo, la iglesia principal y el mercado municipal.



Figura 36. La iglesia de Tianguistenco vista desde el auditorio; en donde se encuentran algunas oficinas del municipio. Fotografía propia.

Santiago apóstol, patrono de Tianguistenco, cuyo nombre original es Jacobo fue uno de los hermanos a los que Jesús llamó cuando caminaba por las riberas del mar de Galilea, “...después de la Ascensión de Jesús, embarco en una nave mercantil que transportaba cuentas de vidrio, placas de mármol y especias de Oriente, hacia Padrón, en Galicia. Ahí peregrinó por las tierras gallegas predicando el Evangelio.” (Zamora P., 1996, p. 30). Las leyendas cuentan que se ha aparecido en su caballo cuando han solicitado su ayuda, como en la lucha contra los moros. En Gualupita nunca hubo moros y sin embargo se les representa en sus fiestas, signo de la fuerte influencia que dejaron los españoles en la región y de la construcción de lo local a partir de lo global.

Con Santiago los españoles se abrieron camino en América. Fue la figura que sirvió de nexo entre el Viejo y el Nuevo Mundo. Así lo testifican más de 200 poblaciones hispanoamericanas que llevan su nombre, así como puertos, minas, ríos, provincias religiosas, etc... Apareció en varias ocasiones, ayudando a los españoles en sus combates contra los indios. (Zamora P., 1996, pp. 40 - 41)

Además de los nombres de poblados, el mejor testimonio del culto santiaguense se encuentra en las danzas de moros y cristianos, en varias regiones del país. (Zamora P., 1996, p. 42)

La fuerza de Santiago Apóstol paso a los habitantes de la región como un símbolo de que serían protegidos de los enemigos. La Virgen del Buen Suceso también es adorada en Santiago Tianguistenco, cuyo origen proviene de la orden de los servitas establecida en Florencia en el año de 1255. Se les llama así por ser servidores de la Virgen, quien se les apareció y les dijo que debían vestir de túnica negra sobre túnica blanca, cinturón de cuero, escapulario y capa. La Virgen llegó a Tianguistenco en 1640 y hasta 1756 se inició la construcción del templo parroquial de Santiago Tianguistenco. (Velázquez, 1986) En agosto 1787 se aprobó el

establecimiento de una orden de los Servitas en la Nueva España. "En el Altar Mayor de la Iglesia de Santiago Tianguistenco, está la imagen de la Virgen del Buen Suceso que se dice, es de caña, muy semejante a la Virgen de Zapopan y a la de la Salud de Pátzcuaro." (Romero Q., 1982, p. 56). Con esto se puede ver la gran influencia en Tianguistenco de los españoles, con dos de sus grandes santos. Santiago es tan importante que en Europa existe el camino de Compostela, recorrido por el apóstol y que es reconocido lugar sagrado de peregrinaje en todo el mundo. Para algunas personas mexicanas, caminar sobre los pasos de Santiago representa algo muy sagrado y un proceso de transformación para aquél que lo recorre.



Figura 37. La Iglesia principal de Santiago Tianguistenco. Fotografía propia.

En éste análisis no se puede dejar de lado el hecho de que mientras Tianguistenco fue consagrado a Santiago Apóstol y a la Virgen del Buen Suceso, Xalatlaco permaneció igual. Sí tiene sus santos patronos, pero su nombre ha permanecido igual desde antes de la llegada de los españoles. A esto debemos agregar que algunos habitantes de Xalatlaco se unieron al movimiento zapatista, mismo que invadió Tianguistenco y Gualupita. Una razón más de que las diferencias entre las comunidades se hayan mantenido en el tiempo. Tianguistenco, aún cuando se enfoca en lo comercial y tiene ésta gran plaza en donde conviven Estado e Iglesia, no tiene una actividad artesanal además de la ofrecida por Gualupita. Por lo que estos últimos son los que le dan un atractivo turístico al municipio. Gualupita al mismo tiempo no tiene gran comercio y depende de Tianguistenco para grandes compras y para moverse hacia Toluca o la Ciudad de México. Ambas entidades se complementan, con sus respectivas distinciones e identidades.

#### **4.6. La Identidad religiosa y artesanal en Gualupita**

A la llegada de los españoles Tianguistenco surge, con las raíces económico-militares ya citadas, como un poblado novohispano con nombre y apellido para afirmar su mestizaje, el uno hispano, el otro náhuatl: Santiago Tianguistenco, tal como lo conocemos hoy. (Hernández, 1996, p. 12)

Gualupita, cuyo nombre: Guadalupe Yancuictlalpan, es también una mezcla de lo náhuatl y lo hispano. Yancui significa nuevo, mientras que Tlalpan significa suelo. (UNAM, 2019) Por lo que puede ser traducido como “Nuevo suelo de Guadalupe” o “Nueva tierra de la Virgen de Guadalupe” ya que éste último termino se refiere a la Virgen mexicana. Con una identidad religiosa Guadalupana en donde la lana y la fiesta religiosa son los elementos clave de su identidad colectiva, tenía tierras comunales desde 1675, como se mostró en el capítulo 2 e inició la construcción de su iglesia en 1679. Los contrastes de Gualupita con Tianguistenco y con Xalatlaco radican en diferentes aspectos como en las actividades productivas, en el bullicio, en la identidad artesanal que sólo existe en Gualupita y en sus fiestas religiosas, que son de las más

grandes en la región. Es la única localidad del municipio que tiene una actividad artesanal, y de la cual se sienten orgullosos, por ello las capacitaciones a los artesanos forman parte del Plan de Desarrollo Municipal de Santiago Tianguistenco y se buscan programas en los que se les pueda incluir, como el plan invernal en el que pueden otorgar trabajo a los artesanos, al mismo tiempo que cumplen una función social de llevar prendas de lana a las comunidades más pobres. Al igual que otras comunidades de la región, buscaron independizarse de Tianguistenco en el siglo XVIII.

Santa María Guadalupe Yancuictlalpan, perteneció a la república de Tianguistenco durante el siglo XVII y fue a partir del 27 de abril de 1767, en que previa licencia del virrey Carlos Francisco de Croix, Márques de Croix, obtuvo su autonomía, tal como lo habían solicitado los naturales de este pueblo y de acuerdo a los informes que otorgaron el alcalde mayor de Metepec y el cura de Xalatlaco, solicitados por la propia autoridad virreinal el 3 de julio de 1766.

Sin embargo, de la documentación existente se deduce que no se ejecutó tal ordenamiento, puesto que el 28 de octubre de 1778, el virrey don Antonio María de Bucareli reiteró la orden dada por su antecesor el alcalde mayor y al párroco para que dictaminaran si era procedente tal separación, puesto que los vecinos indicaban tener hasta iglesia construida con todo lo necesario.(Velázquez, 1993, p. 53)

Hoy día, Gualupita sigue formando parte del municipio de Santiago Tianguistenco y aunque físicamente están una al lado de la otra, mientras que -como se comentó en el capítulo 2- no se aprecian diferencias cuando uno sale de Capulhuac y entra a Tianguistenco, en Gualupita pasa lo contrario. En la cabecera municipal se escucha el bullicio de las personas, el ruido de claxon de autos, además de que hay tráfico y muchas personas caminando. Cuando uno llega a Gualupita se percibe gran tranquilidad y calma, sólo tiene bullicio los fines de semana y los días

de fiesta y aún así, se sigue percibiendo un ambiente de pueblo, en el que la gente saluda a los que ve caminando por las calles, en donde uno puede platicar con la persona que vende lana o elotes o comida. Debido quizá a que en Gualupita no hay mercado, ni bancos, ni super, ni grandes comercios, todas las unidades económicas son muy locales. La tienda más grande está sobre la avenida que une al pueblo con Tianguistenco y es un mini super 3B. Parte de las tradiciones de consumo que tienen en Gualupita es ir al tianguis de los martes a hacer la compra de sus alimentos o esperar al fin de semana, día en que se colocan algunos puestos en la plaza principal y en donde se puede comprar fruta y verdura. En cuanto a consumo de carne, en la comunidad se consume mucho el pollo y todos los días hay pequeños puestos colocados a lo largo de la avenida. Ya que a igual que Tianguistenco contiene en sí misma ésta fusión de lo hispano y lo nahuátl, algunos consideran a los españoles como los que salvaron a la región del yugo azteca. Asimismo algunos artesanos los consideran “los padres de la artesanía” pues trajeron con ellos las ovejas y el telar de pedal.



Figura 38. Don Jorge en su telar. Fotografía propia

Hacia el año 1567 aproximadamente llegaron los primeros primeros<sup>35</sup> telares a Gualupita, esto trajo como consecuencia un cambio en la industria textil, ya que con el telar de cintura únicamente se hacían telas pequeñas, y con el de pedales se podían confeccionar sarapes, gabanes, chales, etc., Por lo tanto el indígena adopto este valioso instrumento porque facilitó el trabajo y realzo su habilidad para la confección de estas prendas. (Palmas F., 2000, p. 20)



Figura 39. Don Tito en su telar. Fotografía propia.

