



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.

**CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES.
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIO URBANOS**

CENTRO DE ESTUDIOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO

DOCTORADO EN GEOGRAFÍA Y ORDENACIÓN TERRITORIAL.



Doctorado en Geografía y Ordenación Territorial

Tesis

**Reconfiguración del sistema productivo local de la Industria de la joyería de
Guadalajara. 1980-2015**

Que presenta para obtener el grado de
Doctor en Geografía y Ordenación Territorial
la estudiante:

Diana Elena Serrano Camarena

DIRECTORA DE TESIS:

Dra. Patricia Arias

**GUADALAJARA, JALISCO, ESTADOS UNIDOS MEXICANOS,
2019**

Índice general:

Resumen.....	1
1 Introducción	4
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Pregunta General:	16
1.3 Hipótesis:	17
1.4 Objetivo General:	17
1.4.1 Objetivos específicos:	17
1.5 Justificación	17
1.6 Estrategia metodológica	19
2 Perspectivas teóricas de especialización flexible en el estudio de la industria de la joyería ...	24
2.1 Condiciones que generaron la especialización flexible	25
2.2 Perspectivas de análisis del distrito industrial, clúster industrial y sistemas productivos locales	30
2.2.1 Distritos industriales (DI).....	30
2.2.1.1 Caso de la industria de la joyería de ciudades de Italia.....	35
2.2.1.2 Caso de la industria de la joyería de ciudades de Reino Unido.....	37
2.2.2 Clúster Industrial (CI)	42
2.2.2.1 Caso de la Industria de la Joyería de la ciudad de Trichur en India.....	46
2.2.2.2 Caso de la Industria de la Joyería de Chantaburi en Tailandia.....	49
2.2.3 Sistemas Productivos Locales (SPL).....	51
2.2.3.1 Caso de la Industria de la Joyería de la provincia de Córdoba en España.....	65
2.2.3.2 Caso de la industria de la joyería de Guadalajara	67
2.4 Reflexiones parciales	75
3 Estrategia Metodológica	88
3.1 Propuesta de trabajo	88
3.2 La identificación del SPL a través del análisis de datos cuantitativos y territoriales con Sistemas de Información Geográfica (SIG):	89
3.3 Análisis de datos cualitativos del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara.	92
3.4 Operacionalización de variables por objetivos específicos:	99
4 Contextualización de la industria de la joyería en Guadalajara	104

4.1 Ubicación geográfica de la ciudad de Guadalajara, Jalisco	104
4.2 Características económicas de Guadalajara	105
4.3 Antecedentes históricos de la industria de la joyería en Guadalajara	106
4.3.1 El estudio sobre la industria de la joyería de Guadalajara	111
4.3.2 Estudios recientes sobre la industria de la joyería en la región	113
4.4 Análisis cuantitativo de la industria joyera de Guadalajara: producción y comercialización en el territorio.	114
4.4.1 Los principales productores joyeros a escala nacional	126
4.4.2 Análisis cuantitativo de la industria de la joyería del país con el sistema de Técnicas de Análisis Regional: Ejercitación y Aplicación versión 3.0 (TAREA).	131
4.4.3 Índice de especialización a través del dato de Población Ocupada Total	136
4.5 Organización gremial de la industria joyera de Jalisco	138
4.6 Comercio exterior de la joyería de Guadalajara	144
4.7 Reflexiones parciales	148
5 Estudio de caso de la industria de la joyería de Guadalajara	151
5.1 Auge de la joyería de Guadalajara en la SGM (1945) y Juegos Olímpicos (1968)	153
5.2 Dinamismo de la industria joyera en contraste a la incertidumbre económica de Guadalajara De 1970 a 1979.	156
5.2.1 El ciclo de producción de la industria de la joyería.	157
5.2.2 La inseguridad pública y la joyería fina de Guadalajara	159
5.3 De 1980-1989. Formación del primer CJ y primera exposición joyera.	159
5.4 De 1990-1999. Apertura y aglomeración de Centros Joyeros	164
5.5 De 2000-2006. Cambia el proceso de producción e inician los diseños de joyería fina muy ligeros e ingresa el comercio de bisutería.	172
5.6 De 2007-2015. Destaca la exportación de joyería fina de Guadalajara y Nombran a “Guadalajara Capital Joyera de América”.....	184
5.6.1 Fluctuante intervención institucional del gobierno municipal	186
5.7 Discusión conceptual de las etapas de reconfiguración del SPL	189
6 Elementos o factores que determinan la organización de la industria de la joyería de Guadalajara desde el punto de vista espacial en la concentración.	199
6.1 Orden cronológico del surgimiento de los centros joyeros	199

6.2 La especialización en los centros joyeros	205
6.3 Evidencia del asociacionismo en los centros joyeros	209
6.4 Comportamiento en el territorio del comercio de joyería y bisutería	211
6.5 Delimitación del espacio de los centros joyeros	213
6.6 Interacción espacial en los centros joyeros	218
6.7 Reflexiones parciales	220
7 Conclusiones generales	222
8 Referencias bibliográficas.....	237
9 Anexos	246

Índice de Figuras:

Figura 1. Cotización internacional del precio del oro por onza de 1970-2010.....	Anexo 1
Figura 2. Cotización internacional del precio del oro por onza de 1911-2013.....	Anexo 2
Figura 3. Cotización internacional del precio de la onza de plata 1975-2016.....	Anexo 3
Figura 4. Concepto Sistemas Productivos Locales	64
Figura 5. Concepto Reconfiguración (De la Garza, 1999 y 2002, 2018).....	72
Figura 6. Etapas del ciclo de vida de una aglomeración productiva.....	75
Figura 7. Estrategia metodológica.....	103
Figura 8. Clasificación por sector, subsector y rama de la industria de la joyería:.....	115
Figura 9. Localización de unidades económicas de productores de Joyería fina y Bisutería en el municipio de Guadalajara.....	118
Figura 10. Unidades económicas de comercio al por mayor de joyería fina y bisutería en Guadalajara	119
Figura 11. Unidades económicas de comercio al por menor de joyería fina y bisutería en Guadalajara	120
Figura 12. Localización de 14 Centros Joyeros en Guadalajara.....	121
Figura 13. Tamaños de empresa Joyería fina, Jalisco.	125
Figura 14. Unidades económicas de joyería fina con datos de los Censos Económicos 1999 y 2014	130
Figura 15. Valor agregado censal bruto de joyería fina con datos de los Censos Económicos	

1999 y 2014	131
Figura 16. Comercio exterior de la industria joyera de Jalisco 1999- 2017.....	147
Figura 17. Organización inicial de la red productiva de la industria de la joyería.....	154
Figura 18. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Nivel Sótano.....	177
Figura 19. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Nivel Piso 1.....	178
Figura 20. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Nivel Piso 2.....	179
Figura 21. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Nivel Piso 3.....	180
Figura 22. Promedio anual de rutas foráneas que se ubican entre el Mercado San Juan de Dios y el Magno Centro Joyero San Juan Dios.....	181
Figura 23. Etapas de la reconfiguración del sistema productivo local de la joyería de Guadalajara.....	190
Figura 24. Localización de los primeros centros joyeros que se formaron en la ciudad CJ Guadalajara en el centro de la ciudad y <i>CJ World Trade Center</i>	200
Figura 25. Localización de los centros joyeros de Guadalajara por décadas.....	202
Figura 26. Muestra en el municipio de Guadalajara la localización de los centros joyeros de la Plaza Tapatía.....	203
Figura 27. Localización de los centros joyeros de Guadalajara en orden cronológico 1983 – 2005.....	204
Figura 28. CJ Industria trabaja a puertas cerradas.....	207
Figura 29. CJ Industria comparten entre los talleres las instalaciones de algunos procesos de producción.....	208
Figura 30. CJ Industria comparten entre los talleres las instalaciones de algunos procesos de producción.....	208
Figura 31. Instalaciones del CJ Pabellón Joyero.....	210
Figura 32. Edificio Pabellón Joyero con instalaciones e infraestructura abandonadas.....	210
Figura 33. Edificio que muestra uno de los locales con una vitrina con venta de productos de belleza y otra con algunos productos de joyería.....	211
Figura 34. Comercio al por mayor y al por menor de bisutería en el municipio de Guadalajara.....	212
Figura 35. Comercio al por mayor y al por menor de joyería en el municipio de Guadalajara..	213
Figura 36. Señalización de la Zona Joyera de Guadalajara.....	214

Figura 37. Señalización localizada sobre la Avenida Hidalgo, antes de ingresar a un pasillo que lleva a la Plaza Tapatía.....	215
Figura 38. CJ localizado sobre la Avenida República, continuación de la Avenida Hidalgo, después de la Calzada Independencia.....	215
Figura 39. Se aprecian dos CJ contiguos como muestra de la aglomeración en la Plaza Tapatía.....	216
Figura 40. CJ Calzada ubicado al atravesar la Avenida República, contiguo a la Plaza Tapatía.....	216
Figura 41. CJ Diamante ubicado en la Avenida República a una cuadra de la Calzada Independencia.....	217
Figura 42. Identificación de Guadalajara como Capital Joyera de América.....	218
Figura 43. Locales y áreas de venta del CJ MCJSD.....	219
Figura 44. Locales y áreas de venta del CJ MCJSD.....	220

Índice de Tablas:

Tabla 1. Crisis y criminalidad en la década de los setenta en la Zona Metropolitana Guadalajara: Guadalajara, Zapopan, Tonalá y Tlaquepaque.....	10
Tabla 2. Delitos por robo de los delincuentes sentenciados en el municipio de Guadalajara.....	10
Tabla 3. Características de los DI Contemporáneos (DIC).....	33
Tabla 4. Clasificación de las perspectivas teóricas de producción flexible, comparación de similitudes y diferencias con el caso de la industria de la joyería de Guadalajara.....	84
Tabla 5. Centros joyeros localizados en México. 2013.....	112
Tabla 6. Porcentaje de tamaños de empresas productoras de Joyería de Jalisco 2004-2014.....	124
Tabla 7. Participación de los principales estados y municipio de Joyería Fina (339912) en datos absolutos de variables	127
Tabla 8. Participación por porcentajes de los principales estados y municipios en Joyería Fina.....	128
Tabla 9. Participación del sector en cada región 1999 - 2014.....	132
Tabla 10. Cociente de localización 1999 - 2014.....	134
Tabla 11. Coeficiente de especialización 1999 - 2014.....	135
Tabla 12. Índice de especialización a través del dato de Población Ocupada Total.....	136

Tabla 13. Índice de especialización a través del dato de Población Ocupada Total.....	137
Tabla 14. Comercio Exterior de la Industria Joyera de Jalisco	146
Tabla 15. Empresarios entrevistados de la industria de la joyería de Guadalajara	151
Tabla 16. Los centros joyeros fueron surgiendo en el siguiente orden	171
Tabla 17. Los centros joyeros por tipo de especialización.....	205

Resumen

Este trabajo explica las formas de proceder del tejido interempresarial que emerge y sostiene la fuente de trabajo de quienes se relacionan con la producción, proveeduría y comercialización de la industria de la joyería de Guadalajara; un sector productivo con una gran historia llena de contrastes en la región, y especialmente, este trabajo se enfoca en los últimos treinta y cinco años cuando experimentó situaciones como formar parte del país líder mundial de producción de plata, vivir los cambios y exigencias del mercado global, enfrentar la fluctuación internacional del valor de los metales preciosos, ha estado expuesto a un ambiente de inseguridad y robos, así como al cambiante orden económico que ha caracterizado a este país.

El objetivo de la investigación es analizar el proceso de reconfiguración del sistema productivo de la industria de la joyería de Guadalajara a partir del surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía, lo que centró el estudio en la teoría de especialización flexible y las perspectivas teóricas más reconocidas como los distritos industriales, los clústeres industriales y los sistemas productivos locales para explicar el caso de la industria de la joyería de Guadalajara. También, se consideró el contexto global, es decir, dentro del cuerpo teórico se analizaron las características de los casos de ciudades especializadas en joyería de Italia, Reino Unido, España, India y Tailandia, para entender con qué perspectiva se explica mejor su organización y redes productivas, con ello situar y revelar el caso de Guadalajara de la escala internacional a la local.

Posteriormente, se utiliza el concepto de reconfiguración para explicar en el tiempo y en el espacio las transformaciones de las redes productivas de la industria joyera de Guadalajara como la identificación de la práctica del arraigo productivo como una característica que propició la asociatividad en el lugar. Esto se realiza a través de un estudio de caso en el que por medio de información primaria, se observa la dinámica colectiva interna de las redes entre los productores, proveedores y comercializadores de joyería fina con más años de experiencia para dar cuenta de las estrategias y la dinámica local en el territorio, como los diferentes tipos de redes de asociación y formas de cooperación que evidencian la especialización productiva en los años previos a 1980 hasta 2015, como el proceso en el que se gesta el arraigo productivo en el sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara. También, se contrastan los datos cuantitativos del municipio con los estados productores del país para rescatar los cambios en las dimensiones sociales y territoriales con el surgimiento de los centros joyeros de Guadalajara.

Summary

This work explains the ways of proceeding from the inter-business fabric that emerges and sustains the source of work of those who are related to the production, supply and marketing of the jewelry industry of Guadalajara; a productive sector with a great history full of contrasts in the region, and especially, this work focuses on the last thirty-five years when experienced situations such as being part of the world's leading silver production country, living the changes and market demands global, facing the international fluctuation of the value of precious metals, has been exposed to an environment of insecurity and theft, as well as the changing economic order that has characterized this country.

The objective of the research is to analyze the process of reconfiguration of the productive system of the jewelry industry of Guadalajara from the emergence of the jewelers centers of the Plaza Tapatía, which focused the study on the theory of flexible specialization and the theoretical perspectives more recognized as industrial districts, industrial clusters and local production systems to explain the case of the Guadalajara jewelry industry. Also, the global context was considered, that is, within the theoretical body, the characteristics of the cases of cities specializing in jewelry from Italy, the United Kingdom, Spain, India and Thailand were analyzed, in order to understand from which perspective their organization is better explained and productive networks, thereby locating and revealing the Guadalajara case from the international to the local scale.

Subsequently, the concept of reconfiguration is used to explain in time and space the transformations of the productive networks of the Guadalajara jewelry industry as the identification of the practice of productive roots as a characteristic that fostered associativity in the place. This is done through a case study in which through primary information, we observe the internal collective dynamics of the networks between the producers, suppliers and marketers of fine jewelry with more years of experience to account for the strategies and local dynamics in the territory, such as the different types of association networks and forms of cooperation that show the productive specialization in the years prior to 1980 until 2015, as the process in which the productive roots of the local productive system of the industry is gestated of the jewelry of Guadalajara. Also, the quantitative data of the municipality with the producing states of the country are contrasted to rescue the changes in the social and territorial dimensions with the emergence of the jewelers centers of Guadalajara.

Resumo

Este trabalho explica as formas de proceder a partir do tecido inter-empresarial que emerge e sustenta a fonte de trabalho daqueles que estão relacionados com a produção, fornecimento e comercialização da indústria de joalheria de Guadalajara; um setor produtivo com uma grande história cheia de contrastes na região, e especialmente, este trabalho se concentra nos últimos trinta e cinco anos, quando vivenciamos situações como fazer parte do país líder mundial na produção de prata, vivendo as mudanças e demandas do mercado. Global, face à flutuação internacional do valor dos metais preciosos, foi exposta a um ambiente de insegurança e roubo, bem como à mudança na ordem econômica que caracterizou este país. O objetivo da pesquisa é analisar o processo de reconfiguração do sistema produtivo da indústria joalheira de Guadalajara a partir do surgimento dos centros joalheiros da Praça Tapatía, que focalizou o estudo sobre a teoria da especialização flexível e as perspectivas teóricas mais reconhecidas como distritos industriais, clusters industriais e sistemas locais de produção para explicar o caso da indústria joalheira de Guadalajara. Além disso, considerou-se o contexto global, ou seja, dentro do corpo teórico, analisaram-se as características dos casos de cidades especializadas em joalheria da Itália, Reino Unido, Espanha, Índia e Tailândia, para entender de qual perspectiva sua organização é melhor explicada e redes produtivas, localizando e revelando o caso de Guadalajara da escala internacional para a escala local.