Algunos ubican que fueron los españoles quienes trajeron el telar de pedal a Puebla y de ahí a Gualupita. Considerando que Tianguistenco fue villa de españoles sería natural que ellos mismos los hubieran llevado. “Desde tiempos prehispánicos sus habitantes ya tejían el echcatl (algodón) y el hilo de matl (maguey), se dice que sus artículos eran de tal calidad, que fueron

---

<sup>35</sup> Se repite la palabra ‘primeros’ al igual que en la fuente original. Usado quizá para hacer énfasis.

usados por los emperadores aztecas” (Pérez Cerqueda, 2003). De acuerdo a algunos artesanos el tejido en bastidor surgió cuando regresaron a Gualupita dos personas que estuvieron encerradas en un penal, en el cual les enseñaron a tejer y al regresar a la comunidad enseñaron a otros. Dice un artesano que fue una desfortuna para los que estuvieron encerrados, pero una fortuna para Gualupita porque trajeron una fuente de trabajo. “Fue en 1922 aproximadamente cuando se empezó a tejer en este instrumento conformado por dos maderas y una línea de 40, 45 o 60 clavos...” (Palmas F., 2000, p. 21).



Figura 40. Ruedas en donde antaño hacían el hilo los artesanos. En junio de 2015 se encontraban colocadas en el vestíbulo de la Casa del Artesano. Fotografía propia.

Como se puede ver los artesanos resguardan su pasado histórico y siempre están intentando aprender más, se retan entre ellos para mejorar. Como artesanos sienten orgullo de lo que hacen y se sienten mal cuando las personas no reconocen su trabajo. Ellos son conscientes de las diferentes calidades que existen, así como de los diferentes tejidos y diseños, sin embargo, en

sus palabras: “cada prenda lleva una parte de ellos”. Son conscientes de su pasado y de su identidad, razón por la cual en la biblioteca Ignacio Manuel Altamirano, de Gualupita tienen 2 libros escritos por habitantes de Gualupita; la maestra Cedano y el Sr. Palmas<sup>36</sup> (2000). Y aunque el contenido de ambos libros se parece mucho son importantes porque relatan eventos históricos de Gualupita, que forman parte de su memoria colectiva.

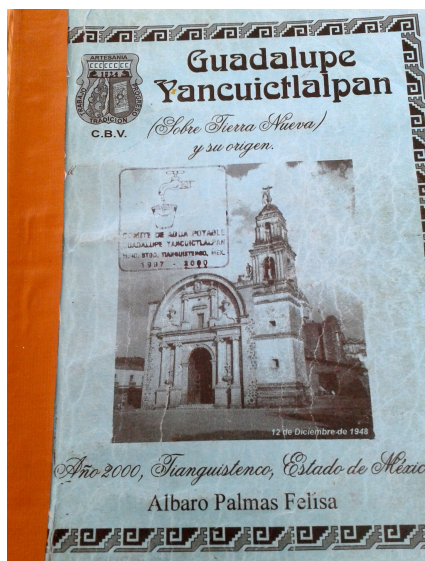


Figura 41. Portada del libro del Sr. Palmas en la biblioteca de Gualupita. Fotografía propia.



Figura 42. Portada del libro de la Maestra Cedano en la biblioteca de Gualupita. Fotografía propia.

“La Lázaro Cárdenas” es referida como la primer escuela en Gualupita, actualmente es una primaria pública. El entonces Presidente, según testimonio de un artesano, inauguró unas fuentes en la plaza principal que ya no existen. Por ello puede ser que la escuela haya sido nombrada así en su honor. De acuerdo a lo escrito por el autor Albaro Palmas (2000):

Aunque no hay datos precisos sobre la visita del General Lázaro Cárdenas, quien gobernó México de 1934 a 1940, de acuerdo con el testimonio de los ciudadanos de Gualupita, los señores: Carmelo Lara, Ruperto Juárez y José Pérez coinciden que

<sup>36</sup> Se inserta el título de maestra y señor, pues de esa forma los identifican los artesanos de lana de Gualupita.

efectivamente en 1937, el presidente Lázaro Cárdenas, después de visitar Xalatlaco y Santiago Tilapa, llegó a Gualupita a las 19:00hrs., visito la escuela rural de Gualupita en adobe, también autorizó a las autoridades del pueblo un ramal de agua potable, mandando al poco tiempo la tubería de hierro. (p. 25)

Entre otros eventos históricos resalta el hecho de que Benito Juárez pernoctó en Gualupita, el paso de los zapatistas y la consecuente huída de los habitantes hacia Toluca; el regreso “fue hasta el 8 de septiembre de 1921, cuando se hicieron sonar las campanas de la iglesia llamando a la Reconcentración, por eso hasta hoy celebramos esta fecha...” (Viviana Tizoc citada por: Palmas F., 2000, p. 26). Y sus diferentes fiestas celebradas a lo largo del año. También forma parte de su memoria colectiva que el una vez gobernador Carlos Hank González intento mejorar la región, pues quería darle más empuje turístico, pero hubo proyectos que no se concretaron. En términos de lo glocal en la creación de memorias colectivas (Robertson, 2003) (Featherstone, 1995) resalta la imagen de Marilyn Monroe en la cual viste un suéter de lana, que se atribuyen los artesanos de Gualupita. En noviembre del año 2011 el periódico El Universal publicó una nota en donde decía que el suéter de Marilyn Monroe había sido elaborado por una artesana de Gualupita, la Sra. Rosario Martínez, quien lo había vendido a Kattie, una joven estadounidense de Seattle quien a su vez lo había regalado a Marilyn. Juan Martínez Nava, hermano de la artesana que elaboró el famoso suéter declaro que...

...el diseño del suéter de Monroe es de su hermana, prueba de esto es que ella empezó a hacer en la década del 60 las hombreras más estrechas (como el que usa en la fotografía la actriz estadounidense), ya que en aquella época el resto de los artesanos hicieron hombreras gruesas por muchos años más. (Huerta, 2011)

EL UNIVERSAL  
ESTADO DE MÉXICO  
eluniversaledomex.mx

Escribe aquí qué buscas...   
Ejemplo: noticias, personas

Inicio | EL UNIVERSAL.mx | Chalco | Cuautitlán Izcalli | Ecatepec | Huixquilucan | Naucalpan | Neza

Minuto x Minuto Rumbo a 2012 Educación Salud Cultura Seguridad Política Transporte Economía Obras

Inicio Más municipios

SOCIEDAD |

## Marilyn Monroe y el pueblo que tejió su suéter más famoso

En entrevista reconoce que lo que más marcó su vida, es aquel suéter que su hermana diseñó, tejió y él y su familia vendieron, sin saberlo, para el uso de Marilyn Monroe

JOSU HUERTA  
04 de noviembre 2011  
12:40

La fotografía es de 1962. Marilyn Monroe porta un grueso suéter de lana el cual resalta las finas facciones de su rostro de 36 años, camina en la bahía de Santa Mónica, Estados Unidos, en donde luce unas piernas blancas y sensuales.

El autor de la imagen es George Barris, de quién se dijo, logró captar la esencia de Monroe previo a su muerte. El suéter que la rubia portaba en la sesión de fotos se convirtió en un objeto de deseo, de duda por no saber si ella lo había comprado o le había sido obsequiado. Las referencias señalan que ella misma lo adquirió en México, pero todo apunta a que no es así.

Con 74 años de edad Juan Martínez Nava es uno de los artesanos tejedores de lana de mayor edad en Gualupita Yancuictlalpan, municipio de Santiago Tianguistenco, estado de México. Sus prendas han ganado concursos del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) debido a su creatividad. En varias ocasiones viajó a San Antonio, Texas, para exponer su obra.

En entrevista reconoce que lo que más marcó su vida, es aquel suéter que su hermana diseñó, tejió y él y su familia vendieron, sin saberlo.



Notas Relacionadas

30/10/2011 El hombre que alimentó a El Che y a Fidel Castro en Chalco

04 de noviembre 2011 12:40  
 Ver los 58 comentar

 Recomendar 287

 Twittear 38

Figura 43. Portada de la página web del periódico El universal en donde publican el hallazgo de haber hallado a la creadora del suéter de Marilyn Monroe. Recuperada de: [www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html](http://www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html) [9 de junio de 2015]

Recuerdan también haber enseñado a tejer a “los de Chiconcuac” y refieren que ellos, aunque tienen diseños parecidos, manejan otra calidad. Como una forma de afirmación y de orgullo por lo que hacen. Han mantenido viva la tradición de tejer en bastidor y en telar de pedal, por ello contagiaron a un grupo de jóvenes para que consiguieran el espacio en el que desde 2010 se encuentra la Casa del Artesano José Pérez Delgadillo. La defensa de su identidad les ha llevado a tener problemas con los habitantes de Xalatlaco. Observando la historia de ambas

comunidades se puede entender que ambas sientan recelo entre sí. De Xalatlaco hacia Gualupita por no compartir esa identidad hispana que Tianguistenco sí tuvo y de Gualupita hacia Xalatlaco porque ellos sí apreciaron la llegada de la zona industrial a la región, mientras que los artesanos lo vieron como una forma de contaminación del río. Cuando los artesanos se refieren a la contaminación hablan de las fábricas en Tilapa y Xalatlaco. El cronista de Tianguistenco nos deja ver como desde finales del siglo XVII existían estos problemas entre los habitantes de Gualupita, en Tianguistenco y los habitantes de Xalatlaco.

...los naturales de Yancuictlalpan, en voz de su apoderado Domingo de Córdova, en 1690 vuelven a solicitar amparo, para que no continuaran los abusos que cometían los naturales de Xalatlaco con las tierras que estaban amparadas y reconocidas para Yancuictlalpan, entonces todavía sujeto a la república indígena de Santiago Tianguistenco. (Velázquez, 1993, p. 77)

Aquí se puede ver como se han marcado las diferencias entre los habitantes de Xalatlaco y los habitantes de Gualupita. Otra de las razones se debe a que los Xalatlacuenses formaron parte de los zapatistas, mientras que los Gualupitenses recuerdan con tristeza aquél momento.

Se llevaban a los hombres desde la edad de trece años, los arrastraban a cabeza de silla por toda la población y luego los colgaban desnudos en el camino de la Cruz de la Misión y en el árbol que está en el atrio de la iglesia, las mujeres, los viejos y los niños comenzamos a quedarnos solos y nos fuimos a otros pueblos como Toluca y Michoacán para que no nos mataran en la bola. Yo tenía como 10 años cuando mi padre nos llevó a vivir a Capulhuac, ahí me enteré que los soldados habían dado ordenes de quemar y

saquear la población para que se acabaran los revoltosos. (Viviana Tizoc, citada por Palmas F., A. 2000, p. 18)

Como se mostró en la teoría social, en torno a la identidad y la cultura, se estableció que ésta última cambia, sin embargo hay una parte muy profunda que permanece en el tiempo a la que López Austin llama el núcleo duro. Dentro de este, los arrieros siguen estando presentes para Gualupita, manifestado en sus fiestas religiosas mediante danzas. Los arrieros tuvieron su origen en la época virreinal hasta mediados del siglo XX.

#### **4.7. La importancia de Gualupita para Tianguistenco**

El hecho de que en Gualupita los artesanos tejen lana como parte de sus tradiciones e identidad, le dota de igual manera a Tianguistenco de un nodo artesanal y turístico. Ya que como se explicó en el capítulo 3, hay un valor social de las cosas, en las que sus trayectorias les dotan de un valor. En el caso de las artesanías adquieren valor por el tiempo que implica su elaboración, por el hecho de que cada prenda es única, con sus respectivas particularidades y porque uno lo adquiere en un pueblo como Gualupita, con esa tranquilidad, calma y con esa identidad religiosa que le caracteriza. Al formar parte de Tianguistenco esos valores pasan al municipio y le dan visibilidad frente a otros pueblos con artesanías como parte de su núcleo duro. Ya que complementa su identidad, le genera el interés por mantener las tradiciones vivas y al mismo tiempo mantenerlas actualizadas y llamativas; razón por la cual invierten en la capacitación de los artesanos así como con política pública -expuesta en el capítulo 2-. Las artesanías mexicanas, en general, dotan de identidad a los mexicanos y son un atractivo turístico que genera derrama económica. Sirve incluso de motivación para gente en todo el mundo que puede inspirarse en los diseños propios de cada pueblo, comunidad o estado del país, quienes dotan a sus artesanías de elementos propios de su cosmovisión. Desde que se hizo campo por primera vez para ésta tesis, ya se hablaba en el municipio de Tianguistenco, de transformarlo en un pueblo mágico para incrementar el turismo. Sin embargo, parecía difícil por todas las regulaciones que implica la

transformación en un pueblo mágico<sup>37</sup>. Hoy, 2019, 4 años después Tianguistenco y Gualupita siguen sin transformarse en pueblos mágicos, pero sí son muy reconocidos en la región. El primero por su característico tianguis y el segundo por sus fiestas y sus artesanías. Gualupita, por la cantidad de fiestas que tiene al año, así como por las peregrinaciones que organiza recibe a miles de visitantes cada año. El que se encuentre al lado. de Tianguistenco representa una oportunidad para éste último de incrementar sus ganancias económicas.



Figura 44. Taller de artesano con diferentes telares. Fotografía propia.

---

<sup>37</sup> “Un pueblo mágico es un sitio con símbolos y leyendas, poblados con historia que en muchos casos ha sido escenario de hechos trascendentes para nuestro país, son lugares que muestran la identidad nacional en cada uno de sus rincones, con una magia que emana de sus atractivos; visitarlos es una oportunidad para descubrir el encanto de México.” (SECTUR, 25 de junio de 2019) Este programa existe desde 2001 “...como una estrategia para el desarrollo turístico, orientada a estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de localidades singulares.” (SECTUR, 26 de septiembre de 2014)



Figura 45. Telar moderno para tejer suéteres de estambre. Fotografía propia.



Figura 46. Doña Amanda en su taller. Frente a ella una devanadora. Fotografía propia.



Figura 47. Don Jorge mostrando sus diseños. Atrás de él su telar. Fotografía propia.



Figura 48. Don José y Doña Amanda en la Feria Manos Abiertas de la Ibero en mayo de 2017. Fotografía propia.

#### **4.8. La aportación de la identidad artesanal y religiosa a la economía de Gualupita**

Una de las cosas que quedaron muy claras desde la primera instancia en campo en el verano de 2015 fue que para los Gualupitenses lo más importante era la religión y su tradición artesanal de lana. Pero, ¿por qué mantener la tradición artesanal estando rodeados de opciones laborales en la industria? Quizá la respuesta está en el hecho de que los artesanos emprendedores de Gualupita son agentes de cambio (Smith, 1776). Han sabido mantener y actualizar una tradición que ha existido en Gualupita desde la época prehispánica. Primero haciendo uso de la lana como materia prima traída por los españoles, luego haciendo uso del telar de pedal para la elaboración de prendas más grandes y al final adaptando lo artesanal en un mundo cambiante. Generando una industria de hilo, especializando sus actividades laborales, trabajando en equipo y manteniéndose actualizados en diseños, tendencias y capacitaciones.

Su identidad religiosa ha servido para aglutinar diversas relaciones sociales, así como para incrementar el turismo. Como se revisó en el capítulo 2 y 3, la realización de las fiestas religiosas en Gualupita ha permitido la proximidad geográfica, social, cognitiva y organizacional necesaria para mantener las innovaciones y el desempeño de sus emprendimientos, como lo son las fiestas, las ferias artesanales, los concursos, las capacitaciones y la Casa del Artesano. En todas estas manifestaciones se da el cierre de las avenidas principales en Gualupita, así como la llegada de diversos comerciantes de la región vendiendo, -como se vio en el capítulo 2- frutas, verduras, textiles, muebles, comidas preparadas, cosas chinas, entre otras. Cuando hay fiestas las calles de Gualupita se llenan de locales y fuereños que asisten en búsqueda de una convivencia social y/o familiar. Esto aunado a lo que se invierte en la compra de comida, canastas, grupos musicales, fuegos pirotécnicos, juguetes, dulces; son elementos que generan derrama económica en Gualupita. Por lo que se puede decir que es esa misma identidad la que promueve el desarrollo económico para los Gualupitenses. Es un nodo artesanal que atrae a locales y extranjeros en búsqueda de trabajos de calidad en lana. Muchos de los artesanos han exportado sus prendas en algún momento y saben de otros que lo han hecho. La recompensa para ellos, además del beneficio económico es que como manera de reconocer su trabajo les envían fotos de sus productos en otros entornos, lo que llena de orgullo a los artesanos. Al mismo tiempo esos

ingresos se colocan en las fiestas religiosas, las cuales perpetúan su tradición artesanal mediante el uso de las prendas por santos.

#### **4.9. La identidad como catalizador de la economía**

A lo largo del capítulo se ha revisado la identidad de Gualupita, mediante la comparación con las identidades de Xalatlaco y Tianguistenco. Se ha observado que del entorno cultural, los Gualupitenses han interiorizado elementos que los diferencian de Tianguistenco y Xalatlaco, marcando así un alejamiento de sus orígenes. Lo que los distingue es su identidad religiosa, artesanal y festiva. Existe esa identidad colectiva de la que habla Featherstone y que nos enmarca en un mundo postmoderno en el que los emprendimientos colectivos están vigentes. Asimismo se aprecia su identidad nahuatl e hispana, en donde los españoles son los padres, los salvadores. En donde Gualupita es la nueva tierra de la Virgen de Guadalupe y en donde el capital es permitido siempre que sea para el goce colectivo, mediante el intercambio de dones en la fiesta. Su actividad artesanal promueve el turismo en la región y habilita el desarrollo de programas de política pública para mantener vivas las tradiciones. Ambos promueven el movimiento económico de la región convirtiéndose en emprendedores y en agentes de cambio. Son conscientes de la importancia de su actividad, razón por la que resguardan su pasado histórico y lo perpetúan mediante su memoria colectiva. Se propone el siguiente diagrama para comprender la manera en que la identidad impulsa la acción emprendedora en Gualupita. Sin embargo, éste puede ser usado en otros ejemplos, siempre que se tengan características similares.