Posteriormente, o conceito de reconfiguração é utilizado para explicar no tempo e no espaço as transformações das redes produtivas da indústria joalheira de Guadalajara como a identificação da prática das raízes produtivas como uma característica que favoreceu a associatividade no local.

Isso é feito através de um estudo de caso em que, através de informações primárias, observamos a dinâmica coletiva interna das redes entre os produtores, fornecedores e comerciantes de joias finas com mais anos de experiência para dar conta das estratégias e dinâmicas locais no território, como os diferentes tipos de redes de associação e formas de cooperação que mostram a especialização produtiva nos anos anteriores a 1980 até 2015, como o processo no qual a das raízes produtivas do sistema produtivo local da indústria é gestada das jóias de Guadalajara. Além disso, os dados quantitativos do município com os estados produtores do país são contrastados para resgatar as mudanças nas dimensões sociais e territoriais com o surgimento dos centros de joalheria de Guadalajara.

1 Introducción

Esta investigación se concentró en analizar el proceso de reconfiguración del sistema productivo local (en adelante SPL) de la industria de la joyería a partir del surgimiento de los Centros Joyeros (CJ) de Guadalajara que se ubican en la Plaza Tapatía a un costado del mercado Libertad, mejor conocido como San Juan de Dios. Esta ubicación se trata del barrio más antiguo de la ciudad de Guadalajara, al que se le identifica simultáneamente con la fundación de la ciudad en 1542.

El estudio se enfoca en el proceso de cambios que se presentan con el fortalecimiento de las redes de asociación entre productores, proveedores y comercializadores de la industria de la joyería de Guadalajara las que explican en términos sociales y territoriales las razones que llevaron al mayor número de CJ en el país reunidos en el espacio de la Plaza Tapatía a un costado del mercado. El trabajo analiza en etapas de tiempo la transformación de esta característica que muestra los principales cambios y los más recientes entre 1980 y 2015 en las redes de asociación del sistema productivo local, ya que es una actividad antiquísima en el país y específicamente en esta ciudad. No obstante, a pesar de ello, es una industria que poco ha sido analizada por la academia y poco se ha escrito sobre la misma en los estudios más recientes.

Se tiene registro de Sandoval (1956), que la minería fue la principal riqueza de la Nueva España y contaba con técnica propia, así como del auge económico de aquel periodo que motivó a que los pobladores utilizaran la plata en el ornamento de casas, iglesias y palacios públicos, y en el adorno de las personas. En este tiempo, como precisa Sandoval (1956) el Gremio de Plateros de la ciudad de México y los artesanos que trabajaban en las principales ciudades del Virreinato, es decir también Guadalajara, como se aprecia en los aportes del autor sobre el conocimiento de esta industria, desde entonces se organizaba en aglomeraciones en los lugares donde se producían extraordinarias obras de arte de acuerdo con los estilos que predominaron en el tiempo de la colonia: plateresco, barroco, churrigueresco y neo-clásico; formas y procesos que demuestran conocimiento y experiencia (Sandoval, 1956).

Posteriormente, Sandoval (1956) describe que en el siglo XIX, al desaparecer los gremios de plateros, los artesanos se dedicaron a manufacturar piezas de plata con estilos europeos, con formas inglesas, francesas e italianas, vinieron a suplir el estilo de la orfebrería mexicana que había alcanzado su grado máximo de desarrollo en el siglo XVIII. A estos cambios en la forma de producción de la artesanía y del gusto, respondió la tradición artística del pueblo que continuó

trabajando con estilos mexicanos, apoyados en la tradición. Después, de la Revolución Mexicana la industria de la platería volvió buscando los lineamientos del pasado; pero con estilos y elementos técnicos correspondientes a la economía, a la industria y al sentido artístico de un México más actual (Sandoval, 1956).

En el periodo que le sigue, sobre el desarrollo industrial de Guadalajara entre los años 1930 y 1955 la industrialización y la incipiente centralización industrial, de acuerdo con Arias (1993) fue resultado y consecuencia de un proceso no planeado, de la coincidencia de procesos económicos y sociales regionales que reunieron grandes grupos de gente con diversos recursos que empezaron a modificar el ambiente predominantemente comercial de la ciudad. Los empresarios empezaron a transformar las condiciones anteriores con las nuevas situaciones de la ciudad y la región con oportunidades productivas de diversa índole (Arias, 1993). Fue de esa manera cómo en esos años en Guadalajara se formó una tradición manufacturera que la convirtió en la gran ciudad de la pequeña industria (Arias, 1985) y en la urbe productora de una diversidad de productos destinados al mercado regional que se construía y ampliaba cada día (Arias, 1993).

A fines de los años cincuenta, al promoverse en el país una política de desarrollo e industrialización generó que a partir de los años sesenta la ciudad recibiera empresas con nombres extranjeros de empresas grandes y foráneas que diversificaron la producción industrial y tapatía hasta incluir ramas y productos cada vez más especializados (Arias, 1993). En los años setenta, los productos tradicionales y los nuevos sectores empezaron a mostrar la mejoría en la situación productiva, al grado que Guadalajara reunió más establecimientos industriales y fuerza de trabajo. En ese sentido, el proceso de reorganización espacial ha sido particularmente intenso en el caso de la industria tradicional tapatía; como la elaboración de prendas de vestir, calzado o joyería que, debido a la característica de producción de bienes básicos, que de acuerdo con Arias (1993), “siempre ha buscado resolver por la vía de la utilización de mano de obra los procesos que no ha podido- o no ha querido- enfrentar por la vía de la tecnología” (Arias, 1993, pág. 89).

En la explicación sobre el desarrollo industrial de Guadalajara, la autora señala que:

La etapa de la expansión de la economía urbano industrial garantizó el empleo y éste la sobrevivencia familiar, de esta manera el optimismo duró hasta fines de la década de los sesenta, cuando se hizo evidente que el crecimiento se había atenuado y los salarios se habían deprimido. A partir de entonces la familia urbana del medio popular tuvo que empezar a incrementar los empleos y a multiplicar los ingresos por la vía de la incorporación al mercado de trabajo de miembros no previstos de la organización social tradicional como las mujeres y los niños (Arias, 1993:90-91).

Con ello, el deterioro del empleo y el aumento del desempleo, como el ingreso de las mujeres al mercado de trabajo ha impactado de forma socio espacial que se expresa de manera densamente homogénea, dramáticamente repetible en el territorio popular con peleas de pandillas, drogas, conflictos con las policías, robos; situaciones que mostraron la precariedad y las inseguridades humanas que se generaron a partir de ese momento (Arias, 1993).

Al mismo tiempo se centralizó y localizó la industria en espacios especializados, mantuvo y promovió al extremo una urbanización que procuró de manera explícita la separación y distinción espacial de los sectores sociales de la sociedad (Arias, 1993: 90).

En los años ochenta la incertidumbre en la economía del país ha sido factor fundamental que ha impactado en el proceso de producción, comercialización y proveeduría de la industria de la joyería con la que para permanecer ha tenido que aprender a trabajar en un ambiente de inseguridad, de robos y asaltos porque es una de las industrias que depende de la fluctuación del valor del metal precioso en el mercado global, situación que ha debido asumir y considerar como parte de sus recursos de trabajo para sobreponerse a pesar de los desafíos del vaivén de la política económica de México a lo largo de los últimos treinta y cinco años del siglo pasado y lo que va de este.

Estas transformaciones en la economía ocurrieron con el cambio de modelo de desarrollo que se dio a partir de 1982, después de vivir cuarenta años de crecimiento económico por la política de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) y que se contaba con la protección del mercado interno, así como la gran intervención del sector público en la esfera productiva; detonó a partir de esta fecha y a la mitad de la década de los ochenta el país pasa de ser una economía prácticamente cerrada a una de las más abiertas al comercio e inversión extranjera. La salida del Estado, como agente de apoyo e industrialización llevó a los industriales a modificar su forma de operar a fin de enfrentar el nuevo escenario emergente que se les presentó y que dio paso al proceso de transición y reestructuración productiva que redinamizó la planta industrial del país (Hernández, 2006).

El nuevo patrón de industrialización y especialización del comercio implicó de manera obligada que los empresarios tuvieran que redefinir hacia el exterior una nueva forma de manejo del capital, y al interior el rescate del liderazgo empresarial que impulse las nuevas formas de inserción en el esquema internacional de producción. Se requirió de un cambio de la forma de

pensar y actuar del sector empresarial ¹ y política diferente vuelta hacia la productividad y la calidad que se tradujo en resultados medibles de forma individualista, de esta forma las relaciones de trabajo se alejan de la representación sindical, para que de forma directa la gerencia entre en contacto con el trabajador y los asuntos que la vida laboral le ofrece. Este escenario le plantea una serie de retos a los empresarios, que en particular a los empresarios de Guadalajara fue un sector muy protegido por el modelo de sustitución de importaciones (Hernández, 2006).

Al tratarse de un lugar que destacaba por la concentración de pequeña industria (Arias, 1985) característica que en ese momento pareció más vulnerable a la industria ante la apertura comercial que llevó a la posterior crisis de 1994 y distinguirse por ser una ciudad en la que sobresale la actividad comercial; no obstante, fue de las principales ciudades en las que la pequeña industria mitigó los costos sociales y económicos de las grandes empresas, así como el impacto negativo de la apertura comercial en industrias donde se producen sobre todo tipo de bienes de consumo final y utilizan mano de obra intensiva (Vega, 1998).

El periodo de 1990 al inicio del nuevo milenio fue identificado por la reestructuración de la industria manufacturera, entre sus alternativas el gobierno apostó por la industria eléctrico-electrónica, aunque en el año 2000 todavía los esfuerzos del gobierno estatal se centraban en atraer industria moderna a través de la Inversión Extranjera Directa (IED), pero estaban integradas por capital totalmente extranjero, así que la competencia agresiva de los mercados internacionales, sobre todo asiáticos, debido a los bajos costos de la mano de obra hizo que se fueran. A pesar de lo negativo que significara esta situación, dejó en la ciudad un mejoramiento en la infraestructura, la educación y la cualificación de la mano de obra. Después de este contexto, las capacidades productivas arraigadas en ciertas industrias jugaron un papel trascendental, tanto en la estructura industrial de la región como en la especialización productiva lograda en la misma (León, 2010).

En relación a la industria de la joyería, los drásticos cambios en el precio del oro (ver Anexo 1: Figura 1) en el periodo previo a 1980 (Benito, 2013) se incrementó de 200 a casi 700 dólares por onza y después de la caída de las torres gemelas de Estados Unidos, la onza de oro pasó otra

¹ Ver el apartado sobre cambio de modelo y la nueva cultura empresarial (Hernández, 2006:20-22)

vez de 200 a casi 700 dólares por onza, cifra que alcanzó por la desconfianza y especulación de ese momento en la economía mundial, y es un escenario que todavía se percibe al llegar hasta 1 900 la onza en el año 2010, en este contexto económico que no ha cambiado si no que empeoró en incertidumbre (ver Anexo 2: Figura 2), y encarecimiento del metal, aunque bajó a 1 700 dólares la onza de oro en 2012 (Dierckxsens, 2012) . En 2018, el valor en dólares fue de 1 328.76; no obstante, el peso se ha depreciado, mientras el dólar ha incrementado su valor, de manera que el valor del metal se ha mantenido a la alza (Goldpriceticker México, 2018).

De la misma forma, entre otros de los metales preciosos para la joyería se considera la plata, pero con un precio internacional muy contrastante al valor del oro, ya que la cotización de la onza se ubicó en 2018 en 17.5 dólares (Juárez, 2018); sin embargo, es una cifra que también ha sufrido grandes cambios como se puede ver en su variación (Anexo 3: Figura 3). Sólo que en este caso, en contraste México ha sido calificado como el primer productor de plata del mundo, en 2017 se colocó por octavo año consecutivo como el mayor productor mundial de este metal de acuerdo con el informe anual del Instituto Mundial de la Plata (Juárez, 2018) .

Esta característica como país líder en la producción de plata le ha permitido que represente alrededor de 16 por ciento de la producción mundial que ha sido reconocida internacionalmente por su calidad, después de haber obtenido el mismo registro México en 2005, así lo señaló la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en la Ciudad de México, que forma parte del Instituto Español de Comercio Exterior, al realizar un estudio sobre el mercado de la joyería en México con el fin de obtener una visión global para orientar a las empresas españolas que importan joyería al país (ICEX, 2006).

En su informe el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX, 2006), reconoció que la industria joyera mexicana cuenta con una importante tradición, desde tiempos prehispánicos, ya que durante el periodo colonial español; México, de acuerdo con su riqueza minera, se convirtió en el primer productor mundial de plata y se le identifica como un país mundialmente reconocido por su variedad de artesanías y joyería, gracias a la habilidad, creatividad y sensibilidad de su gente. Asimismo, en su análisis, destaca que los diseños precolombinos, la filigrana y la joyería moderna son de los productos de mayor demanda en los mercados. De tal manera que detalla la institución que en toda la geografía mexicana es posible encontrar tanto talleres como mercados joyeros en los que la fabricación de joyería y orfebrería tradicional es predominantemente

artesanal y los principales centros de producción son los ubicados en Guadalajara y el Distrito Federal. Tan sólo en Jalisco contabilizaron alrededor de 3 mil ² talleres de joyería (ICEX, 2006).

En el documento la institución explica que el mercado de joyería en México atraviesa por una época de cambios originados por los altos precios del metal, la llegada masiva de productos de bisutería asiática al mercado y las apuestas y esfuerzos de numerosos agentes del sector por impulsar el diseño en las creaciones para poder acceder a mercados extranjeros de una manera más competitiva (ICEX, 2006).

Y en sus resultados, indican que las principales ciudades productoras de joyería fina, por orden de importancia son Guadalajara (Jalisco), Distrito Federal, Monterrey (Nuevo León). Otros estados donde se producen artículos de joyería clasificaron a Zacatecas, Durango, Puebla, Oaxaca, Distrito Federal, Chiapas, San Luis Potosí, Quintana Roo y Yucatán y como productores de joyería de fantasía se refirieron al Distrito Federal, Jalisco y Nuevo León (ICEX, 2006).

1.1 Planteamiento del problema

En este contexto de contrastes como el reconocimiento histórico de la producción de la joyería en Guadalajara, el liderazgo en la calidad de producción de plata del país, como de un ambiente de transformaciones económicas en el que se vivió en Guadalajara entre la década de los setenta y de los ochenta una situación de auge y crisis económica, que impactó el ingreso de las mujeres a los mercados de trabajo, con ello se dio un cambio de consumo en la joyería, en el que se convierten en consumidoras directas, sin necesariamente necesitar la compra de joyería por la pareja, inclusive ser ellas las mismas productoras o vendedoras de forma discreta al complementar su ingreso con trabajo en casa o como empleadas, secretarias y vendedoras, que otorgaron cierto dinamismo en la industria.