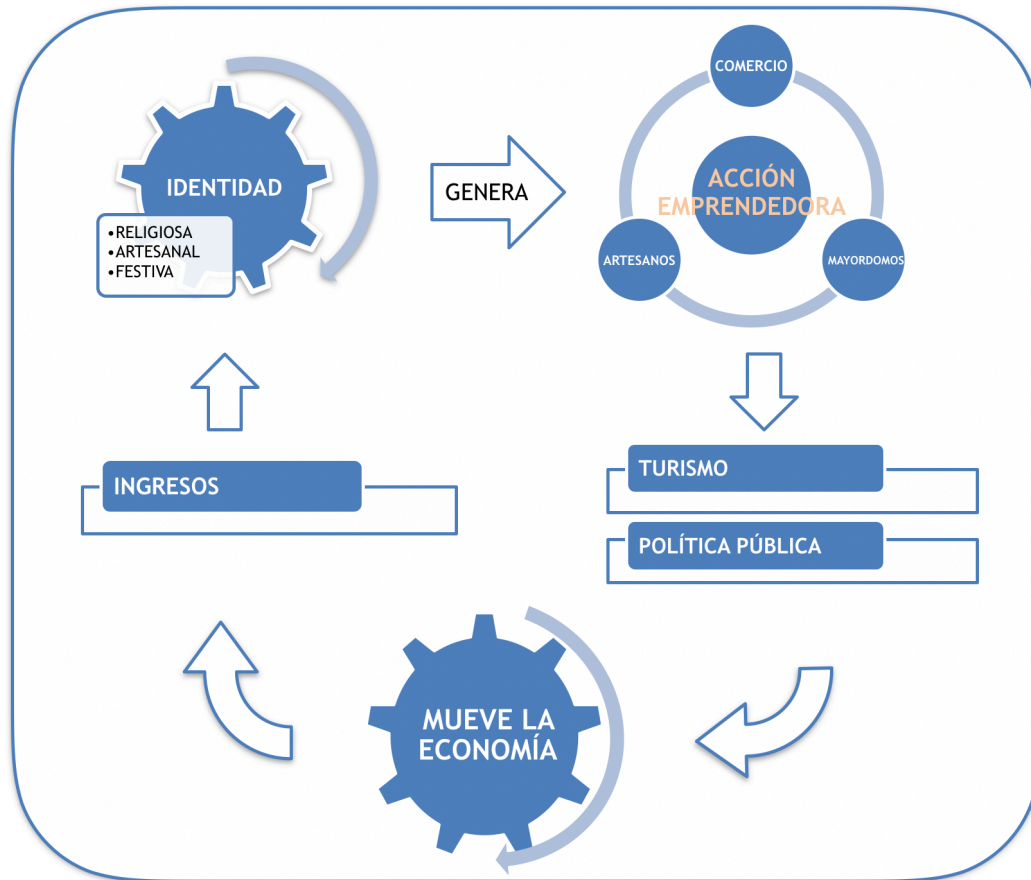


Figura 49. Diagrama de la identidad impulsando la acción emprendedora en la comunidad de Gualupita. Azucena Betanzos González.

## Reflexiones finales

Tener la oportunidad de realizar una investigación en torno al origen no sólo del concepto, sino de la comunidad a analizar, y de la trayectoria de la autora en temas emprendedores hizo de ésta tesis un trabajo de reflexión y de análisis en torno al hecho de que el pasado nos marca como individuos sociales. Después de hacer diversos reportes sobre la vida de los artesanos de Gualupita, se decidió tomar sólo tres ejes de análisis a partir de los cuales se moviera el emprendimiento: la región y sus respectivos cambios, la religión y la identidad. Pues eran los que movían esa Acción Emprendedora (AE), como se ha explicado en el diagrama final del capítulo 4. Es a partir de esos engranes que la vida artesanal se mueve en Gualupita y que al mismo tiempo, como generadores de cambio, mueven la economía de su comunidad y de las regiones aledañas.

Con ésta investigación se ha dado respuesta a la pregunta planteada de si el emprendimiento es algo individual. Se ha podido observar que no es así, que es un trabajo colectivo en el que se dan distintos intercambios y en donde los actores que participan de él ponen en juego sus diferentes capitales para lograr crear formas diferentes de hacer las cosas, innovaciones, adaptaciones al cambio y el movimiento de la economía. También se dio respuesta a la importancia del entorno para el desarrollo de los emprendimientos y la manera en que el pasado histórico marca el presente, con una serie de aspectos culturales que quedan en el núcleo duro de las personas. Se observó que en ésta investigación nada tiene que ver las clases sociales en la generación de emprendimientos colectivos y por el contrario, la fuerza de las personas pueden ser un factor de presión para que todos participen de las fiestas, como activadores de la economía y de los emprendimientos. En cuanto a si los empresarios son emprendedores o no, se concluye que aún cuando la teoría económica clásica dice que el capital es el final y no el inicio de los emprendimientos, ello no significa que se diluya la acción emprendedora en los individuos, sino que se manifiesta de distintas maneras, por lo que se invita a hacer investigación en empresarios, para observar la manera en que la acción emprendedora se mantiene presente en sus proyectos. Además de sumar a la teoría económica el hecho de que al hablar de capital no se puede hablar sólo de dinero, pues existen otros capitales, como los mencionados por Bourdieu

(1959). Ésta investigación permitió también un conocimiento profundo sobre el tema del emprendimiento, las inquietudes por parte de la administración hacia la investigación de tipo cualitativo y por lo tanto, el observar que las herramientas metodológicas de la antropología social y su análisis a la luz de la teoría sociológica permite un mayor entendimiento de los emprendimientos, como ya lo habían observado autores como Dana (2007 & 2010).

Haciendo una recopilación de las conclusiones por capítulo se puede ver que en el capítulo 1 se observó que siempre ha habido distinciones en torno al capital. Considerándolo como un fin, más que como un inicio en la teoría económica clásica. Sin embargo, a lo largo de la tesis se ha revisado que dicho capital puede estar relacionado al emprendedor siempre que se mantengan algunas de las características asociadas, en un individuo o colectivo, como: el ser trabajador, pro-activo, innovador, líder, disciplinado, perseverante, agente de cambio y valiente ante la incertidumbre. Asimismo se concluyó que no hay un sólo tipo de emprendimiento, no se puede hablar de universalismos pues cada uno es diferente dependiendo de su contexto socio-cultural. Y por último, que analizar el emprendimiento desde diferentes disciplinas permite ver las variantes culturales, estrategias, intercambios, actores sociales involucrados y el efecto económico que dichas acciones tienen. En el capítulo 2 se revisó que en determinados lugares se dan éstas acciones emprendedoras, por las proximidades que se puedan tener dada su concentración en el mismo espacio geográfico. Por ello se tiende a encontrar regiones más productivas que otras o con identidades muy diferenciadas. El entorno promueve o limita la acción emprendedoras. También fue relevante la creación de lo local en Gualupita, como una forma de ser competitivo en lo global. Ser identificado como un nodo local habilita que elementos como el turismo y la derrama económica lleguen a los artesanos y a la comunidad en su conjunto. Y aún cuando se dan cambios en lo local, a partir de lo global, como el daño en los recursos naturales, hay estrategias que se siguen para mantener sus tradiciones, con nuevos esquemas para hacer las cosas. En el capítulo 3 se mostró que a pesar de que existen corrientes que critican al catolicismo por ser inhibidor de la acción emprendedora, la religión católica puede incluso ser articulador de individuos que quieren hacer una diferencia. Genera proximidades y relaciones sociales que son trasladadas de la fiesta al plano económico. Habilidades como el liderazgo son practicados en un entorno de lo sagrado, para después

ejercerse en lo económico y lo social. Los mejores ejemplos de la religión impulsando el emprendimiento son la Casa del Artesano, la participación de los artesanos en la elaboración de las prendas de los santos, el intercambio de dones generado por las mayordomías, la generación de carros alegóricos en la región y la organización colectiva en fiestas, peregrinaciones y mayordomías. Y finalmente, en el capítulo 4 se muestra que lo colectivo es necesario para la generación de estos emprendimientos en Gualupita. Y como el orgullo que sienten de ser artesanos, Guadalupanos y el tener un pasado español, promueve que sigan innovando para mantener vivas sus tradiciones. Viven para la fiesta y lo saben. Pero no se trata de sólo disfrutarla, sino de hacerla posible. Así como con sus artesanías y sus telares, no basta con que lo sepan hacer, trabajan para innovar cada día y cuidan sus telares. Por ello algunos telares de Gualupita tienen más de 150 años.