Por otra parte, el final de los años setenta, próximos a los años ochenta el crimen y la delincuencia en Guadalajara fue en aumento por la inseguridad social con robos y asaltos como se observan en la Tabla 1 (ver página 10) en el que se muestran datos en los que se registran parte de la crisis y criminalidad en lo que fue la Zona Metropolitana de Guadalajara en los años setenta, en los que Jiménez (2006), hace un perfil de los criminales de esa década y a pesar de

² La fuente no precisa cómo obtuvieron este dato y tampoco define si trata de talleres que sólo se dedican a la producción y los que se dedican a la comercialización.

ello, los que los productores, proveedores y comercializadores de joyería en vez de detener su actividad aprendieron a sobrevivir y trabajar bajo un ambiente de inseguridad y robos como se aprecia en la Tabla 2 (ver página 10), con datos que para la década de los años noventa genera INEGI, pero de manera más constante a partir de 1997 y exclusivamente del municipio de Guadalajara de delitos sentenciados por robo a negocios y personas que contaran con joyería, por la drástica situación económica y el encarecimiento del principal insumo como el oro y la plata.

Tabla 1

Crisis y criminalidad en la década de los setenta en la Zona Metropolitana Guadalajara: Guadalajara, Zapopan, Tonalá y Tlaquepaque.

Año	Registro de robos
1974	7 297
1975	7 240
1976	7 760
1977	8 063

Fuente: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/jimenezw06a.htm> Consultada 1° de enero de 2019

Tabla 2

Delitos por robo de los delincuentes sentenciados en el municipio de Guadalajara

Año	Robos
1997	1 337
1998	1 297
1999	1 422
2000	1 101
2001	1 273
2002	1 517
2003	1 590
2004	1 810
2005	1 859
2006	2 033
2007	1 845
2008	1 729

Fuente: Datos obtenidos de las Estadísticas judiciales en materia penal por municipios (INEGI, 1997-2008)

En este sentido, estos sucesos afectaron directamente la proveeduría, producción y comercialización de la joyería y obliga a reorganizarse a los empresarios, así como el periodo de profundas reformas económicas que propiciaron la búsqueda de alternativas y estrategias de reestructuración industrial de sus principales actores de la industria de la joyería como son los productores, proveedores y comercializadores, para esta tesis, se considera que ante estas circunstancias los empresarios de la joyería realizaron cambios muy importantes en sus redes

productivas al grado que se transformaron en un actor económico colectivo que en conjunto formaron el sistema productivo local (SPL) de la industria de la joyería del caso de Guadalajara.

No obstante, las transformaciones también se presentaron en el ámbito social en el que los robos y asaltos a los negocios de esta industria se marcaron en aumento en la ciudad por ello es de resaltar que en ese momento y en los años subsiguientes surgieron una serie de edificios alrededor de la Plaza Tapatía a los que llamaron centros joyeros en los que se empezaron a organizar y aglomerar en torno a estos edificios y con ello cambiar el rumbo de su actividad.

De acuerdo con este comportamiento de aglomeración Méndez (1997) explica que las perspectivas teóricas que definen los tipos de aglomeración han sido limitadas en señalar los principales factores de carácter extraeconómicos, ya que comúnmente se centran en los factores económicos, pero el autor revela que también implican la localización de las actividades económicas otro tipo de criterios como los psicológicos, sociales, culturales y políticos, los que han sido valorados de forma desigual por las perspectivas antes mencionadas (Méndez, 1997: 279).

En este caso, de la conjunción de factores extraeconómicos se considera que fueron los que experimentó la industria de la joyería de Guadalajara, en que el ambiente de inseguridad, asaltos a sus negocios, la necesidad de reorganización productiva después de un periodo de profundas reformas económicas y el incremento radical del valor del oro, como de la plata, predominaron en el sentido de privilegiar la búsqueda de instalación en áreas conocidas, que favorecieron la imitación de comportamientos hacia una gran inercia espacial.

En ese contexto social, la relación de este tipo de localización y aglomeración llevó a una forma de organización productiva como los sistemas productivos locales (SPL), los que se definen de acuerdo con Rendón y Forero (2014) y Paunero (2001); como un tipo de producción flexible en el que el proceso productivo se caracteriza por contar con aglomeración de micro, pequeñas y medianas empresas, entre éstas hay empresas que operan en los eslabones de la cadena productiva y comercializadora de los productos que son centrales; y entre ellos existe una dinámica de asociatividad que fortalece la competitividad, la productividad y la innovación; debido a esto se presenta coexistencia de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación, investigación, desarrollo e innovación. Estos tipos de redes de empresas propician la proliferación de ambientes productivos que manejan un sistema de valores

compartidos y transmitidos de generación en generación con la intención de cuidar su forma de trabajo, a la que consideran parte de su tradición.

Otra característica que se observa en el SPL de acuerdo con Álvarez y Rendón (2010), es identificable en el territorio, como se puede decir del surgimiento de los centros joyeros; se ubica en el espacio y aporta a la construcción del territorio, como el lugar de construcción social que implica una serie de condiciones producidas por la diaria convivencia de quienes lo habitan y que generan relaciones humanas e intercambios materiales con potencialidades que pueden ser aprovechadas de distintas formas por quienes integran el SPL. Esta lógica territorial del SPL, para Maillat y Kebir (1998), implica fuertes lazos entre las empresas y su localización, es decir, desde esta perspectiva, el rol del territorio es activo, por sus características y porque las empresas sienten que pertenecen a él.

A partir de estas características de la perspectiva teórica del SPL, como bajo el análisis de los factores extraeconómicos de localización que señala Méndez (1997), con la particularidad de que la estructura de las redes se forman primordialmente a través de la práctica del arraigo productivo; se pueden identificar algunos de estos componentes con cierta evidencia en la industria de la joyería de Guadalajara, entre estos elementos se pueden señalar los que de acuerdo con Rendón y Forero (2014) y Paunero (2001); es decir, aglomeración de micro, pequeñas y medianas empresas que operan en los diferentes procesos de producción, comercialización y proveeduría de los productos centrales de la industria de la joyería; se presenta una dinámica de asociatividad y también se pueden percibir relaciones informales en las fases de comercialización y fabricación por lo que es factible suponer una dinámica de asociatividad, al ubicarse unidos en un mismo espacio, pero es más pertinente revisar cómo se fueron formando estas redes en el transcurso del tiempo. Asimismo, identificar el ambiente productivo y de aglomeración que se generó, ya que se observan empresas familiares en las que parece existir la transmisión de información de generación en generación y que conservan cierta tradición.

En este caso, respecto de la industria de la joyería de Guadalajara, se agrega el concepto de *arraigo productivo* de Romero, Barriga, y Henríquez (2007), como una práctica que los lleva en esta industria a formar redes de relaciones laborales basadas en la confianza para disminuir la incertidumbre a la entrada de extraños y subsecuentemente generar redes más estables con el paso del tiempo.

De esta manera, el concepto de arraigo productivo de Romero, *et al* (2007) se percibe que debido al fenómeno global de incertidumbre económica que afecta a este sector por el incremento internacional del valor del metal, los productores joyeros buscaron poner un alto a esta situación y por ello interesa conocer cómo se protegen para contrarrestar la inseguridad, los robos y asaltos a sus negocios, como la fluctuación del valor del metal. En tanto, la aportación de estas redes al territorio a través del surgimiento de los CJ en la zona centro de Guadalajara, por medio de las definiciones antes mencionadas de Álvarez y Rendón (2010); Maillat y Kebir (1998); Méndez (2002); y Berreyre (1980), son elementos que permiten analizar y explicar mediante etapas en el tiempo la gestación y la relación de estas construcciones en el espacio hacia la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara, así como distinguir qué tipo de redes sociales concibieron los joyeros hacia la asociatividad, la cooperación, la competitividad y la innovación. También se reconoce que faltan algunos de estos elementos que no se observan completamente, si no en forma parcial; por lo que se considera necesario este trabajo para confirmar el tipo de redes que prosperaron, así como diferenciar entre redes de proveedores, de productores, de clientes, coaliciones de normalización y redes de cooperación tecnológica, cuál es la más importante que se presenta en el ámbito de los CJ para la joyería fina de Guadalajara.

En este sentido se puede decir que de acuerdo con cifras de los registros sobre la industria de la joyería en Guadalajara, se cuenta con el dato en el siglo XIX de 24 platerías (Muriá, 1988) que se registraron en el estado. Y anteriormente, se tiene conocimiento que existió el gremio de plateros, (Sandoval, 1956), pero no hay un registro del número de unidades económicas, ni trabajadores. Hasta más recientemente, se tiene el seguimiento del Censo Económico 1981, que INEGI identifica en el estado 34 unidades económicas del sector de la joyería y 297 trabajadores, en 1999, en el Censo Económico de 1999 se registran 79 unidades económicas y 848 trabajadores y por último en 2014 las unidades económicas son 68 con 869 trabajadores. Estos datos dan cuenta de la existencia y el cambio en los procesos productivos que presenta y en los cuales se puede identificar cierta aglomeración de la producción de esta industria históricamente, también es posible identificar que la proveeduría de los metales preciosos pasó por una crisis en el fin del siglo XIX (Muriá, 1988). Y que incrementan a un poco más del doble en unidades económicas, como trabajadores de 1981 a 2014, pero el crecimiento más importante se dio entre 1981 y 1999. Inclusive que de 1999 a 2014 disminuye el número de unidades económicas, pero

incrementa muy poco el número de trabajadores, no obstante, se fortalecen en este periodo las exportaciones.

Es relevante señalar que las características de organización que muestra la industria de la joyería en 2015 son distintas a las características que presentó en 1980 cuando se tenía una estructura diferente de la industria, es decir, la estructura productiva que formaban en ese momento sus principales actores como los productores, proveedores y comercializadores a través de sus redes de relaciones sociales entre las que se presentaban un tipo de acuerdos y afinidades se modificaron debido al momento coyuntural que a partir de esos años se debieron a la reestructuración productiva de los años ochenta, el abrupto proceso de apertura comercial, como los cambios en el consumo y el papel de la mujer en este tipo de industrias dedicadas a la moda, estableció nuevas formas de relacionarse al interior de la industria de la joyería. En el territorio también ocurrieron modificaciones significativas que influyeron en la industria de la joyería como fue la construcción de la Plaza Tapatía, que aunque los antecedentes de su construcción se trate de un proyecto que se inició desde 1955, fue en 1982 cuando el entonces presidente de México, José López Portillo junto con el gobernador del estado, Flavio Romero de Velasco inauguraron oficialmente el lugar, el que llevó alrededor de veinticinco años de construcción, entre cambios, modificaciones y algunas destrucciones como la plaza de toros llamada “El Progreso”, fincas y vialidades que representaron alrededor de nueve manzanas; un año después, es decir en 1983 se construiría un edificio que albergaría a joyeros y comerciantes de artículos de joyería con los que se fortalecería la administración de la Plaza, después tanto tiempo (COPLAUR, 2014).

En este contexto, se observaron cambios y modificaciones de la trayectoria de la estructura productiva de organización, como del territorio, a este proceso de transformación derivaron diferentes perspectivas teóricas que coadyuvaron a explicar lo sucedido en el ámbito productivo.

Para este caso, este trabajo se apoya en el concepto de *reconfiguración* productiva de Garza (1999); (2002); (2018) ³ para priorizar una concepción más fiel con las características de la realidad de la que este trabajo se refiere y que consiste en explicar a través de la teoría de la especialización flexible; debido a que sus características privilegian la necesidad de responder a

³ Se entrevistó al autor Enrique de la Garza Toledo y se tuvo una socialización e intercambio de ideas sobre la utilización del concepto *reconfiguración* para esta tesis el 31 de agosto de 2018, fecha en la que presentó el libro: *La metodología configuracionista para la investigación* para la comunidad del CUCSH.

la variabilidad del mercado y exigencia para las empresas de cambios frecuentes en presentación y productos; en este sentido, se parte de la perspectiva de los Sistemas Productivos Locales para establecer el proceso de acercamiento empírico, también se revisan las perspectivas de Distritos Industriales y Cluster Industrial con el fin de explicar mejor y visualizar las diferencias en las características del caso de Guadalajara y sus respectivas dimensiones; sin embargo, estas propuestas teóricas en torno a la organización de la producción se identifican precisamente al ser flexibles con las relaciones entre sus componentes para observar según el contexto concreto en el que el sujeto es el constructor de su realidad, es el que ejecuta las acciones productivas a través de sus decisiones e interacciones de transformación de la red productiva.

De esta manera se parte de una concepción teórica de las perspectivas de producción y especialización flexible en un sentido menos rígido al referir la configuración productiva en la que se observa a los sujetos que realizan la actividad sin dejar de lado las presiones globales, de mercado, de la tecnología, por lo tanto las relaciones laborales de los sujetos se mueven de forma diferenciada en los contextos locales que forman parte. Cuyos sujetos organizados a través del tipo de aglomeración de micro, pequeñas y medianas empresas, han construido y han aportado a estas perspectivas teóricas, desde la transformación de las redes de relaciones que han formado los principales actores y a los que se les puede analizar en la articulación de interacciones con más propiedad bajo la periodización temporal y espacial ⁴ de mayor o menor duración diferenciadas en etapas por el tipo de acción del sujeto y de los cambios de sus interacciones en la *reconfiguración* del proceso productivo, en las que se podrá observar en etapas o lapsos de tiempo la transformación de la red de interacción del sujeto colectivo en el espacio y de acuerdo con las principales características de cada una de las perspectivas teóricas de especialización flexible que ayudarán a identificar sus diferencias y similitudes con el caso en estudio (Garza, 2018).

Se estiman alrededor de treinta y cinco años en esta investigación, para considerar el tiempo previo al momento coyuntural en que se presentan las características de los diferentes factores externos e internos a la industria en el proceso de transición y la reestructuración productiva, apertura comercial y observar la correspondencia con las formas de relacionarse en la industria

⁴ El concepto de espacial se trata de acuerdo con Milton Santos de describir sus particularidades en relación con su papel en la sociedad. De esta manera, una teoría del espacio estaría necesariamente referenciada en una teoría social (Zusman, 2002).

de la joyería, para resaltar el año de 1983 porque se presenta la unión de un grupo de joyeros para formar el primer CJ de la ciudad a un costado del Mercado de San Juan de Dios, y a partir de ese momento entender el proceso de reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara entre 1980 a 2015. Y abarca hasta 2015, por que hasta este año se realiza un corte puesto que resalta el comportamiento de la transformación y los cambios de estas redes productivas por tratarse de una de las industrias tradicionales que reflejó mayor exportación constante creciente de 2007 a 2011 y con disminución de 2012 a 2015 (Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG), 2017), a diferencia de las otras industrias tradicionales de Guadalajara, como el calzado, el textil y el vestido que presentan un saldo deficitario por la importación legal y sobre todo ilegal, entre otros factores de falta de proveedores locales de insumos y materias primas (Jaén y León, 2014).

Ante estas características de cambio del espacio y tiempo del sujeto de estudio, el interés en desarrollar esta investigación desde el enfoque del desarrollo endógeno es para entender el potencial de la comunidad local y la creatividad para el aprovechamiento eficiente de recursos locales de una zona, en un contexto social que supone la cooperación de distintos actores y la conciliación de diversos intereses que se estructuran bajo la identidad colectiva de la comunidad (Paolo, 2014).

En este sentido, lo local se concibe como el ámbito de posibilidad de interacción cotidiana cara a cara entre distintos actores locales, y nos referimos al concepto de actor local, que equivale a “agente del desarrollo” es decir, se trata de aquellos agentes que en su campo de acción e interacción como el económico, social o cultural portan propuestas que tienden a capitalizar mejor las potencialidades locales, entonces el objetivo del mayor aprovechamiento de los recursos es para poner énfasis en la calidad de los procesos en términos de equilibrios naturales y sociales (Paolo, 2014).

En función del análisis de todos estos elementos, se considera que la pregunta de investigación pertinente y que sirve para profundizar y analizar este estudio se ordena de la siguiente manera:

1.2 Pregunta General:

¿Cómo se presenta el proceso de reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara a partir del surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía?

1.3 Hipótesis:

El proceso de reconfiguración del sistema productivo local se presenta a través entre productores, proveedores y comercializadores de joyería fina, generándose con ello la formación y concentración de los centros joyeros de la Plaza Tapatía. Esto debido a elementos sociales y espaciales que hacen que se concentren en este lugar.

La pregunta de investigación y su correspondiente hipótesis nos llevan a formular los siguientes objetivos de investigación que nos permitirán organizar el procedimiento a seguir para desarrollar la investigación:

1.4 Objetivo General:

Analizar el proceso de reconfiguración del sistema productivo de la industria de la joyería de Guadalajara.

1.4.1 Objetivos específicos:

1. Analizar diferentes casos de ciudades especializadas en la industria de la joyería como Vicenza, Arezzo y Valenza de Italia; Ciudad Fringe y Barrio de Birmingham en Reino Unido; Trichur en India; Chantaburi y Bangkok en Tailandia y Córdoba de España para explicar las diferencias con el caso de Guadalajara.
2. Analizar la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara a partir del surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía.
3. Explicar la práctica del arraigo productivo como un recurso de asociatividad en la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara.
4. Analizar factores que determinan la organización desde el punto de vista espacial en la concentración de la industria de la joyería de Guadalajara.

1.5 Justificación

Se considera que la realización de esta investigación es un tema relevante que se ha trabajado en otros lugares, en otros países, pero no se ha estudiado en este caso en Guadalajara, desde el campo de la ciencias sociales, con las herramientas de la geografía y ordenación territorial y en particular desde el enfoque del desarrollo endógeno el cual se toma como punto de partida de esta investigación porque desde esta línea de investigación el estudio pretende resaltar el proceso reactivador de los recursos de la comunidad local a través de estimular la creatividad y aprovechamiento eficiente de los recursos existentes en una determinada zona, en un tiempo y

como resultado de un contexto social que supone los conocimientos acumulados, la cooperación de distintos actores y la conciliación de diversos intereses, por ello establecen reglas de juego, normatividad, y patrones de conducta locales, así como se estructuran bajo la identidad colectiva de la comunidad que se pueden observar en el territorio (Paolo, 2014).

En este sentido, lo local es el ámbito de posibilidad de interacción cotidiana cara a cara entre distintos actores locales, y nos referimos al concepto de actor local, que equivale al “agente del desarrollo” es decir, se trata de aquellos agentes que en su campo de acción e interacción como el económico, social o cultural portan propuestas que tienden a capitalizar mejor las potencialidades locales, entonces el objetivo del mayor aprovechamiento de los recursos es el poner énfasis en la calidad de los procesos en términos de equilibrios naturales y sociales (Paolo, 2014).

Desde la perspectiva de Sforzi (2007: 45), las posibilidades del desarrollo local son tan numerosas como las posibles combinaciones e interacciones dinámicas en un tiempo y un lugar determinados, como ahora se pueden estudiar en el caso de la industria de la joyería de Guadalajara, que se dan entre organización, conocimientos e instituciones. Y en un sentido más amplio pensar en las fuerzas del desarrollo local desde la perspectiva de las diferentes experiencias de las demás regiones, inclusive de forma necesaria desde el ámbito nacional.

Asimismo, se considera que con este trabajo se aporta a la línea del conocimiento de los SPL, al trabajar desde la noción de la reconfiguración para no hacer un ejercicio mecanicista del concepto de la perspectiva de producción, si no que a través del análisis de los cambios de decisiones en el transcurso del tiempo del actor principal y el proceso de transformación de las redes productivas, de proveeduría y comercialización por etapas o periodos de tiempo se integran las principales características sobre esta perspectiva teórica, mientras que se aporta al conocimiento de este lapso de años en esta industria con los principales cambios y modificación de características en la ciudad.

Entonces también se aportaría al conocimiento de las redes de asociación y producción de este sector tradicional que forma parte del Consejo de la Moda del estado y se mostrarían las acciones que implementaron los empresarios de la joyería en términos de cooperación, competitividad e innovación en el periodo que va de 1980 a 2015.

1.6 Estrategia metodológica

En este orden de ideas y como forma de proceder para desarrollar la investigación se diseñó una combinación de enfoques, tanto cuantitativo como cualitativo que permitirán captar la complejidad del fenómeno desde el cruce de información primaria a partir de entrevistas y observación de espacios; como del seguimiento de información oficial para el trabajo de georreferenciación y de otros estudios realizados con anterioridad.

Para comenzar se hizo una revisión documental de fuentes de información de segunda mano, así como fuentes electrónicas, como institucionales, de la misma forma que en libros, como artículos de revistas especializadas que han sido un gran aporte sobre la historia, el conocimiento y estudio del comportamiento de la industria joyera, primordialmente para la delimitación del estado del conocimiento en el contexto local ⁵, nacional ⁶ e internacional ⁷.

Posteriormente, para seleccionar el marco teórico que mejores explicaciones aporte al tema, se revisan las condiciones previas que prepararon el contexto para el tiempo en que se generó la teoría de especialización flexible y las perspectivas teóricas que le siguieron como distritos, industriales, clústeres industriales y sistemas productivos locales de los diferentes estudios e investigaciones se consideraron las más pertinentes para entender cómo se han estudiado y transformado la organización, distribución y localizaciones en torno a la flexibilización, como especialización en el periodo de estudio en otros lugares y precisamente sobre la misma industria de la joyería.

En este sentido se examinaron investigaciones que aportaron sobre las diferencias entre el caso de la industria de la joyería de Guadalajara con otros casos de ciudades de países productores de joyería en los que incluso los autores realizaron análisis territorial socio-espacial de la industria joyera, como Bagwell (2008) que hizo un estudio sobre la industria de la joyería en Ciudad Fringe en el Reino Unido, este trabajo se enfocó en la concentración de la cadena productiva, el empleo y desarrollo de la actividad. En ese estudio se identifica de forma territorial la distribución de los estratos involucrados en la industria a nivel de explicar la

⁵ Información que se presenta de forma cronológica primordialmente en el capítulo 4 de este documento, debido a que forma parte de la evidencia empírica de esta investigación.

⁶ Información que también se presenta en el capítulo 4 de este documento, debido a que forma parte de la evidencia empírica de esta investigación.

⁷ Información que se presenta en el capítulo 2 de este trabajo, como parte del estado del conocimiento, como evidencia empírica de esta investigación.

importancia de la aglomeración y resalta sus características de producción. Otro trabajo con características similares pero de otra ubicación en el mismo Reino Unido es el de De Propis (2005); De Propis y Lazzaretti (2009), que revisan el Barrio de Joyería de Birmingham con características de estudio espacial. Cabe señalar que estos trabajos aportan conocimiento sobre el comportamiento espacial de la aglomeración de esta industria en otros lugares y para ello se apoyan con la aplicación de los Sistemas de Información Geográficos (SIG) para el análisis de la localización y especialización de la producción en el territorio. Asimismo, se revisa el caso de las ciudades de Italia, en las que la joyería se agrupa geográficamente en cinco lugares; no obstante, en términos de georreferenciación no se tiene información como en el caso del Reino Unido, pero se identificó que las aglomeraciones de producción de joyería se localizan y se distribuyen en: Vicenza en Veneto, Arezzo en Toscana, y Valenza Po en el Piemonte, y las zonas alrededor de Milán en el norte y Torre del Greco en Campania, en el sur (Pyke, 2009).

Posteriormente, se observa que desde el año 2005 el tema de la industria de la joyería ha sido discutido en términos de distritos industriales y SPLs; por el comportamiento territorial de países europeos en los que destaca la producción de joyería en el mercado internacional como Italia, Reino Unido; estos casos (que serán analizados más profundamente en el siguiente capítulo), como también se identificó otros casos sobre la industria de la joyería de Tailandia (Vasikasin, 2016); (USAID, 2002) e India (Ashra, 2005); (www.msmefoundation.org, 2007) en Asia, respectivamente, en estos dos últimos casos (que también son revisados en el siguiente capítulo) se ha profundizado sobre la importancia y crecimiento de esta industria por sus características de mayor competencia con un claro perfil de especialización y en el que el grado de división del trabajo y de interacción entre las empresas es elevado, por la abundante mano de obra, estrategias como clústeres industriales.

Otro caso que se revisa de la industria de la joyería es el de la ciudad de Córdoba en España que presenta Fernández (2006), el que realiza un diagnóstico de la actividad en el lugar e identifica los factores críticos del proceso productivo, para definir las principales características de la industria de este lugar. Resalta de este caso, que la Agrupación de Interés Económico Parque Joyero de Córdoba se constituyó en 1998 para la construcción de un polígono industrial que responda a las carencias detectadas por las empresas de la joyería para hacer frente a la mayor competencia de otras zonas productoras del país como de otros países (Fernández, 2006).

De acuerdo con este estudio de la literatura ⁸, lo que se percibe es que la investigación sobre esta industria en Guadalajara ha sido muy limitada, poco se ha estudiado a pesar de ser una actividad tradicional y antiquísima; sin embargo, después de algunos registros históricos de Muriá (1988) y Sandoval (1956), en los años ochenta se identificó la aportación de Arias (1985), como parte de la pequeña industria tradicional de esta ciudad, también, existen hallazgos relevantes con el inicio de los centros joyeros en Guadalajara en trabajos inéditos de tesis González, E. (2013) y hasta recientemente León y Jaén (2014) y (2013) han realizado un trabajo en el que analizan con datos de los Censos Económicos de 1999 hasta 2009 a la industria en el estado de Jalisco desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa, en los que inclusive la comparan con el caso de la misma industria en Guerrero, haciendo énfasis en que Jalisco rebasa a Guerrero en lo que se refiere al valor agregado de la producción.

Por otra parte, en términos cuantitativos, con el objeto de revisar el comportamiento en el territorio de los talleres y negocios productivos de joyería se consultaron las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a través de los Censos Económicos de 1981, del 1999; para tener una revisión intermedia y hasta el 2014, así como la georreferenciación de las cartas topográficas, como el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2014), con esta información se realizaron una serie de comparaciones, para obtener a partir de la información a escala nacional en las que se aplicaron las Técnicas de Análisis Regional para obtener índices de participación, localización y especialización en el periodo de estudio de la industria de la joyería de Jalisco, posteriormente se se registra la información sobre comercio exterior de esta industria en la ciudad del Instituto de Investigaciones Estadísticas y Geográficas del estado de Jalisco (IIEyG).

Respecto a la identificación del espacio geográfico donde se revisa la ubicación de la industria joyera en Guadalajara ⁹, capital del estado de Jalisco ¹⁰, a partir del surgimiento de los CJ y

⁸ Información que se presenta de forma cronológica y más detallada en el capítulo 4 de este documento.

⁹ El territorio de Guadalajara delimita al norte con los municipios de Zapopan e Ixtlahuacán del Río; al oriente con Tonalá y Zapotlanejo; al sur con Tlaquepaque y al poniente con Zapopan. El municipio de Guadalajara se localiza al centro del estado, un poco cargado al oriente en las coordenadas 20° 36' 40" a los 20° 45' 00" de latitud norte y 103° 20' 50" a los 103° 20' 00" de longitud oeste, a una altura aproximada de 1,567 metros sobre el nivel del mar. La ciudad tiene una extensión de 187.91 Km², capital del estado de Jalisco, así como principal municipio del área urbana denominada Guadalajara, esta ciudad se localiza en el occidente de México, al centro del estado de Jalisco, en la zona geográfica conocida como Valle de Atemajac. Jalisco es una de las entidades federativas del país, ubicada en el centro-occidente del territorio mexicano

¹⁰ Al norte colinda con Nayarit, Aguascalientes y Zacatecas; al este con Zacatecas, Guanajuato y Michoacán, Colima y el Océano Pacífico; y al oeste con el océano pacífico y Nayarit.

cómo se distribuye en áreas de producción y comercialización en la zona céntrica de la ciudad en la Plaza Tapatía de Guadalajara en la que se georreferencian los CJ por orden cronológico para visualizar la distribución en el tiempo y en el territorio y explicar la relación de talleres y áreas de proveeduría y producción de joyería en las colonias de la zona centro que rodean el centro histórico entre las que se encuentran también distribuidos talleres y áreas del proceso de producción, como comercialización de las colonias Centro, Tívoli, La Perla, Santuario 2ª Sección y Sagrado Corazón, así como en los sectores ¹¹ Libertad y Reforma principalmente ¹².

Ante esta situación, es pertinente complementar con el enfoque cualitativo para un mejor acercamiento y entendimiento del actor local principal del tema, para entender lo que ha sucedido con esta industria desde los años ochenta, que poco se conocen las características de organización y situaciones de conflicto que ha atravesado, y por esta razón para explicar a la industria de la joyería de Guadalajara, se ha considerado integrar la investigación con un estudio de caso, en el que se seleccionó como el sujeto de estudio (Durand, 2014) ¹³ a los productores, proveedores y comercializadores de joyería fina, que llevan treinta y cinco años o más produciendo, para incluir los datos que el INEGI no alcanza a identificar y que puedan expresar las características de su actividad industrial a través de las redes que han formado antes de la década de los ochenta y lo que significó para la industria y para ellos la creación y formación de los diferentes centros joyeros, el papel que han desempeñado para la industria de la joyería de Guadalajara y la transición en la reconfiguración del sistema productivo local diferente a lo que existía en los años ochenta. Aparte de contar con su experiencia, en las etapas productivas a lo largo de la vida de la empresa, se puede identificar la estructura productiva de la empresa, como el sistema de valores que los caracteriza y la importancia que fueron adquiriendo para el

¹¹ La ciudad de Guadalajara se identifica por su división administrativa en cuatro sectores y siete zonas. Estas divisiones involucran a los municipios de la zona metropolitana. Antes de los años noventa la ciudad se dividió en cuatro sectores: Hidalgo, Libertad, Juárez y Reforma, pero en 1992 en el gobierno municipal de Enrique Dau Flores se reorganizó la ciudad en zonas, con esto los sectores se siguen utilizando de manera tradicional porque las calles cambian de nombre según el sector en que se encontraban. La división por sectores no involucra a los municipios de Zapopan, Tonalá y Tlaquepaque, pero al expandirse la mancha urbana las partes colindantes entre Guadalajara y los otros tres municipios adoptaron la denominación. Las siete zonas que se utilizan son: *Zona Centro, Zona Minerva, Zona Huentitán, Zona Oblatos, Zona Tetlán, Zona Tecnológico (Olímpica) y Zona Industria (Cruz del Sur* (IEG, Octubre 2015).

¹² Esta información será tratada con mayor detalle en el capítulo 4 de este documento.

¹³ Con la intención de desarrollar la estrategia metodológica para llevar a cabo esta investigación se presenta y explica el sujeto de investigación como el punto que sostiene a cuatro coordenadas metodológicas: temporal, territorial, teórica y temática como lo explica Durand (2014).

territorio los CJ en lo referente a la proveeduría y comercialización de la joyería, es decir, a la cadena productiva.

Desde esta perspectiva, se aprecia la trayectoria productiva del empresario a través del seguimiento de sus estrategias seguidas para sostenerse y los cambios que hizo, como en el tamaño de empresa, la especialización del producto, la intervención del arraigo productivo en las relaciones o redes hacia la asociatividad que han formado en la cadena productiva con otros productores, proveedores, comercializadores y el cliente al que se dirigen. Las características de estas empresas se pondrán en contraste con quienes participaron en el surgimiento de los diferentes centros joyeros que se formaron para identificar entre las mismas características de las empresas la reconfiguración del SPL en el transcurso del tiempo en el que se fueron estableciendo los CJ y explicar el comportamiento de estas características y sus cambios de organización social en el ámbito territorial.