Las principales contribuciones de ésta investigación se dan en torno a considerar el contexto particular de los emprendimientos, en los que puede haber diferentes factores que promuevan las innovaciones y el aprendizaje, como la región, la religión y la identidad. En términos teóricos se hace una conjunción de teorías de distintas disciplinas, como la sociología, la antropología social, la administración y la economía. Pues aún con diversas epistemologías todas tienen en común el emprendimiento y el posicionamiento de las personas como individuos sociales. En términos prácticos se ofrece un modelo que sirva para el análisis de ejemplos parecidos a Gualupita, en los que la identidad en su conjunto es motor de la economía y un activador de emprendimientos.

Se concluye por lo tanto que lo emprendedor es más una acción, pues puede estar contenida en un colectivo, como lo está en los artesanos de lana de Gualupita. Por lo que se sugiere hablar más de emprendimientos colectivos, que de emprendimientos individuales. Dejar de lado la idea del emprendedor 'héroe' para mirar hacia diversas manifestaciones de emprendimiento colectivo que se dan en el país y en el mundo. Mirar a los artesanos como emprendedores, como agentes de cambio. Y observar que dicha acción emprendedora se desarrolla en la vida social de los individuos y se modifica dependiendo del entorno socio-cultural en el que se encuentre, como el liderazgo, la innovación y la apertura al cambio. Que el

entorno de los individuos es el que promueve o inhibe la acción emprendedora y que es la identidad uno de los impulsores del emprendimiento.

Como se manifestó en la introducción, existe ese ecosistema emprendedor que puede ser explicado mediante la cultura y la apropiación de ésta por los individuos. Asimismo se concluye que la acción emprendedora no es exclusiva de un estrato social o económico, ni siquiera es atribuible a un grupo específico de personas, como profesionistas, estudiantes, comerciantes o artesanos. También que los empresarios fueron una vez emprendedores y que sus valores han sido derramados en las empresas que constituyen. Su acción emprendedora se ha modificado para convertirse en áreas organizacionales definidas. Y que recordando a Schumpeter, los emprendedores existen en cada rincón y cada esquina del universo. La investigación aquí realizada puede realizarse en todos aquellos lugares en los que el hombre exista, por lo que se extiende la invitación a analizar el emprendimiento a partir de investigaciones de tipo cualitativo, en donde resalte el análisis del dato etnográfico a la luz de la teoría social y económica.

## Lista de figuras

- Figura 1. Mesa directiva de la Casa del Artesano en 2015 y 2016 en: Feria de Artesanías Manos Abiertas 2016 en la Ibero. Fotografía de Erika Lozano.  
Recuperada de: <https://ibero909.fm/blog/feria-de-artesantias-manos-abiertas-en-la-ibero>  
[Agosto 2016] p. 48
- Figura 2. Prendas al interior de la Casa del Artesano. Fotografía propia. p.49
- Figura 3. Casa del Artesano José Pérez Delgadillo en Gualupita. Fotografía propia. p.49
- Figura 4. Tipo de dibujo en un gabán jaspeado. Diseño artesanal de Gualupita.  
Fotografía propia. p. 51
- Figura 5. Vista de la Casa del Artesano del lado derecho. A la izquierda la plaza principal y al fondo el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Iglesia principal de Gualupita. Fotografía propia. p. 53
- Figura 6. Vista del edificio del ayuntamiento al lado izquierdo. Es el edificio amarillo. A la derecha (no aparece en la imagen) se encuentra la Casa del Artesano. Fotografía propia. p. 54
- Figura 7. Mapa que enmarca la zona del municipio de Santiago Tianguistenco.  
Recuperado de: Plan de Desarrollo Municipal Tianguistenco 2013-2015.  
Fotografía propia. p. 62
- Figura 8. Explanada de la cabecera municipal en Santiago de Galeana en la que se observa la iglesia principal del municipio. Fotografía propia. p. 67

- Figura 9. Mapa de la región en el que se observa: el municipio de Santiago Tianguistenco, Guadalupe Yancuictlalpan, Santa Cruz Atizapán, Capulhuac de Mirafuentes, Xalatlaco y Santiago Tilapa. Recuperado de: <https://www.google.com.mx/maps/@19.1869364,-99.4608271,14z> p. 69
- Figura 10. Río contaminado que cruza Gualupita, rodeado de casas. En la década de 1960 aquí acudían los artesanos a apartar piedras y lavar su lana. Fotografía propia. p. 70
- Figura 11. Río contaminado que cruza Gualupita, rodeado de casas. Fotografía propia. p. 71
- Figura 12. Imagen en la que se aprecia puesto de prendas de lana y al fondo puesto de comida. En la imagen se muestran diversidad de gorros tejidos en lana y estambre, de diversos colores y diseños. Fotografía propia. p. 81
- Figura 13. Puestos de ropa de lana en los que se aprecian suéteres clásicos de lana, mañanitas, gorros y guantes. Fotografía propia. p. 82
- Figura 14. Puestos de prendas de lana un domingo por la tarde. Al fondo se aprecia la entrada a la Casa del Artesano. Fotografía propia. p. 82
- Figura 15. Templo de Nuestra Señora de Guadalupe un día miércoles. Fotografía propia. p. 103
- Figura 16. Interior del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe un día miércoles. Momento en que se está dando adoración al Santísimo. Fotografía propia. p. 104
- Figura 17. Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Iglesia principal de Gualupita, ubicada en el centro del pueblo. Fotografía propia. p. 105

- Figura 18. Placa en el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe, Gualupita. Fotografía propia. p. 105
- Figura 19. Óleo de la virgen del Carmen al interior del Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Fotografía propia. p. 106
- Figura 20. Capilla del puente. Fotografía propia. p. 107
- Figura 21. Viejo camino que une Gualupita con Santiago Tianguistenco. Fotografía propia. p. 108
- Figura 22. Capilla al señor de Tepalcingo. Fotografía propia. p. 109
- Figura 23. La cruz de la misión, Gualupita. Fotografía propia. p. 111
- Figura 24. Niño enfermerito. Fotografía de Tacho Juárez Herrera.  
Recuperada de: <https://www.flickr.com/photos/tachidin/16237362300> p. 111
- Figura 25. Carro alegórico con la virgen de Guadalupe y niños vestidos de ángeles. Fotografía propia p. 117
- Figura 26. Carro alegórico con Cristos. Fotografía propia. p. 117
- Figura 27. Carro alegórico en una retro excavadora. Fotografía propia. p. 117
- Figura 28. Carro alegórico anunciado la mayordomía del niño enfermerito 2018-2019. Fotografía propia. p. 117
- Figura 29. Danzantes en el paseo. Fotografía propia. p. 118

- Figura 30. Arrieros danzantes en el paseo. Fotografía propia. p. 118
- Figura 31. Mayordomía 2016. Fotografía propia. p. 118
- Figura 32. Mayordomía 2018. Fotografía propia. p. 118
- Figura 33. Tierras de cosecha en Gualupita. Fotografía propia. p. 119
- Figura 34. Fachada del palacio municipal de Xalatlaco. Fotografía propia. p. 128
- Figura 35. Xalatlaco en el Códice Techialoyan García Granados.  
No aparece asociado a personaje alguno. Fotografía propia. p. 129
- Figura 36. La iglesia de Tianguistenco vista desde el auditorio; en donde se encuentran algunas oficinas del municipio. Fotografía propia. p. 130
- Figura 37. La Iglesia principal de Santiago Tianguistenco. Fotografía propia. p. 132
- Figura 38. Don Jorge en su telar. Fotografía propia. p. 135
- Figura 39. Don Tito en su telar. Fotografía propia. p. 136
- Figura 40. Ruecas en donde antaño hacían el hilo los artesanos. En junio de 2015 se encontraban colocadas en el vestíbulo de la Casa del Artesano. Fotografía propia. p. 137
- Figura 41. Portada del libro del Sr. Palmas en la biblioteca de Gualupita.  
Fotografía propia. p. 138

- Figura 42. Portada del libro de la Maestra Cedano en la biblioteca de Gualupita.  
Fotografía propia. p. 138
- Figura 43. Portada de la página web del periódico El universal en donde publican el hallazgo de haber hallado a la creadora del suéter de Marilyn Monroe.  
Recuperada de: [www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html](http://www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html) [9 de junio de 2015] p. 140
- Figura 44. Taller de artesano con diferentes telares. Fotografía propia. p. 143
- Figura 45. Telar moderno para tejer suéteres de estambre. Fotografía propia. p. 144
- Figura 46. Doña Amanda en su taller. Frente a ella una devanadora.  
Fotografía propia. p. 144
- Figura 47. Don Jorge mostrando sus diseños. Atrás de él su telar.  
Fotografía propia. p. 145
- Figura 48. Don José y Doña Amanda en la Feria Manos Abiertas de la Ibero en mayo De 2017. Fotografía propia. p. 145
- Figura 49. Diagrama de la identidad impulsando la acción emprendedora en la comunidad de Gualupita. Elaboración propia. p. 148

## Lista de tablas

Tabla 1. Análisis de las proximidades de Boschma (2005) en los artesanos de lana de Gualupita	p. 61
Tabla 2. Demografía de la región con base en el informe microrregiones SEDESOL (2013)	p. 73
Tabla 3. Unidades económicas en San Pedro Tlaltizapan con información recuperada del DENUE (2019)	p. 77
Tabla 4. Unidades económicas en Santiago Tilapa con información recuperada del DENUE (2019)	p. 77
Tabla 5. Unidades económicas en Guadalupe Yancuictlalpan con información recuperada del DENUE (2019)	p. 78
Tabla 6. Miranda y Andraca (2009)	p. 85
Tabla 7. Entidades con mayor disminución en su porcentaje de población católica al año 2000 (INEGI, 2005)	p. 100
Tabla 8. Entidades con menor disminución en su porcentaje de población católica al año 2000 (INEGI, 2005)	p. 100

## Apéndice 1: Cita en francés del texto de Cantillon

Cita en francés del término entrepreneur, introducido por vez primera en el texto del autor Richard Cantillon en 1755. Su traducción al español se encuentra presente en la página 18 de éste documento de investigación.