2 Perspectivas teóricas de especialización flexible en el estudio de la industria de la joyería

La industria de la joyería ha experimentado diferentes cambios en las dimensiones económica, política y social a partir de los efectos que generó la globalización. En este sentido, los procesos de la industria como la proveeduría de insumos, la producción, la distribución, como la comercialización y la venta de artículos muestran las modificaciones que se tenía antes de los años ochenta y hasta los tres primeros lustros del nuevo milenio cuando se pasó de un tipo de producción rígida y de grandes alcances, de unidades económicas esparcidas en diferentes localizaciones a la de aglomeración, especialización y la máxima flexibilización de todos los procesos de la producción, proveeduría y comercialización de pequeña escala.

Este capítulo se establece bajo el marco de las perspectivas teóricas del distrito industrial, clúster industrial y sistemas productivos locales para identificar el que más se aproxima en sus características al modelo de producción y el tipo de redes y relaciones que conforma la industria de la joyería en Guadalajara y se analiza con cada una de estas perspectivas, así como con los casos de las ciudades especializadas en la industria de la joyería de Italia, Reino Unido, India, Tailandia y España como herramienta para explicar el caso de la ciudad de Guadalajara.

Se inicia con el apartado de las condiciones que generaron la especialización flexible porque es el marco conceptual que privilegia la necesidad de responder a la variabilidad del mercado y exigencia para las empresas de cambios frecuentes en presentación y productos, se sigue con el estudio de las perspectivas teóricas de especialización flexible y se concluye con un cuadro a manera de síntesis de la diferenciación de las características de cada perspectiva de modelos de análisis con el caso en estudio para visualizar el que mejor representa el de la industria de la joyería de Guadalajara.

2.1 Condiciones que generaron la especialización flexible

La globalización es un proceso que provocó una serie de transformaciones en lo económico, cultural, político e institucional en todo el mundo; es decir, se estableció una nueva realidad social que ha requerido nuevas formas de actuar para responder a los problemas de desarrollo de cada territorio (Vázquez, A. 2005).

La nueva realidad marcó cambios muy significativos en la productividad y en el progreso económico que impactaron a todos los países de manera desigual. Esto indica que el cambio de escenario que se produjo a partir de mediados de los ochenta ha planteado la necesidad de nuevos enfoques que permitan comprender estos cambios en los sectores productivos de los países (Vázquez, A. 2005).

Algunos autores han señalado que la globalización comenzó desde la Edad Moderna y que se consolida entre 1870 y 1914 (Vázquez, A. 2005). Y la etapa actual comienza alrededor de 1980 con el progresivo aumento del comercio internacional, el crecimiento del flujo de capitales, un fuerte avance de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, un nuevo despliegue espacial de las empresas multinacionales y como consecuencia un aumento sensible de la integración de los mercados (Vázquez, A. 2005).

Estas modificaciones en la economía, la tecnología y las instituciones del último cuarto del siglo pasado significaron grandes transformaciones de los sistemas productivos, en los gustos y demandas que conllevaron a un desajuste con la oferta existente de productos de la empresa, lo que alteró la capacidad competitiva de las regiones y localidades ricas y pobres. El aumento relativo de los costos de producción afectó a las funciones de producción de las empresas; esto provocó el cierre de industrias, el cambio de la localización de las plantas productivas y el aumento de las ventajas competitivas de algunos sistemas productivos locales (Vázquez, A. 2005).

Los factores que determinaron los procesos de reestructuración productiva y crecimiento económico son: la difusión de las innovaciones en el tejido productivo, la cualificación de los recursos humanos, la capacidad emprendedora de las empresas, la flexibilidad de las organizaciones empresariales, la transformación y adaptación de las instituciones y la integración de las empresas a las ciudades y regiones en redes competitivas y originales a escala nacional e internacional.

Las actividades manufactureras estandarizadas se han reestructurado y diferenciado con la incorporación de novedades, específicamente en las actividades avanzadas de servicios, como el *marketing*, asistencia técnica o el diseño. El aumento y diversidad de la producción de bienes y servicios de las actividades que impulsan y estimulan el sistema productivo han generado ajustes en el sistema territorial. Se observó el aumento de la variedad de productos y actividades, ello reduce la capacidad de concentración de funciones productivas y comerciales en una ciudad o región urbana debido a las deseconomías de aglomeración. Esta dinámica genera la formación de sistemas urbanos más flexibles y la reducción de la jerarquía en los ya existentes (Vázquez, A. 2005).

Piore y Sabel (1984) principales teóricos del paradigma de especialización flexible, al que también se le identifica de flexibilidad productiva, explican en sus aportaciones que lo que observaron fue el fenómeno del proceso de debilitamiento y crisis del modelo de producción en serie, como el sistema de producción taylorista y fordista. Estos autores indican que se llegó a la saturación de los mercados masivos y el límite se alcanzó en 1973 y ello, se debió a que los consumidores prefirieron mercancías especializadas y diferenciadas, para las que los modelos de producción masiva prevalecientes en ese tiempo no estaban diseñados. Esta situación provocó el cambio y transición de un paradigma de producción tecnológica a otro de tecnología avanzada (Piore y Sabel, 1984).

Bianchi y Di Tommaso (1998) especifican que, en el proceso de transición industrial de los dos últimos decenios del siglo XX, la especialización flexible significó un sistema más innovador y adaptable, el empleo de máquinas de usos múltiples y trabajadores preparados y capaces de responder al cambio continuo; en este momento, las pequeñas y medianas empresas fueron las que registraron un dinamismo importante por que tuvieron mayor flexibilidad en el ajuste de su producción.

A partir de los años ochenta la modificación del modelo de producción a través de agrupaciones de pequeñas empresas respondieron como aglomeraciones productivas en las que las relaciones e interacción entre éstas son más importantes que el tamaño, el entorno social o de producción de éstas (Bianchi y Di Tommaso, 1998)

La transformación de la producción industrial también se identificó en las condiciones geográficas a través de otra forma de distribución territorial de las unidades productivas, por la

ubicación de la industria, el tamaño de la empresa, diferente uso de tecnología e interrelación con clientes, proveedores e instituciones. Este otro escenario generó en los productores la necesidad de adaptarse a la realidad del nuevo contexto económico de apertura comercial y de las condiciones del mercado interno, en el que los empresarios tuvieron que reconocer la importancia del cambio en las tácticas competitivas existentes para mantenerse en el mercado. Esto provocó que las empresas que no fueran competitivas, sin que importara su tamaño, el mismo mercado las dejaba desaparecer.

De esta manera, se transitó de las producciones de bienes estandarizados dirigidas a mercados homogéneos y masivos, a la manufactura con tirajes pequeños de productos hechos a la medida del cliente y esto se tradujo en que el eje de la competencia se trasladara de los precios para productos homogéneos a la innovación y el diseño para productos diferenciados. La producción flexible volvió a los métodos de producción artesanales como un nuevo formato de posibilidades productivas, con innovaciones tecnológicas y organización empresarial y hasta en la configuración espacial de los territorios (Helmsing, 1999).

En el caso de América Latina, en particular en México, la transición de un modelo de producción en serie al de especialización flexible fue más lento que en otros países. El modelo de industrialización por sustitución de importaciones en la década de los ochenta registró un perfil caracterizado por la estandarización de la producción, la automatización y el predominio de la gran empresa como centralizadora de las decisiones. Esta última tuvo problemas internos debido a una organización piramidal jerárquica que entorpecía la comunicación interna y dificultó la asimilación del proceso de innovación (Pozos, 1996).

No obstante, en los años ochenta, la política económica de México en el contexto de la globalización provocó un cambio económico, acompañado de decisiones en materia comercial, más que industrial, como fue la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); no obstante, este tipo de acciones no influyeron en la promoción y crecimiento industrial ni en la generación de empleos en cantidad necesaria para contribuir a la oferta ocupacional.

Por su parte, Casalet (2000) señala que en México se percibe más el quehacer público frente a la mínima participación del sector privado. Esta situación forzó a las instituciones a operar con un régimen inadecuado de incentivos, burocracia, oportunismo y falta de respuesta, que derivó

en el uso ineficiente de los recursos empleados. En ese contexto, la política industrial tradicional desconocía la importancia y las posibilidades de las pequeñas empresas a las que se les proveía de apoyo financiero inadecuado y fuera de su alcance, sin considerarlas capaces de competir a escala internacional por su baja productividad y debilidad tecnológica, lo que les impidió mejor participación en la economía (Casalet, 2000).

En el caso de Guadalajara, Pozos (1996) identificó que los empresarios del sector manufacturero experimentaron un estancamiento que se debió a la falta de capacidad de diseño de estrategias para enfrentar el reto impuesto por la apertura comercial. Los empresarios y el gobierno estatal se vieron limitados ante las drásticas transformaciones que experimentaron la economía nacional, estatal, y local; no obstante, los productores tuvieron que competir con los productos extranjeros: se incrementaron las importaciones de productos básicos y de uso personal como alimentos, prendas de vestir y calzado.

De acuerdo con Piore y Sabel (1984), las estrategias que estableció el paradigma de producción flexible ante la exigencia del mercado se circunscriben en cuatro características:

1. Identificar la mejor combinación entre flexibilidad y especialización, por ejemplo, buscar la reducción de costos de producción pero con un proceso tan especializado que se identifique como un producto único.
2. Reducir la entrada a extraños delimitando accesos como parte de un proceso que tienda a la especialización.
3. Actualizar diseño, tecnología y materia prima como estrategia de productividad y supervivencia: si se tiene éxito se fomenta la competencia; en consecuencia, se favorece a la innovación.
4. Prohibir la competencia que no ofrezca innovación continua.

En este caso Piore y Sabel (1984), señalan que la innovación es difícil de organizar debido a problemas de coordinación de las actividades innovadoras. Por ello, señalan como necesaria la creación de instituciones que faciliten la cooperación dentro de las propias empresas y formar instituciones que fomenten y coordinen la innovación entre ellas, sin dejar de lado que una coordinación mal llevada acaba con la competencia. Estas estrategias del modelo de producción flexible están determinadas por las reglas propias del mercado que generan una situación de competitividad, pero cada unidad productiva decide cómo aplicarlas y llevarlas a cabo. También hay casos que no cuentan con información completa, aunque poseen márgenes, determinados por el contexto, de maniobra y autonomía en sus acciones.

Piore y Sabel (1984) advierten que los sistemas de producción flexible corren el riesgo de estancarse por falta de innovaciones notorias y por la búsqueda de reducir costos, ya que las estrategias que seleccionan no siempre son las más adecuadas para su condición en el mercado. Algunos ejemplos son el uso de materiales de baja calidad, explotación de la mano de obra, no abrirse a nuevos mercados y no hacer innovaciones.

Para identificar las formas en que las unidades productivas se organizan y establecen en el territorio, Piore y Sabel (1984) señalaron cuatro tipos de especialización flexible: a) Empresas federadas. Son las empresas que poseen acciones y tienen consejos de administración entrelazados, comparten instalaciones financieras y comerciales. b) Empresas solares. Este modelo de proveedores está basado en el sistema solar, es decir, un sistema productivo caracterizado por relaciones de subcontratación entre una gran empresa y un conjunto de pequeñas y medianas empresas localizadas en el mismo territorio. c) Fábricas-taller. Son empresas que tienen un tamaño que es consecuencia de la cantidad de capital que necesitan sus productos y no de las economías de escala. d) Distritos industriales. Son un núcleo de pequeñas empresas entrelazadas en una compleja red de competencia y cooperación y entre las que no hay una dominante. Ninguna institución aglutina formalmente a las empresas como grupo. Dentro de este tipo de producción flexible, el papel de las instituciones es facilitar la actividad y desempeño de las empresas productivas brindando capacitación, información y tecnología; entre éstas pueden figurar cámaras, sindicatos, gremios y cooperativas para comprar materiales, comercializar los productos del lugar, conseguir créditos favorables para sus miembros y suministrar productos semiacabados cuya fabricación permita obtener economías de escala (Piore y Sabel, 1984).

Se puede señalar que las pequeñas unidades productivas pueden ser competitivas si recuperan en forma de ventaja colectiva lo que carecen individualmente por su tamaño reducido y sus características de producción; entonces se les podría identificar una eficiencia colectiva, contraria a la eficiencia individual tradicional. Tiene dos dimensiones:

1. Se trata de una producción colateral no voluntaria, que los economistas denominan como “economía externa” producida por una pluralidad de actores que operan en un entorno específico, y

2. El resultado de “acciones conjuntas” perseguidas deliberadamente por un grupo de agentes interactivos.

En este contexto, se dieron a conocer los casos del crecimiento de regiones debido a sus condiciones y dinámicas internas identificadas por académicos de Europa y de Estados Unidos; Giacomo Becattini, desde Italia, trata el caso europeo en (1979), y Alan Scott, en (1988), aborda lo que sucede en California, Estados Unidos. Con estos autores se abre paso a la teorización sobre el desarrollo territorial en los que se daba a conocer el fenómeno de regiones y ciudades exitosas (Moncayo, 2001).

El concepto de especialización flexible implicó una manera particular de producir que significó la transformación desde la base artesanal a la tecno-científica, con especial atención en la naturaleza de los bienes finales, la ordenación espacial de los territorios, pasando por el tamaño de las empresas, las relaciones entre ellas y la organización de los procesos del trabajo, introdujo tres conceptos como perspectivas de producción más reconocidos en la literatura a los que se les llamó distritos industriales (DI), clústeres industriales (CI) y sistemas productivos locales (SPL).

2.2 Perspectivas de análisis del distrito industrial, clúster industrial y sistemas productivos locales

2.2.1 Distritos industriales

A partir de la literatura especializada en analizar a los distritos industriales (DI) se conciben como un modelo de producción cuyas características se han debatido desde diferentes disciplinas, incluyendo la geográfica, económica, sociológica, histórica y del desarrollo regional. En consecuencia se ha observado el comportamiento del fenómeno en diferentes partes del mundo, situación que ha brindado un gran aporte al estudio de sus características y especificidades.

Alfred Marshall introdujo el concepto de los DI a principios del siglo XX e identificó las ventajas que ofrece la concentración de la actividad económica; Giacomo Becattini retoma y revive la concepción del DI al explicar que las ventajas de la producción a gran escala pueden lograrlas una población de pequeñas empresas concentradas en un determinado territorio, subdivididas en fases productivas y surtirse de un solo mercado local de trabajo. Esta realidad

fue lo que marcó al DI en el modelo simbólico de desarrollo local en la región de la Terza, Italia (Dei Ottati, 1995); (Trullén, 2015).

Becattini (1992) y (2002) fundamenta sus estudios desde la teoría del capital social ¹⁴, que establece que las relaciones están incrustadas en un tejido social y cultural como un conjunto de valores, costumbres, tradiciones, cultura, conocimientos y experiencias que estimulan la confianza y permiten la coordinación y la cooperación en el conjunto de la sociedad entre las personas y las comunidades para alcanzar sus objetivos de beneficio mutuo.

Becattini y académicos especialistas de los DI, (Brusco, 1992), (Capecchi, 1992), (Sforzi, 2015, 1992), Dei Otatti (2016) entre otros, le conceden al concepto de DI un formato de emprender y producir en la que circunscriben como factor característico la interacción sociocultural a partir de donde prospera su modelo y que manifiestan básicamente con las siguientes características:

a) El contexto histórico y sociocultural de la comunidad, en el que cuentan los valores, comportamientos y conocimientos que resaltan la importancia del agente social en el proceso productivo y las relaciones de intercambio, de manera que cuentan con un mecanismo de confianza que reduce el costo global de la producción considerado en su conjunto; la familia, el mercado, la empresa, la escuela y las autoridades locales preservan por generaciones el sistema de valores comunitarios (Becattini, 1992, 2002).

b) Aglomeración de pequeñas empresas que pertenecen a la misma actividad y se localizan en un mismo espacio geográfico, técnicamente preparadas para el trabajo y forman la estructura productiva: fábricas, talleres artesanales, trabajo a domicilio y autoproducción familiar. De esta manera, son fábricas pequeñas ligadas en su mayoría al territorio y a las características de la población, dedicadas a cada una de las fases de un mismo proceso complejo. La localidad o región se especializa en un producto o serie de productos, como en una o varias fases del proceso productivo. Estas pequeñas, muy pequeñas o medianas empresas se dividen en tres tipos: las que

¹⁴ El capital social como la fuente de beneficios que trasciende una red más allá de la familia próxima, es decir, los bienes ganados gracias a la pertenencia a redes. Se observa con frecuencia como una explicación del acceso al empleo, la movilidad a través de los escalafones ocupacionales y el éxito empresarial. (Portes, 1999). También al capital social se le atribuyen los valores convertidos en normas, como la confianza, la solidaridad o la reciprocidad. A partir de estas normas se construyen las redes, las organizaciones y las instituciones que permiten la interacción social y el desarrollo de las sociedades, las cuales además generan una serie de efectos colaterales como las identidades o la información social (Consortio de Investigaciones Económicas, 2006).

elaboran bienes finales directamente para el mercado, las que realizan procesos particulares de las etapas de producción o subcontratistas y empresas auxiliares (Becattini 1992, 2002; Brusco 1992; Cappechi 1992).

c) La atmósfera industrial es aquella en la que se percibe una actitud favorable al trabajo y se transmite el conocimiento tácito, es decir, el que se aprende con la experiencia, se registra con los sentidos y la mente para que se realice como parte de la vida cotidiana. Este conocimiento es con el que conviven los trabajadores, que, al estar muy familiarizados con su máquina, son capaces de evitar un mal funcionamiento antes de que ocurra cualquier percance o tienen la intuición de posibles aplicaciones diferentes de la rutina diaria. En el caso de un empresario con conocimiento del mercado, permite conducir la producción de acuerdo con la necesidad latente del consumidor. (Becattini 1992, 2002; Brusco 1992; Cappechi 1992).

d) Relaciones de cooperación y competencia entre las empresas: esto significa que las empresas no luchan entre sí, sino que intentan encontrar mercados para nuevas producciones sin efectos destructivos en el mercado del DI. La cooperación se da por la interacción entre las empresas a través del acuerdo de subcontratación o créditos, en tanto que la competencia se da entre empresas que producen el mismo producto y no se centran en los costos, sino en la calidad e identifican formas de colaboración en la producción. De esta manera, la competencia y colaboración hace que las empresas mejoren e incrementen su situación económica y el sistema de valores sociales genera que se regule la competencia encaminada a la solidaridad (Becattini 1992, 2002; Brusco 1992; Cappechi 1992).

e) La innovación tecnológica. El DI se caracteriza por la constante innovación del producto, debido a que de ello depende su lugar en el mercado. La introducción continua de nuevas técnicas de producción y frecuentes mejoras del producto, permite la introducción de avances tecnológicos en un proceso que se asimila gradualmente. Aunque existen algunas innovaciones que se originan tanto al interior como al exterior de las empresas, no necesariamente implican investigación y aplicación de alta tecnología. La innovación más relevante se puede dar en las áreas de diseño, proceso industrial y en la gestión empresarial, como la organización y comercialización; de esta forma, el distrito cuenta con una imagen o marca distintiva del producto que lo diferencia de los demás en el mercado. La innovación tecnológica juega un papel preponderante en lo que se refiere a las necesidades a satisfacer y la interpretación en la

elaboración de un proyecto para un producto en particular, en la fase que es vital garantizar que el artículo cumpla con los requisitos funcionales y estéticos y en ese momento es económicamente competitivo. También es muy importante en la fase que se produce, generalmente en los laboratorios de investigación y conduce o se transforma en las patentes de nuevas máquinas, nuevos materiales, nuevas fórmulas para nuevas manufacturas y nuevas marcas (Becattini 1992, 2002; Brusco 1992; Cappechi 1992).

f) Una estructura crediticia dispuesta a costear y superar el problema del financiamiento que tienen las pequeñas empresas, tanto para iniciativas pequeñas o grandes, y que ayuden a la gente a utilizar cada vez mayor cantidad de tiempo libre para producir bienes que pueden ser vendidos como artículos en el mercado. Se trata de un organismo que funciona como un banco local, el cual nace y se reproduce en el distrito y está inmerso en los requerimientos de la vida local (Becattini, 1992), (2002); (Brusco, 1992); (Capecchi, 1992).

g) Existe una fuerte interconexión entre el distrito como realidad productiva y la zona como una mezcla de vida familiar, política y social. Son elementos de conciencia de clase e identidad local a través de instituciones o asociaciones que representen los intereses de los individuos de la comunidad.

Tabla 3. Características de los DI Contemporáneos (DIC): (DIMarshalliano + Capital Social = DIC)

Características de los DI Contemporáneos (DIC): (DIMarshalliano + Capital Social = DIC)	
a)	Contexto histórico y cultural de la comunidad (capital social).
b)	Aglomeración de pequeñas empresas que pertenecen al mismo sector y se localizan en un mismo espacio geográfico delimitado.
c)	Atmósfera industrial: ambiente en el que se percibe una actitud favorable al trabajo.
d)	Las relaciones entre empresas tienen un entrelazamiento de cooperación y competencia.
e)	Innovación tecnológica.
f)	Estructura crediticia y financiera.
g)	Identidad del DI con la vida familiar, política y social de la comunidad.

Fuente: Elaboración propia con información de (Becattini, 1992), (2002); (Brusco, 1992); (Capecchi, 1992).

El modelo de DI ha sido tan reconocido y aceptado que se promovió como estrategia de política industrial y por grupos empresariales interesados en su especialización productiva, de tal forma que las características de los DI han sido analizadas y aplicadas en diferentes países

Europeos, como Italia, España y Alemania, es decir, Emilia Romagna, Valencia y Baden Württemberg, respectivamente.

En relación al estudio sobre DI, (Parra, García, y Jiménez, 2008) establecen una serie de aspectos y precisiones sobre la característica de las relaciones de cooperación y competencia que producen los DI. Señalan que la proximidad geográfica permite detectar los cambios en la tecnología, los productos, las técnicas de marketing y las tácticas de los competidores. Esta característica en los distritos se mantiene por la continua incorporación de nuevas empresas.

Parra *et al.* (2008) añaden que las empresas pertenecientes a un DI conservan una elevada cooperación a través de relaciones informales y poco estructuradas. Esta colaboración y la comunicación que se da entre las empresas de un distrito permiten que surja la necesidad de compartir un lenguaje, la confianza y el sentimiento de pertenecer a una misma comunidad. Las empresas de un distrito suelen ser muy especializadas, lo que provoca que las industrias del sistema sean mutuamente dependientes, necesariamente cooperativas.

Parra *et al.* (2008) refirieron que, en relación a la cooperación y competencia, los asuntos en los que las empresas del distrito se apoyan más para lograr resultados conjuntos son las exportaciones, el tratamiento de residuos y el entrenamiento del personal de colaboración; todo esto, dicen, se efectúa de manera espontánea. Por último, concluyen que las relaciones de competencia pueden provocar una fuerte rivalidad basada en precios y aumento en los costos de determinados recursos que pueden incidir de manera negativa sobre la generación de ventajas competitivas.

En los siguientes apartados se presentan los casos de ciudades productoras de joyería que de acuerdo con sus autores empatan sus características con las del DI, se presentan como evidencia de la perspectiva o modelo conceptual, con ello posteriormente se analizan las demás perspectivas teóricas de especialización flexible con diferentes casos de la industria de la joyería de ciudades de Italia, Reino Unido, India, Tailandia y España para explicar el caso de Guadalajara.

2.2.1.1 Caso de la industria de la joyería de ciudades de Italia



Fuente: Dolcestilonovo, 2011.

Italia es conocida por sus joyas de oro, incluyendo productos de cadena de oro producidos en Arezzo y Vicenza, aunque ésta región, -Valenza Po- es la más orientada a la joyería de piedras preciosas. Estas tres locaciones están dominadas por pequeñas y medianas empresas (PYME) y cuentan con una serie de instituciones de apoyo, como escuelas de diseño, ferias, cámaras de comercio y organizaciones de empleadores y trabajadores.

Geográficamente están concentrados en clústeres sectoriales o aglomeraciones de firmas locales en las que se encuentran mejor organizadas para enfrentar los desafíos competitivos del sector, responder a las últimas tendencias industriales que ocurren dentro y fuera del DI, a las tendencias en las preferencias del consumo, compradores, estrategias de abastecimiento, desarrollos normativos, cambios de modas y posibilidades tecnológicas (Pike.2009).

De tal forma que la composición de la estructura de clases sociales de los distritos de la región norte de Italia es formada básicamente por pequeños empresarios, artesanos y trabajadores calificados; la mayoría de las empresas son familiares; y entre los diversos agentes económicos (empresarios, artesanos, trabajadores) predominan, además de lazos de parentesco, vínculos de amistad, compadrazgo o vecindario; y, también, existe un sistema de valores locales compartidos; las relaciones de confianza y solidaridad tienen un peso mucho más significativo que las relaciones netamente contractuales, características de estos centros industriales tradicionales. Estas relaciones de confianza impregnan los vínculos interempresariales y, al mismo tiempo, se disminuyen las "distancias sociales" entre patrones y trabajadores, lo que coadyuva a un mayor compromiso de participación y colaboración de estos últimos con la firma en la que desarrollan la actividad (Quintar y Gatto, 1992).

El escenario del nivel de competencia internacional entre las industrias de procesamiento de joyas y su manufactura se agrupan para tener capacidad de creatividad, innovación y flexibilidad en la gestión del cambio continuo (Pyke, 2009).

La demanda de joyería solicita de la cadena de producción una mayor gama de servicios, tales como paquetería, reparación, reabastecimiento de existencias, personalización y servicios de pedido especial. La tendencia de esta industria ha producido competencia de productos y procesos, así como la promoción de marcas (Pyke, 2009).

El diseño es primordial, así como la sensibilidad a las modas, y las variaciones, las diferencias entre los mercados nacionales y dentro de los mercados nacionales. También la innovación, en el uso de nuevas tecnologías, nuevos materiales y creación de nuevos productos o combinaciones de productos. Las innovaciones en la cadena de suministro, desarrollos en la organización intencional de la cadena de suministro y las relaciones entre los actores, la distribución de nuevas empresas y los vínculos con los consumidores, la oferta, la flexibilidad en la variación de los productos y las cantidades, y los servicios a lo largo de la cadena de suministro (Pyke, 2009).

En este contexto, las ciudades productoras de joyería en Italia se distinguen por los principales aspectos socio-culturales que los distritos industriales italianos en general presentan como es el fenómeno de capital social propio de las regiones del centro y noroeste de Italia que comparten condiciones histórico-culturales comunes y un sistema de valores que sirven de base para el

desarrollo y la reproducción de dichos distritos. La estructura social y el sistema de valores locales como precondiciones para el desarrollo de los distritos consiste en la homogeneidad en la estratificación de las ocupaciones e ingresos de sus miembros, que se deriva de las características que tuvo la actividad agrícola en la región, y la importancia que asume en ella la institución familiar como socializadora de un sistema de valores -centrado en la ética del trabajo y el espíritu de progreso- como organizadora del comportamiento socioeconómico (Pyke, 2009).

En contraparte, los miembros del distrito que no aspiren a mejorar su actividad y su posición en el trabajo y se conformen con desarrollar una actividad inferior a su capacidad o que no encuentran un lugar de trabajo que se adecue a sus habilidades, son socialmente estigmatizados. Por el contrario, una actitud innovadora y competitiva es muy valorada e, incluso, si el resultado de la misma fracasa, el sujeto es solidariamente estimulado para volver a intentarlo (Quintar y Gatto, 1992).

Para la industria de la joyería de las ciudades italianas, el mercado de exportación es el más importante, las exportaciones italianas de joyería representan el cincuenta por ciento de las ventas, y de esas exportaciones las tres ciudades de Vicenza, Arezzo y Valenza Po representan el ochenta y uno por ciento. El área de Milán representa otro once por ciento.

Los tres principales distritos de joyería italianos, junto con Milán, han generado la mayor exportación de joyas preciosas. Sin embargo, desde finales de los noventa, la dominación italiana de las exportaciones ha sido muy cuestionada por la llegada a los mercados mundiales de productos procedentes de los nuevos países proveedores como China e India, así como Tailandia y Turquía.

En el particular caso de los países que más compiten en la producción de joyería con Italia son los que cuentan con CI, como es el caso de India y Tailandia que más adelante se presentan.

2.2.1.2 Caso de la industria de la joyería de ciudades de Reino Unido

Por otro lado, se puede señalar en el Reino Unido, el caso de Ciudad Fringe como el más reconocido en el comercio británico de joyería desde el siglo XVI. Esta región representa de acuerdo con Bagwell (2008) la concentración en localización del sector más importante formado por fabricantes de joyas, proveedores, mayoristas, plateros, minoristas y diseñadores. Las

empresas son predominantemente pequeñas empresas familiares independientes o comerciantes individuales, con diez ó menos empleados. El área del Jardín de Hatton es el lugar del distrito industrial de Ciudad Fringe y es reconocido como un importante centro para la industria de la joyería del Reino Unido, así como para los diamantes en particular. También están presentes en la zona una serie de academias y proveedores de apoyo especializados del sector.

La principal ventaja estratégica para las empresas joyeras es la ubicación central porque perderían a la mayoría de sus clientes si no tienen una base en el área, así como el buen enlace de transporte que les permite reclutar y retener al personal, como a los clientes, además la presencia de las más fuertes cadenas de suministro locales proporcionan una fuente informal de información útil para intercambio de información y habilidades entre los diferentes subsectores de la industria (Bagwell, 2008).

En los últimos diez a quince años el aumento de los precios inmobiliarios, por la llegada de extranjeros, la competencia y el envejecimiento de la mano de obra han llevado a una disminución del empleo y la preocupación de que el futuro del DI pueda verse amenazado. La tendencia del empleo sugiere que las microempresas forman cada vez más una proporción mayor de empresas dentro del DI, esto se explica por la disminución de la producción y el creciente número de diseñadores que entran en el distrito (Bagwell, 2008).