...excepté le Prince & les Propriétaires de Terres, tout les Habitants d'un État sont dépendans; qu'ils peuvent se diviser en deux classes; savoir en Entrepreneurs, & en Gens à gages; & que les Entrepreneurs sont comme à gages incertains, & tous les autres à gages certains pour le tems qu'ils en jouissent, bien que leurs fonctions & leur rang soient très disproportionnés. Le Général qui a une paie, le Courtisan qui a une pension, & le Domestique qui a des gages, tombent sous cette derniere espece. Tous les autres sont Entrepreneurs, soit qu'ils s'établissent avec un fond pour conduire leur enterprise, soit qu'ils soient Entrepreneurs de leur propre travail sans aucuns fonds, & ils peuvent être considerés comme vivant à l'incertain: les Gueux même & les Voleurs sont des Entrepreneurs de cette classe. Enfin tous les Habitants d'un État tirent leur subsistance & leurs avantages du fond des Propriétaires de Terres, & sont dépendans.

Il est dependant vrai que si quelqu'Habitant à gros gages ou quelqu'Entrepreneur considerable a épargné du bien ou des richesses, c'est-à-dire, s'il a des magasins de blé, de laines, de cuivre, d'or ou d'argent, ou de quelque denrée ou marchandise qui soit d'un usage ou débit constant dans un État & qui ait une valeur intrinseque ou réelle, on pourra à juste titre le regarder comme indépendant jusqu'à la concurrence de ce fond. Il peut en disposer pour s'acquérir une hypoteque, & une rente sur des Terres, & sur le

fonds d l'État, lorsqu'il fait des emprunts assurés sur les terres: il peut même vivre bien mieux que les Propietaires de petites terres, & même acheter la propriété de quelques-unes. (s/p)

## Apéndice 2: Industrias en la región

Listado de fábricas encontradas en la región que rodea Gualupita.

En San Pedro Cholula y Ocoyoacac:

- Productos Cristalum S.A. de C.V.
- Metrika México S.A. de C.V.
- Planta de ensamble IGSA S.A. de C.V.
- Productos Rich, Sanofi Aventis Ocoyoacac
- Acrilicos Sablón S.A. de C.V.
- Plastiglas de México
- Schunk Carbon Technology S.A. de C.V.
- Hule y Silicon S.A. de C.V.
- Stern Pharma GMBH
- Turmix de México
- Mc Advanced Materials México / Nylamid, Amtex Corp. S.A. de C.V.

En el Parque Industrial Tlazala y el Parque Industrial Pymes:

- Enfoque Químico S.A. de C.V.
- Galvanizadora Metal ALVI
- Fabricación de Elementos de Concreto S.A. de C.V.
- Cimbramex Tlazala

En Tianguistenco:

- Trajes Mexicano S.A. de C.V.
- Planta Freyssinet

- Envases Agrícolas e Industriales S.A. de C.V.
- GCP Container Technologies S.A. de C.V.
- Industrias Habers S.A. de C.V.
- Hitchner Santiago Tianguistenco S.A. de C.V.
- Quimica Plata S.A. de C.V.
- Thermofluidos S.A. de C.V.
- Raloy Lubricantes S.A. de C.V.

### Apéndice 3: Miembros ITAC

Socios miembros de ITAC:

- Adesi S.A., B Braun
- Inmobiliaria Basgar de Toluca S.A. de C.V.
- Columbus Mckinnon de México S.A. de C.V.
- Elastomeros Omega S.A. de C.V.
- Comercializadora XSR S.A. de C.V.
- CONALEP Plantel Almoloya del río, Plantel Santiago Tianguistenco y Plantel Santiago Tilapa
- Daimler Vehículos Comerciales México S de RL de C.V.
- Distribuidora de Gas Natural Industrial México S.A. de C.V.
- Freyssinet de México S.A. de C.V.
- Henkel S.A. de C.V.
- Grupo Farur S.A. de C.V.
- Hitchiner S.A. de C.V.
- Hotel Mansion Inn, Industrias Haber's S.A. de C.V.
- Multillantas y servicios Grimaldi S.A. de C.V.
- Organo Sintesis S.A. de C.V.
- Productora ARBR S.A. de C.V.
- Quálitas Compañía de Seguros S.A. de C.V.
- Raloy Lubricantes S.A. de C.V.
- Tecnológico de Estudios Superiores de Tianguistenco
- Texturerías S.A. de C.V.
- Trajes Mexicanos S.A. de C.V.
- ZarKruse S.A. de C.V.
- Thermofluidos S.A. de C.V.
- Laboratorios Sanfer S.A. de C.V.

## Referencias

Appadurai, A. (Ed.), (1986). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Conaculta y Grijalbo.

Aranguren, F., Amescua Romero, A., Basagoiti, J. M., Belausteguigoitia, I., Casasús, F. A., Casas Bernard, F., Chapa, A. H., Garza Lagüera, A., González Múzquiz, J., Mendoza Fernández, J., Sada Zambrano, R., Sánchez Navarro, J., Servitje, L. y Vallina, E. S. (1975). *Pensamiento Empresarial Mexicano*. México: Avance Editorial.

Audretsch, D., Boente, W., y Tamvada, J. P. (2007). *Religion and entrepreneurship*. Recuperado de: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1136703](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1136703)

Blancarte, R. (2007). Mexico: a mirror for the sociology of religion. En: Beckford, J. A. y Demerath III, N. J. *The SAGE handbook of the sociology of religion*. (pp. 711 - 727) Great Britain: Sage Publications.

Blancarte, R. (2010). Las Identidades Religiosas de los Mexicanos. En: Blancarte, R. (Coord.) *Los Grandes Problemas de México. XVI Cultura e Identidades*. (pp. 87 - 114) México: El Colegio de México.

Boschma, R. A. (2005). *Proximity and Innovation. A critical Assessment*. *Regional Studies*. 39, (1), pp. 61 - 74.

Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.

Canetti, E. (1983/2013). *Masa y poder*. (Trad. Horst Vogel). España: Alianza Editorial.

Cantillon, R. (1755/2010). *Essay on Economic Theory*. (Trad. Chantal Saucier) (Ed. Mark Thornton). Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute.

Comas d'Argemir, D. (1998). *Antropología Económica*. Barcelona: Editorial Ariel.

Cook, S. y Binford, L. (1990). *Obliging need. Rural petty industry in Mexican Capitalism*. Austin: University of Texas Press.

Dana, Leo-P. y Dana, T. E. (2007). Collective Entrepreneurship in a Mennonite Community in Paraguay. En: *Latin American Business Review*. 8 (4), 82 - 96.

Dana, L. P. (2010a) *The Social Role of Entrepreneurship Strategies among Sámi Family SMEs*. Francia. Recuperado de: [https://www.kmu-hsg.ch/rencontres/Renc2010/Topics\\_2010/B/Rencontres\\_2010\\_Topic\\_B\\_Dana\\_f.pdf](https://www.kmu-hsg.ch/rencontres/Renc2010/Topics_2010/B/Rencontres_2010_Topic_B_Dana_f.pdf)

Dana, Leo-P. (2010b). Introduction: religion as an explanatory variable for entrepreneurship. En: Dana, Leo-P. (Ed.). *Entrepreneurship and religion*. (pp. 1 - 24) UK & USA: Edward Elgar.

Dougherty, K., Grebel, J., Neubert, M., y Park, J. (2013). A Religious profile of American Entrepreneurs. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 52 (2) , 401 – 409.

Drucker, P. F. (2001). *The Essential Drucker*. Harper Collins e-books.

Drucker, P. F. (2010 [1985]). *Innovation and Entrepreneurship. Practice and principles*. Harper Collins e-books.

Durkheim, É. (1912/2012). *Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia (y otros escritos sobre religión y conocimiento)*. (Ed. crítica, introducción, selección y

notas de Héctor Vera, Jorge Galindo y Juan Pablo Vázquez Gutiérrez.) (Trad. Jesús Héctor Ruiz Rivas). México: FCE, UAM & UIA.

Featherstone, M. (1995/2000). *Undoing culture. Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage publications.

Flaherty, J. E. (2001). *Peter Drucker. La esencia de la Administración moderna*. México: Pearson Educación.

Frankenberg, R. (1967/1974). Contraataque I: Fredrik Barth, Robert Paine, y el proceso empresarial. (Trad. José Luis Pérez Hernández) En: Firth, Raymond. (Comp.) *Temas de Antropología Económica*. México: Fondo de Cultura Económica.

Frankenberg, R. (1967/2004). Counter Attack I: Fredrik Barth, Robert Paine, and the entrepreneurial process. En: Firth, Raymond. *Themes in Economic Anthropology*. London & New York: Routledge.

French, H. W. (2000). La Cultura. En: Kottak, P. (Coord.) *Antropología cultural. Espejo para la humanidad* (pp. 43 - 59). España: Mc. Graw Hill Editores.

Giménez, Gilberto. (2000). Identidades en globalización. En: *Espiral, estudios sobre estado y sociedad*. (VII), (19), pp. 27 - 48.

Giménez, Gilberto. (2005). *La Cultura como identidad y la identidad como cultura*. (Ponencia). Guadalajara, Jalisco. Instituto de investigaciones sociales de la UNAM.

Giménez, Gilberto. (2010). Cultura, identidad y procesos de individualización. En: *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. México: UNAM. Instituto de investigaciones sociales.

Goffman, E. (1959/1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

González Montes, S. (2011). La Comunidad Campesina de Raíz Indígena en el Siglo XX: El Caso de Xalatlaco. En: Riguzzi, P. & Jaime Sobrino, L. (Coord.) *Historia General Ilustrada del Estado de México. Volúmen 6: El Período Institucional (1930 - 2005)* (pp. 167-189). Estado de México: Biblioteca Mexiquense del Bicentenario.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. En: *American Journal of Sociology*. 91 (3). 481 - 510.

Hann, C. & Hart, K. (2011). *Economic Anthropology. History, Ethnography, Critique*. UK & USA: Polity Press.

Hernández R. (Coord.). (1996). *Cuadernos municipales. Dos. Santiago Tianguistenco. Zinacantepec*. México: Sociedad Católica del Señor Santiago Apostol y El Colegio Mexiquense.

Herskovitz, M. J. (1954). *Antropología Económica: Estudio de Economía Comparada*. (Trad. Carlos Silva). México: Fondo de Cultura Económica.

Holt, David H. (1992). *Entrepreneurship: New Venture Creation*. New Jersey: Prentice Hall.

Johannisson, B. y Lindholm Dahlstrand, A. (2009). *Bridging the Functional and Territorial Views on Regional Entrepreneurship and Development: The Challenge, the Journey, the Lessons*. *European Planning Studies*. 17, (8).

Lobo, I. D., Vélez, M. y Puerto, S. (2016). Leadership, entrepreneurship and collective action a case study from the Colombian Pacific region. En: *International Journal of the Commons*. 10 (2), 982 - 1012.

López Austin, A. (2001). El núcleo duro, la cosmovisión y la tradición mesoamericana. En: Broda, J. y Baéz-Jorge, F. *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México*. (pp. 47 - 65). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Fondo de Cultura Económica.

Magazine, R. (2012/2015). *El pueblo es como una rueda: Hacia un replanteamiento de los cargos, la familia y la etnicidad en el altiplano de México*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.

Martínez Veiga, U. (1989). *Antropología Económica. Conceptos, teorías, debates*. Barcelona: Icaria.

Mauss, M. (1950/2002). *The Gift. The form and reason for exchange in archaic societies*. London & New York: Routledge Classics.

Miranda Rosales, V. y Andraca Valdés, Y. H. (2009) El Desarrollo de la Industria Limpia en el Parque Industrial Santiago Tianguistenco. En: *Quivera*. 11, (1). pp. 36-67.

Molina, J.L. & Valenzuela, H. (2007). *Invitación a la Antropología Económica*. Barcelona: Bellaterra, S.L.

Monaghan, J. (1990). Reciprocity, Redistribution, and the Transaction of Value in the Mesoamerican Fiesta. *American Ethnologist*. 17 (4), 758 – 774.

Narotzky, S. (2004). *Antropología Económica. Nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.

Novelo O., V. (2008). La fuerza de trabajo artesanal mexicana, protagonista ¿permanente? de la industria. En: *Alteridades*. 18 (35), 117-126.

Ortiz, S. (2005). Decisions and choices: the rationality of economic actors. En: Carrier, J. G. *A handbook of economic anthropology*. (pp. 59-77). Great Britain: MPG Books Ltd.

Palmas F., A. (2000). *Guadalupe Yancuictlalpan (Sobre tierra nueva) y su origen*. Tianguistenco, Estado de México.

Pérez Lizaur, M. (2010) (Comp.). Los comerciantes empresarios del tianguis de Chiconcuac en un entorno de globalización. En: *Empresa y familia en México. Una visión desde la antropología*. (135-160) México: Universidad Iberoamericana.

Pillado Albarrán, K. V. (2013). *Efectos en las actividades económicas en los pueblos ribereños del Curso Alto del Río Lerma por la extracción del agua de las lagunas (1942-2011)*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.

Polanyi, Karl. (1944/2003). *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Polanyi-Levitt, K. (2014). Los conceptos más importantes en el trabajo de Karl Polanyi y su relevancia contemporánea. *Economía y Desarrollo*. 151 (1).

Ramírez-Pasillas, M. (2007). *Global spaces for local entrepreneurship. Stretching clusters through networks and Internactional trade fairs*. Gothenburg: Växjö University Press.

Ritzer, G. (2002) *Teoría Sociológica Moderna*. (5ª ed.) México: Mc Graw Hill.

Robertson, R. (2003). Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad. En: Monedero, J. C. (Ed.) *Cansancio del Leviatán. Problemas políticos en la mundialización*. (pp. 261 - 283). Madrid: Trotta.

Rojas, P. (13 de junio de 2018). En 2020 se tendrá el primer censo nacional de artesanos; incluirá a 4 millones. *Paola Rojas*. Recuperado de: <https://paolarojas.com.mx/en-2020-se-tendra-el-primer-censo-nacional-de-artesanos-incluire-a-4-millones/> [febrero de 2019]

Román M., L. I. (2015). ¿Qué sentido tienen la sociología y la teoría de la regulación en el contexto mexicano del siglo XXI? Reflexiones en torno al análisis de Robert Boyer en La antropología económica de Pierre Bourdieu. En: Boyer, R. *La antropología económica de Pierre Bourdieu* (Trad. Sergio Lorenzo Sandoval Aragón) (pp. 9 - 19). México: CESOR & CUCIÉNEGA

Romero Q., J. (1982). *Hagiografía e iconografía de Santiago Tianguistenco*. Toluca: Citlalli.

Sabah, S., Carsrud, A., y Kocak, A. (2014). The Impact of Cultural Openess, Religion and Nationalism on Entrepreneurial Intensity: Six Prototypical Cases of Turkish Family Firms. *Journal of Small Business Management*. 52 (2), 306 – 324.

Rozga Luter, R. y Madrigal García, L. A. (2011). El Proceso de Industrialización, 1930 - 1980. En: Riguzzi, P. y Jaime Sobrino, L. (Coord.) (2011) *Historia General Ilustrada del Estado de México. Volúmen 6: El Período Institucional (1930 - 2005)*. (pp. 245 - 271) Estado de México: Biblioteca Mexiquense del Bicentenario.

Sabah, S., Carsrud, A. L., & Kocak, A. (2014). The Impact of Cultural Openness, Religion and Nationalism on Entrepreneurial Intensity: Six Prototypical Cases of Tuskish Family Firms. En: *Journal of Small Business Management*. 52 (2), 306-324.

Sassatelli, R. (2004/2012). *Consumo, cultura y sociedad*. (Trad. Heber Cardoso). Buenos Aires & Madrid: Amorrortu Editores.

Schumpeter, J. A. (1949/1989) Economic Theory and Entrepreneurial History en: *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business cycles and the Evolution of Capitalism*. (pp. 253 - 271) New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.

Seabright, P. (2016). Religion and entrepreneurship: a match made in heaven? *Archives de Sciences Des Religions*. 175, 201 – 219.

Serna Pérez, M. G. (2005) Empresarios y ejecutivos en la Ciudad de México. En: Pérez Lizaur, M. (Coord.). *Los ejecutivos de alto nivel. ¿una élite global?* (pp. 57 - 86) México: Universidad Iberoamericana.

Smith, A. (2008/2014). *La mano invisible. Extracto de La riqueza de las naciones*. (Trad. Jesús Cuéllar Menezo). Barcelona: Penguin Random House.

Strathern, A. (1972). The Entrepreneurial Model of Social Change: From Norway to New Guinea. *Ethnology*, 11 (4), 368 - 379.

Tassi, N. (2010). The “postulate of abundance”. Cholo market and religion in La Paz, Bolivia. *Social Anthropology*. 18 (2), 191 – 209.

Velázquez M., I. (1993). *Monografía de Tianguistenco* (2a ed.). México: H. Ayuntamiento Constitucional de Tianguistenco.