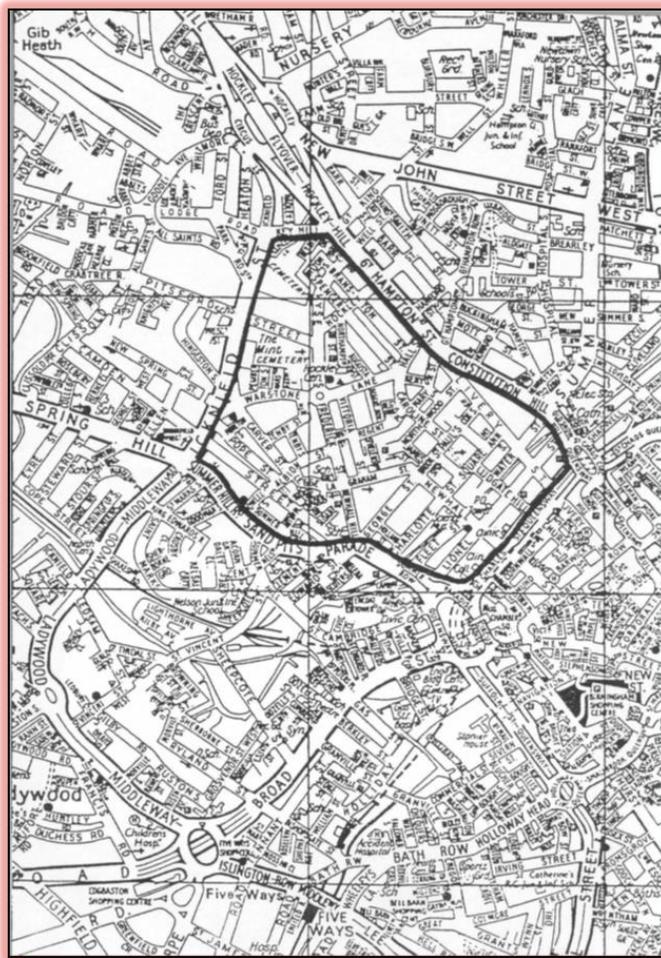
Localización de la industria de la joyería de Ciudad Fringe. Fuente: Bagwell (2008).

Ante estas circunstancias los sectores público y privado han propuesto actividades de apoyo y la participación de asociaciones como estrategia de crecimiento urbano, los que proponen crear un centro de joyería y fondos garantizados para el desarrollo del sector de la joyería, apoyado también por el Departamento de Comercio en busca de la competitividad de la industria crearon el Grupo Directivo Nacional de Joyería para representar a la industria y participar en foros regionales como mecanismo para generar ideas para abordar y representar los intereses de las empresas joyeras de Londres. Desde entonces se han realizado una serie de estudios de investigación que analice las necesidades de desarrollo de la fuerza de trabajo, identificando las principales necesidades para el DI de esta región (Bagwell, 2008).

Por otra parte, se identificó en el Reino Unido el declive del Barrio de Joyería en Birmingham a través del estudio realizado por De Propis y Lazzaretti (2009) como Distrito Industrial Marshalliano. En los últimos años del siglo XX esta industria alcanzó el máximo en su ciclo de vida, seguido por un período de estancamiento y contracción más reciente.

Los autores partieron de una base de datos única con alrededor de 11 400 firmas de la que describen la organización de la producción en la industria de la joyería con la que calculan los nacimientos y muertes y curvas de densidad de las empresas por actividades de producción; y al aplicar el modelo ecológico los hallazgos fueron que en términos demográficos, la densidad de la empresa a principios de 1900 y el multiplicador de la tasa de fundación disminuyó a partir de entonces; mientras que, en términos generales, se puede decir que desde los años setenta, el barrio de la joyería ha experimentado un proceso lento de debilitamiento evidente por las cifras de empleo, los autores señalan que se debió a la debilidad de su mercado interno y la incapacidad para penetrar en los mercados extranjeros (De Propis y Lazzaretti, 2009).

En el lado de la oferta, ha habido un desglose de la división interna del trabajo, ya que algunas especializaciones han desaparecido, y las importaciones de productos acabados o semiacabados son más baratos por lo que han inundado el mercado interno. Sin embargo, el Barrio de la Joyería de Birmingham sigue teniendo la concentración de joyería y manufacturas relacionadas con la industria y las empresas de servicios. Pero existe una base manufacturera más pequeña y más significativa, mientras que la venta al por menor ha estado en constante expansión. Si en 1973 hubo menos de treinta empresas con ventas y ventas al por menor (corresponden a menos del cinco por ciento del total), un censo de actividades en el trimestre de 2005 (De Propis, 2005) demostró que cuentan con 124 empresas en actividades relacionadas con el comercio minorista, lo que indica el movimiento para aumentar las actividades de venta al por menor se ha segmentado por la de demanda de alto valor agregado con joyas de diseñadores y piezas. Esto se refleja en las agencias de políticas locales que reconocen cada vez más el contenido creativo de la fabricación de joyas y el valor añadido que esto puede aportar a la industria, lo que ha ocasionado que se le clasifique más recientemente en la industria de la joyería como un consumidor de alto valor añadido (Ver también Foro Económico Birmingham y Solihull, 2005, Hall y Welch, 2005).



Localización de la industria de la joyería del Barrio de Birmingham. Fuente: De Propis y Lazzaretti (2009).

De esta forma, se reconoció el diseño como fundamental para el éxito empresarial en la joyería. El cambio de la fabricación a diseño de joyas creativas coinciden con alguna reestructuración en la industria, también podría ofrecer más esperanza de su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, concluyen los autores que el declive del Barrio de Joyería de Birmingham como Distrito Industrial Marshalliano no coincide con su muerte, sino más bien con un posible renacimiento como un distrito creativo urbano, donde las diferencias en la naturaleza de las actividades se acoplan con la continuidad en la forma de organización socio-productiva.

2.2.2 Clúster Industrial

El concepto de Clúster Industrial (CI) es un modelo de análisis de producción que se ha expandido como los DI; hasta se les ha llegado a utilizar como sinónimo ¹⁵ por partir de la característica que tienen en común; aglomeración espacial y geográfica de pequeñas unidades productoras. Porter M. (1990), una década después de haberse difundido el trabajo de Becattini (1979), dio a conocer las características del modelo de clúster, a las que se refirió como una aglomeración de empresas delimitadas geográficamente, con proveedores, prestadores de servicios, instituciones asociadas en el mismo sector productivo, varios tipos de vínculos con externalidades y complementariedades. Los clústeres, explica Porter, son una manifestación natural del rol del conocimiento especializado, habilidades, infraestructura e industrias de soporte que fortalecen la productividad. Éstas tienen un canal definido que fomenta interdependencias entre las actividades de una misma localización. Cuentan con una combinación de relaciones de proveeduría, mercados de trabajo común, rivalidad, conocimiento acumulado y efectos de innovación dirigidos a su especialización. La definición de los clústeres se construye sobre tres dimensiones claves:

1. Dimensión geográfica. De ahí resultan las externalidades que dependen de la proximidad, de tal manera que diferentes clústeres están concentrados en regiones particulares, grandes naciones y en ocasiones en pequeños poblados.

2. Dimensión de “actividad”. Envuelven compañías con actividades en diferentes industrias que son interconectadas con otras para la provisión de bienes y servicios valorados por sus consumidores.

3. Dimensión sobre un ambiente de negocio. Los efectos y las condiciones resultado de las acciones de compañías del mismo clúster, de agencias de gobierno, universidades, otras instituciones públicas y privadas actúan colectivamente o individualmente (Porter, 1990); Porter y Ketels, 2009).

¹⁵ El autor Porter M. con Ketels C. publica el capítulo: “Clusters y distritos industriales: rutas comunes, diferentes perspectivas” en el libro Manual de los Distritos Industriales, (2009). En Becattini, G., Bellandi, M., De Propis, L., (Editores) en Handbook of Industrial Districts. EE. Pp. 173-183.

Altenburg- Meyer (1999) agregan que un CI es una aglomeración de un número significativo de empresas de un área geográfica delimitada que tiene un claro perfil de especialización y en el cual el grado de división del trabajo y de interacción entre las empresas es elevado. Es importante destacar que el concepto del modelo de clúster aboga por potenciar las concentraciones emergentes de empresas y por fomentar el desarrollo de aquellos campos que tengan lazos más fuertes con cada CI o efectos mayores de éste. Los CI pueden surgir tanto en sectores de alta tecnología como en sectores tradicionales, industriales y de servicios.

Algunas regiones tienen un único CI dominante, mientras que otras tienen varios. Por ello, los factores más importantes para explicar la aglomeración de ciertas actividades en determinada región son la interacción y vínculos entre las empresas, los costos de transporte y la movilidad factorial de producción. Entonces, concentran la producción en pocas ubicaciones a través de la interacción entre las empresas. Sobre los costos de transporte, las mejores localizaciones son aquellas que tienen un buen acceso a los mercados y a los proveedores. Pero este acceso estará en esos puntos en los que se han concentrado las fábricas, y que, en consecuencia, atraen a sus alrededores movilidad en la producción (Porter y Ketels, 2009)

Este enfoque hace hincapié en el peso del costo relativo de transporte y en el costo final, lo que explicaría por qué algunas actividades se ubican preferentemente cerca de los recursos naturales, otras se localizan cerca de los mercados que van a abastecer y otras más pueden establecerse en cualquier lugar mientras se produzcan beneficios. A estas últimas se les denomina economías de aglomeración.

Los incentivos para la aglomeración proceden de la relación interindustrial de las empresas, los efectos que tiene la ubicación en la competencia se ha basado en una concepción relativamente simple de rivalidad entre las empresas. La competencia es fundamental, permanente y basada en la minimización de los costos. Las economías que tienen muy baja productividad cuentan con poca rivalidad; las condiciones de la demanda de un país determinan la posibilidad de que sus empresas pasen de ofrecer productos y servicios de imitación y baja calidad a basar su oferta en la diferenciación.

Jaén (2007) precisó que un rasgo distintivo del CI es que incorpora a las instituciones públicas y privadas que apoyan las actividades de las empresas que componen el clúster; es condición

esencial que existan vinculaciones entre las empresas y las instituciones que apoyan a las empresas en actividades como formación, capacitación, orientación e investigación. También señaló que se trata de un concepto en el que los diversos autores que han analizado el CI lo han tratado con el fin de construir una tipología del concepto y cada uno retoma el tema desde diferentes puntos de vista; destaca básicamente tres tipos de CI: los que producen artesanías tradicionales (entre ellos se puede identificar como clústeres exitosos a los distritos industriales de Italia), en los que las mejores condiciones de éxito las proporciona la demanda, la innovación y las relaciones interfirma. Sin embargo, existen muchos casos que no se pueden considerar exitosos, sino de subsistencia.

El segundo tipo son los CI de alta tecnología dedicados a la producción de productos intensivos en capital, en este tipo las empresas dedican gran proporción de recursos a la investigación y desarrollo. Y por último, como tercer tipo, los CI que se basan en la presencia de varias firmas, apoyos institucionales, a escala regional en infraestructura, comunicaciones, investigación, desarrollo y educación.

En cuanto a los CI ubicados en países emergentes como México y en general de América Latina, Jaén (2007) indica que el concepto debe matizarse en relación al contexto de este tipo de países en los que autores como Altenburg-Mayer (1999) y Knorriga (2005) los clasifican en general en tres tipos de CI:

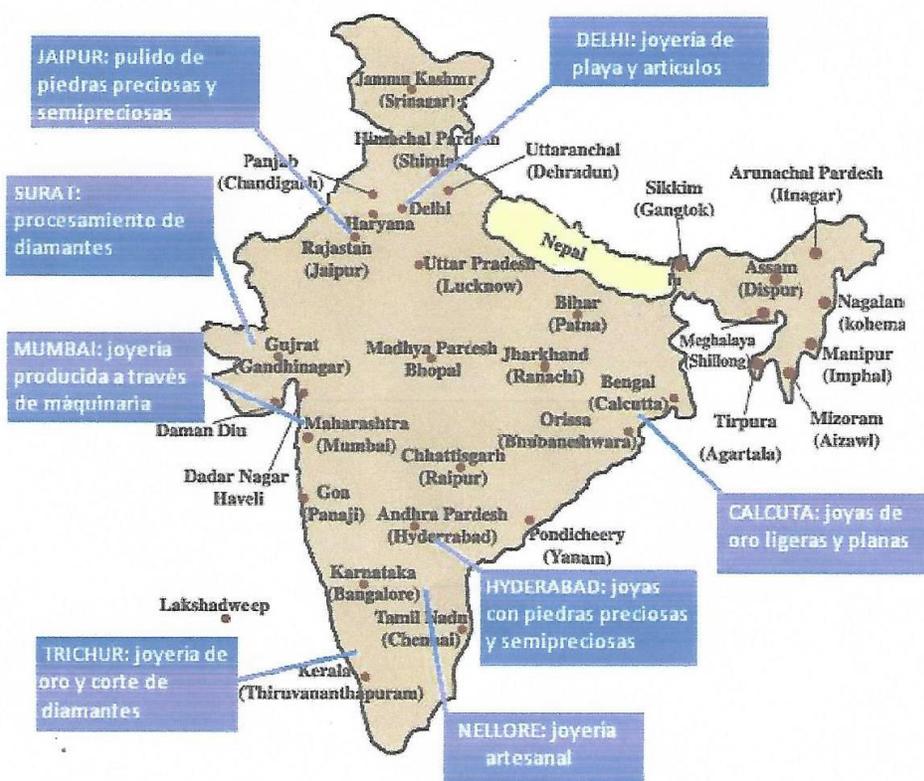
a) De subsistencia: están formados por micro y pequeñas empresas, los cuales producen bienes de consumo de baja calidad y orientados al mercado interno, tienden a ubicarse en las periferias de grandes ciudades, predominan las actividades informales, el nivel de productividad y el ingreso de las empresas es bajo, en tanto que los niveles de especialización y de cooperación interfirma son muy bajos.

b) De productos diferenciados: son los que consideran desde la producción de bienes de consumo final, como calzado o prendas de vestir, hasta producción de bienes estandarizados producidos por firmas con capacidades administrativas y tecnológicas. Estos clústeres tuvieron auge cuando los países aplicaron la política de sustitución de importaciones y por lo que alcanzaron cierto desarrollo.

c) Exógenos: están formados por empresas transnacionales en países en desarrollo con diversas características debido a que se han especializado en la producción de bienes de alta tecnología como electrónica o automotriz. Las empresas de estos clústeres realizan actividades complejas vinculadas con las grandes cadenas productivas globales.

A continuación se muestra evidencia de este tipo de perspectiva de modelo de producción de los CI de ciudades productoras de joyería que se considera mejor representan las características y alcance de lo que se indica en términos teóricos y se refiere a los casos de Trichur en India y Chantaburi de Tailandia en los que las condiciones para esta clasificación se observan justamente más apropiados.

2.2.2.1 Caso de la industria de la ciudad de Trichur en India



Fuente: <http://www.slideshare.net/aanaarden/gems-and-jewellery>

Fuente: Slideshare, 2011

Las unidades de fabricación de joyas y procesamiento de diamantes de la industria artesanal de Trichur en India compiten con las fábricas modernas que usan maquinaria de última generación y operaciones computarizadas. Las unidades productoras de joyas y gemas de esta región han establecido una red mundial de oficinas en cada punto del mapa de la industria del diamante. El crecimiento fenomenal de las exportaciones de gemas y joyas es un récord entre los grandes sectores de exportación de esta ciudad de la India (Ashra, 2005).

Este sector ha crecido hasta convertirse en una de las principales industrias orientadas a la exportación en el país y aporta alrededor del 15 al 20 por ciento de las exportaciones totales de mercancías (y del 20 al 30 por ciento de las exportaciones de productos manufacturados). En

2004 registró un volumen de exportación aproximado de 14 mil millones de dólares, incluso el gobierno de la India considera que el sector de gemas y joyería no solo es gran generador de divisas, sino también un área de impulso para la generación de empleo (Ashra, 2005).

India es un país de gran consumo de oro, y en Trichur se cuenta con infraestructura para el corte de diamantes, con la aparición de joyería de marca internacional en el mercado nacional, la industria está sujeta a la competencia y al crecimiento no sólo de oro y piedras preciosas, además de joyería a base de metal, piedras de incrustación, conchas, madera, semillas de plantas, etc. en oro y otros adornos metálicos que son ampliamente practicados, como patrones étnicos, con motivos incrustados, la artesanía artística en adornos de oro de lo tradicional a lo moderno han creado un nicho en el mercado y se han multiplicado las perspectivas de la demanda (www.msmefoundation.org, 2007).