Velázquez M., I. (1996). Santiago Tianguistenco: Una visión retrospectiva. Su devoción jacobea. En: Hernández R., R. (Coord.) *Cuadernos municipales. Dos. Santiago Tianguistenco. Zinacantepec*. (pp. 13 - 27) México: Sociedad Católica del Señor Santiago Apostol y El Colegio Mexiquense.

Vera, H., Galindo, J. y Vázquez Gutiérrez, J. P. (2012). Las formas elementales de la vida religiosa, un tótem vivo. En: Durkheim, É. *Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia (y otros escritos sobre religión y conocimiento)*. (pp. 11 - 51) (Ed. crítica, introducción, selección y notas de Héctor Vera, Jorge Galindo y Juan Pablo Vázquez Gutiérrez.) (Trad. Jesús Héctor Ruiz Rivas). México: FCE, UAM & UIA.

Weber, M. (1905/2001). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. (Trad. Luis Legaz Lacambra). (5a Ed.) México: Colofón.

Weber, M. (1920/2010). *Sociología de la religión*. (2a Ed.) México: Colofón.

Wolf, Eric. (1982). *Europa y la gente sin historia*. México: Fondo de Cultura Económica.

Yamamoto, Y., Álvarez Lobato, J. A. y Zepeda Valverde, E. (Coord.) (2016). *La Cuenca del Alto Lerma: ayer y hoy. Su historia y su etnografía*. Zinacantepec, Estado de México: El Colegio Mexiquense, A. C. y el Gobierno del Estado de México.

Zamora P., M.P. (1996). Santiago el apóstol. En: Hernández R., Rosaura. *Santiago Tianguistenco*. (pp. 29 - 45) México: El Colegio Mexiquense.

Zelekha, Y., Avnimelech, G., y Sharabi, E. (2014). Religious Institutions and entrepreneurship. *Small Bus Econ.* 42, 747 – 767

## Información Gubernamental

*Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México.* (4 de diciembre de 1971) Toluca de Lerdo. Tomo CXII. Número 45. [en línea] Recuperado de: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/1971/dic041.pdf>

*Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México.* (13 de julio de 1974) Toluca de Lerdo. Tomo CXVIII. Núm. 4. [en línea] Recuperado de: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/1974/jul133.pdf>

*Gaceta del Gobierno. Periódico Oficial del Gobierno del Estado de México.* (25 de noviembre de 2016) Toluca de Lerdo. Registro DGC Núm. 0011021 Características 113282801. [en línea] Recuperado de: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2016/nov255.pdf>

Gobierno del Estado de México. *Plan de Desarrollo Municipal Tianguistenco, México. 2013-2015.* Recuperado de: [https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files\\_ipo/2015/47/6/4a1eef2663b2f06481990979d63ec309.pdf](https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files_ipo/2015/47/6/4a1eef2663b2f06481990979d63ec309.pdf) [Noviembre de 2018]

[SECTUR] Secretaría de Turismo. (26 de septiembre de 2014). Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para la incorporación y permanencia al programa pueblos mágicos. En: *Diario Oficial.* México. Recuperado de: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273028/Acuerdo\\_Lineamientos\\_Generales\\_Pueblos\\_Magicos\\_DOF\\_260914.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273028/Acuerdo_Lineamientos_Generales_Pueblos_Magicos_DOF_260914.pdf) [Octubre de 2019]

[SECTUR] Secretaría de Turismo. (25 de junio de 2019). Pueblos mágicos de México. En: *Gobierno de México. SECTUR.* México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528> [Octubre de 2019]

## Fuentes de estadísticas

[DENUE] Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (2019). *Guadalupe Yancuictlalpan*. México: INEGI. En: <https://en.www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/> [junio de 2019]

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2005). XII Censo general de población y vivienda 2000. *La diversidad religiosa en México*. México: INEGI

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2009) Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. *Tianguistenco*. México. Clave geoestadística 15101

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. *Principales resultados por localidad ITER*. México.

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). *Panorama de las religiones en México 2010*. México: INEGI & SEGOB

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Gobierno del Estado de México e IGCEM. (2014). *Anuario estadístico y geográfico de México 2014*. México.

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). Panorama sociodemográfico del Estado de México. *Encuesta Intercensal 2015*.

[INEGI] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). Glosario. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/glosario/default.html?p=ENOE15>

[SEDESOL] Secretaría de Desarrollo Social. Catálogo de localidades. (2013) *Municipio de Tianguistenco*. Unidad de Microrregiones. Dirección Adjunta de Planeación Microrregional.

[SEDESOL & CONEVAL] Secretaría de Desarrollo Social y Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Informe anual sobre la situación de la pobreza y rezago social. (2010) *Tianguistenco*. México. México.

## Artículos en internet

(3 de junio de 2018) Es Modesto Nava Leyenda del Arte Textil Mexicano. *Tianguistenco: Agenda mexiquense*. Recuperado de: <http://agendamexiquense.com.mx/modesto-nava-leyenda-del-arte-textil-mexicano/> [febrero de 2019]

Faesler, J. (26 de enero de 2013). El Instituto Nacional del Emprendedor. *Excelsior*. Recuperado de: <https://www.excelsior.com.mx/opinion/2013/01/26/julio-faesler/881184> [7 de marzo de 2019]

Huerta, J. (4 de noviembre de 2011). Marilyn Monroe y el pueblo que tejió su suéter más famoso. *El Universal Estado de México*. Recuperado de: [www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html](http://www.eluniversaledomex.mx/home/nota24055.html) [9 de junio de 2015]

Kosher Maguen David (KMD). (2019). *¿Qué es Kosher?* Recuperado de: <http://www.kosher.com.mx/consumidor/index.php?ver=kmd> [Septiembre de 2019]

Pérez C., I. (29 de mayo de 2003). Gualupita. *El Universal*. Recuperado de: [www.eluniversal.com.mx/notas145895.html](http://www.eluniversal.com.mx/notas145895.html) [22 de junio de 2015]

Pérez, D. (12 diciembre de 2018). ¿Qué era el INADEM? *Dinero en imagen*. Recuperado de: <https://www.dineroenimagen.com/empresas/que-era-el-inadem/105449> [7 de septiembre de 2019]

Redacción Digital Mex. (27 de diciembre de 2017). Producen artesanos mexiquenses 50 mil paquetes invernales. *Digital Mex. Periodismo Confiable*. Recuperado de: <http://www.digitalmex.mx/cultura-y-espectaculos/story/3171/producen-artesanos-mexiquenses-50-mil-paquetes-invernales#startofpageid3171> [22 de noviembre de 2018]

Religión del islam. (2019). ¿Qué es halal? Una guía para los no musulmanes. *Religión del islam*. Recuperado de: <https://religiondelislam.com/halal-una-guia-para-los-no-musulmanes/> [septiembre de 2019]

Sala de Prensa. (30 de mayo de 2016). *Plática Informativa para Artesanos del Municipio de Tianguistenco 2016 Impartida por el IIFAEM*. México: Tianguistenco. [febrero de 2019]

Velázquez M., I. (1986). Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. *Tianguistenco*. Estado de México: H. Ayuntamiento de Tianguistenco. Recuperado de: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15101a.html> [febrero de 2016]

## Páginas usadas de Internet

ITAC. Industriales de Tianguistenco A.C. 40 años trabajando. Disponible en: <http://itac.org.mx/>  
[2019, 5 de agosto]

Real Academia Española. Recuperado de: [www.rae.es](http://www.rae.es) [Agosto 2019]

Religión del Islam. *¿Qué es Halal? Una guía para los no musulmanes*. Recuperado de: <https://religiondelislam.com/halal-una-guia-para-los-no-musulmanes/> [Agosto 2019]

Tecnológico. de Monterrey. Recuperado de: <https://tec.mx/es/emprendimiento> [Agosto 2019]

UNAM. (2019). *Gran Diccionario Nahuatl. GDN*. Recuperado de: <http://www.gdn.unam.mx/termino/search> [Agosto 2019]

Vidarasta. *Dreadlocks: ¿Qué son y qué significado tienen para el rastafari?* Recuperado de: <http://www.vidarasta.net/significado-dreadlocks-movimiento-rastafari/> [junio 2019]

## Referencias de imágenes usadas

Google Maps. (2019) Figura 9. Mapa de la región en el que se observa: el municipio de Santiago Tianguistenco, Guadalupe Yancuictlalpan, Santa Cruz Atizapán, Capulhuac de Mirafuentes, Xalatlaco y Santiago Tilapa. Recuperado de: <https://www.google.com.mx/maps/@19.1869364,-99.4608271,14z> [Junio 2019]

Erika Lozano (2016) Figura 1. Mesa directiva de la Casa del Artesano en 2015 y 2016 en: Feria de Artesanías Manos Abiertas 2016 en la Ibero. En: @SebasFCervera. *Feria de Artesanías Manos Abiertas en la Ibero*. Recuperada de: <https://ibero909.fm/blog/feria-de-artesantias-manos-abiertas-en-la-ibero> [Agosto 2016]

Tacho Juárez Herrera. (2015) Figura 24. Niño enfermerito. Fotografía de. Recuperada de: <https://www.flickr.com/photos/tachidin/16237362300> [Junio 2019]