La industria de la joyería en India es la segunda actividad más importante de divisas. Las exportaciones han crecido significativamente, la cifra de exportación para el sector ha superado el objetivo establecido por el Ministerio de Comercio, con este logro, el objetivo sigue siendo de superarlo; así como las cuestiones referentes a la industria, tales como los precios de transferencia, impuestos de servicio, impuestos especiales en la joyería, el impuesto sobre el valor añadido de marca y otros que necesita atención inmediata (www.msmefoundation.org, 2007).

La historia de la India en fabricación de adornos de oro es única y la fuerza de la región de Trichur se encuentra en dos millones de trabajadores altamente cualificados dedicados a este sector de los que la mitad se dedican exclusivamente a la producción de artículos de joyería para exportación. La mano de obra artesanal es más económica y competitiva y cuenta con la competencia de la técnica en comparación con cualquier centro de corte en el mundo (www.msmefoundation.org, 2007).

India es un gran consumidor y fabricante de oro en el mundo y la demanda anual estimada para el oro en el país es de más de 800 toneladas. Los diseñadores de Trichur han ganado el reconocimiento y premios a nivel internacional, concursos para sus diseños innovadores y también han hecho una marca en el escenario de joyería para el mundo atendiendo así a los gustos variados y cambiantes, las necesidades del mercado a la par que con los estándares

internacionales. Es sólo una cuestión de tiempo para la India convertirse en el más solicitado destino de joyería y Trichur está cerca de ocupar una posición central en el mercado global de diamantes y piedras preciosas de color (www.msmefoundation.org, 2007).

Las ventas de joyería de Trichur cobraron tanto impulso en los mercados de Estados Unidos, y en la industria esperan varios gigantes minoristas mundiales como *Wal-Mart* y *JC Penney* que la fuente de la joyería sea la India. Además, los compradores están recurriendo a nuevos mercados como los países de la Unión Europea y el sudeste de Asia los mercados donde la joyería de este lugar es más lucrativa que la de otros países (www.msmefoundation.org, 2007).

Trichur en India también tiene la ventaja de costos aparte de expertos productores y mano de obra más barata, lo que hace que sea una opción atractiva para la externalización mundial. La cuota de mercado de la India en el sector de la joyería es sólo el cuatro por ciento del mercado mundial. Por lo que pretende aumentar las exportaciones de joyería un margen más importante. El incremento de la industria podría ser presenciado desde los años setenta, debido a la creciente demanda en el mercado interno y la aparición de nueva demanda potencial del mundo (www.msmefoundation.org, 2007).

Trichur ha logrado una posición dominante en diamantes y está emergiendo como el sector de joyería de más rápido crecimiento en el mundo. El apoyo otorgado por el gobierno en términos de políticas pragmáticas ha ayudado significativamente a que la región se considere centro mundial de gemas y joyería tanto en fabricación como en comercio (Ashra, 2005).

2.2.2.2 Caso de la Industria de la Joyería de Chantaburi en Tailandia



Fuente: Karte_gulf_of_Thailand, 2011

Este país del Sudeste de Asia destaca por contar con una de las industrias de joyería con mayor peso dentro de su economía, ya que se le identifica como “el centro con la mayor gama de piedras preciosas”, por contar con gran variedad y calidad de piedras preciosas, semipreciosas, y además de su competencia a nivel mundial por sus diseños vanguardistas en joyería, y contar con tecnología para producir a gran escala joyería que compite en los mercados internacionales (Vasikasin, 2016).

Una de las principales características de esta industria es que se compone de pequeñas y medianas empresas (PYME), que representan el 98 por ciento del total de las empresas a nivel nacional. Las pymes en la industria de las gemas y joyas dependen del beneficio de las economías de escala externas y generalmente operan en su propia área de clusters, como Jewelry Trade Center, Silom, Bangrak, Surawong o grupos alrededor de las regiones mineras de gemas como Kanchanaburi y Chantaburi. Esto se debe a que pueden beneficiarse mutuamente al estar juntos (Vasikasin, 2016).

Desde 1977, el gobierno eliminó los aranceles a la importación de diamantes en bruto y piedras de color rugoso (sin pulir) para aumentar el empleo entre los pulidores y desarrollar la industria del diamante pulido. Posteriormente, en 1980, el gobierno tailandés también eliminó los

aranceles de importación y los impuestos a las empresas sobre diamantes pulidos y piedras de colores para expandir la industria de la confección de joyas y promover a Tailandia como centro mundial de comercio de gemas y diamantes; además hacer la exención del impuesto sobre el valor agregado (IVA) en diamantes y piedras preciosas. (Vasikasin, 2016)

A pesar de los esfuerzos por parte del gobierno para eliminar aranceles a la importación de diamantes en bruto y piedras de colores preciosas, las pequeñas y medianas empresas que se dedicaban al corte y pulido de diamantes han ido desapareciendo, y han sido sustituidas por empresas extranjeras que aprovechan las ventajas competitivas de Tailandia en mano de obra, eliminación de aranceles a la importación, y exención del impuesto ¹⁶.

El Cluster Industrial de Gema en Chantaburi es una ciudad de Tailandia que se compone por empresas dedicadas al procesamiento de materias primas, piedras preciosas y joyas. En los últimos años, las asociaciones comerciales y las instituciones educativas se unieron para alcanzar nuevos y mejores métodos de apoyo a la industria joyera. A fin de crear una estrategia más competitiva entre varios miembros de la industria en Tailandia (*Final Report, Thailand Competitiveness Initiative, Accelerating Economic Recovery in Asia US Government Funded Program through the US Agency for International Development*), (USAID, 2002).

La exportación de gemas y joyas de Tailandia ha demostrado un crecimiento de dos dígitos, sus cifras han seguido a pesar de la crisis financiera asiática en 1997. En 2003, las exportaciones de joyas representaron cerca del tres por ciento del total de Tailandia. El país es competitivo porque tiene varios grupos productores de joyas en la región, entre ellas en Bangkok, Chiang Rai en la región norte del país, Kanchanburi en la región occidental y Chantaburi que está cerca de la frontera camboyana (USAID, 2002).

El grupo Chantaburi fue reconocido por el gobierno tailandés en 1977 por la capacidad de la industria en aportar un alto valor agregado a la industria de la joyería y por haber destacado en la habilidad de sus trabajadores en la precisión del pulido y corte de piedras preciosas como el zafiro azul, el diamante y las piedras de colores, respecto a esta característica cabe señalar que

¹⁶ Información obtenida de primera mano por Alexia Rodríguez Castelazo a través de entrevista realizada a un productor joyero tailandés: Pabhasrawong, P., 16 de enero del 2018, Gemopolis Industrial Estate: Thailand.

esta habilidad es una actividad intensiva de trabajo artesanal, ya que es un oficio que todavía no puede ser sustituido por la máquina y por el que genera un significativo número de contratos de trabajo, de acuerdo con una encuesta del empleo de la Universidad Tailandesa de la Cámara de Comercio (UTCC) en 2010 reflejó 1.3 millones de empleos, de los cuales 865 656 fueron empleos directos para la industria (Vasikasin, 2016).

Por otro lado, Tailandia fue reconocido en 2010 como líder mundial en la exportación de joyería de plata y resalta que para el grupo de Chantaburi de Gemas todavía atrae a compradores de todo el mundo, de los cuales los hindúes y los africanos son los más notorios. También es un gran empleador, que ofrece trabajo a 55 000 personas en 700 fábricas; se identifica que "alrededor del 20 por ciento de la población de la provincia está directamente empleada en el sector de la gema " (USAID, 2002). Tailandia es reconocido como el mayor exportador mundial de piedras preciosas y semipreciosas de colores, sin considerar los diamantes, es el segundo mayor exportador de joyas finas después de Italia (Vasikasin, 2016).

2.2.3 Sistemas Productivos Locales

Los sistemas productivos locales (SPL) son otro tipo de perspectiva teórica que refleja las condiciones de la especialización flexible y que se les denomina como motores del desarrollo industrial porque funcionan a partir de la elaboración de productos de calidad, lo que les otorga un lugar particular en el mercado y no necesariamente ofrecen productos más baratos; producir con calidad es una característica que potencia la innovación en el interior de los SPL: al no competir por costos sino por calidad, se ven forzados a innovar y presentar productos cada vez más renovados y enfocados a las necesidades del mercado. Por lo que los SPL se constituyen como un factor de desarrollo en el sentido que han dado espacio a la innovación en calidad (Rendón y Forero, 2014).

Rendón y Forero (2014) destacan que los SPL son una alternativa de la forma de producción que ha dado respuesta a las externalidades negativas ¹⁷ que generó el modelo fordista, lo que no sólo es significativo en el ámbito teórico, sino que dan cuenta de su efectividad en la economía

¹⁷ En economía una externalidad es un efecto indirecto que se da a partir de las relaciones de producción y consumo. Un ejemplo de una externalidad negativa es la contaminación que ocasionan las empresas al producir un determinado bien.

real, como han demostrado los distritos italianos, por esta razón los SPL pueden ser considerados una respuesta a estas externalidades:

- a) El factor empleo, con la introducción de tecnologías, implica desempleo y disminución salarial, que genera flexibilización del trabajo.
- b) La quiebra en el mercado de las empresas de menor tamaño, incapaces de competir con las economías de escala y liderazgo empresarial en manos de grandes capitales.
- c) El efecto China. Este país emergió al capitalismo a partir de una combinación de organización del trabajo muy semejante al modelo fordista: produce cantidades muy grandes de diversos artículos a muy bajo costo debido al tamaño del país. Utiliza mucha mano de obra a precios muy bajos.

La proliferación de este tipo de ambientes productivos propició mayor competencia y la formación de los SPL, que de acuerdo con Paunero (2001), es la razón por la que este tipo de modo de producción se manejan bajo un código de ética que se transmite de generación en generación con la intención de cuidar su forma de trabajo, al que inclusive llaman parte de su tradición y se pueden identificar con las siguientes características:

- La existencia de un sistema de valores compartidos por el entorno que sirva como amortiguador de conflictividad, con normas sociales específicas.
- Condiciones del entorno social y el fomento cultural.
- Densidad de relaciones familiares y comunitarias.
- Seguridad en la familia (autoconsumo, pluriactividad, entre otros).

Este mismo autor, Paunero (2001), agrega que los SPL se constituyen espacialmente por empresas que trabajan en torno a la producción y comercialización de uno o varios productos de un mismo sector. Son empresas agrupadas geográficamente, pero cumplen con una serie de condiciones que las hacen ser de mayor complejidad que nada más la aglomeración de unidades productivas, y se refieren a que:

- a) Las empresas pertenecientes a la aglomeración son en su mayoría micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

b) Existen empresas que operan en los eslabones de la cadena productiva y comercializadora de los productos que son centrales en la aglomeración.

c) No hay una empresa que tenga un poder de mercado lo suficientemente grande como para subyugar la actividad productiva y comercial de las otras empresas de la aglomeración.

d) Hay una dinámica de asociatividad entre y desde las empresas, que potencia la competitividad, la productividad y la innovación.

Respecto de la aglomeración o factores de localización económica, de acuerdo con Méndez (1997), las decisiones que toman las empresas, en el momento de su creación como en situaciones posteriores pueden verse influidas por diferentes causas, entre ellas se puede dividir en dos tipos de factores, los que se guían por el carácter económico que buscan la ventaja competitiva en todo momento y los factores extraeconómicos que dirigen la localización en función de criterios psicológicos, sociales, culturales y políticos. Estos factores, señala Méndez (1997:279) han sido valorados de forma desigual por las perspectivas teóricas y por tanto deben considerarse para completar el estudio de las actividades productivas en relación con las perspectivas.

1. El primer criterio que guía la localización es la reducción de costes asociados al desarrollo de la actividad, que implican los costos de producción, el desplazamiento de las mercancías, las personas y la información necesaria para el funcionamiento de las empresas.
2. Condiciones ecológicas y recursos naturales, son las ocupaciones o actividades del hombre para mantenerse y procurarse las seis clases más importantes de productos que requiere: alimentos, vestidos, habitación, combustible, herramientas y materiales para la industria y artículos de lujo. La geografía económica es el estudio de la relación entre los factores físicos del medio con las condiciones económicas de las ocupaciones productivas y la distribución de lo que se produce.
3. Población y mercado de trabajo se refiere a la población de un territorio que puede condicionar su capacidad de generar y atraer empresas, con su doble condición de fuerza de trabajo y al mismo tiempo consumidora de una parte de los bienes generados.

4. Capital e inversión productiva, se trata de todos los bienes, monetarios y materiales que se utilizan para la producción de otros bienes que no se consumen en ese proceso. Es decir, la acumulación de capital fijo en el territorio, bajo la forma de infraestructura como equipamientos: polígonos industriales, parques empresariales, bienes de equipo como maquinaria, instalaciones productivas, universidades, viviendas; redes de abastecimiento de agua y saneamiento, carreteras. Y en este sentido, se valora el precio del dinero su disponibilidad o si es inmovilizado y sufre desgaste y una depreciación o cobra mayor valor por su funcionamiento eficiente y favorecen la calidad de vida.
5. Mercado de consumo o la posibilidad de incrementar los ingresos de la empresa por ubicarse junto a un mercado de consumo capaz de asegurar una demanda amplia y diversificada
6. Externalidades y polarización espacial que se benefician de las economías de urbanización derivadas de las mejores condiciones objetivas de que disfrutaban espacios con alta valoración social y la menor sensación de riesgo.
7. La racionalidad imperfecta y factores extraeconómicos. Existen una serie de factores que condicionan y modifican los criterios de racionalidad estricta, originando desviaciones respecto de lo que cabría esperar por la simple aplicación de la lógica. La conjunción de factores psicológicos, sociales, culturales o políticos permite una aproximación interpretativa de estas actuaciones las que cuentan con necesidades o motivos limitados en su conocimiento y en sus capacidades para solucionar problemas buscan minimizar el riesgo y la incertidumbre. En función de estas circunstancias se van por un predominio de decisiones conservadoras, en el sentido de privilegiar lo más conocido y valorado socialmente, se favorece la imitación de comportamiento con éxito e incluso se favorece una fuerte inercia espacial, la distinta capacidad para obtener y procesar la información sobre los territorios, como para asumir los riesgos que implica localizarse en un determinado lugar o abandonarlo (Méndez, 1997).

Bajo estos factores de aglomeración, Paunero (2001) indica que los SPL surgen y se desarrollan en ámbitos específicos, siguiendo pautas que favorecen las interrelaciones empresariales en un mismo territorio, como formación de redes productivas muy similares entre ellos, como las siguientes:

- a) Precondiciones territoriales que favorecen la innovación, como el *know-how* técnico en ciertas actividades con alta concentración de Pymes.
- b) Áreas que, en general, permanecen al margen del proceso fordista de manufactura, pero existe una proximidad espacial entre empresas potencialmente innovadoras.
- c) Expansión basada en economías externas a las empresas.
- d) Economías internas de la región basadas en la experiencia y la calificación profesional.
- e) Intensa división del trabajo entre firmas con redes compactas de relaciones materiales e intangibles (difusión de ideas e información e innovación sobre procesos y productos).
- f) Especialización en alguna rama o sector (productos de elevada elasticidad de la renta y ciclo de vida corto y, mercado segmentado).
- g) Coexistencia de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación o investigación + desarrollo + innovación (I+D+i).
- h) Existencia de un mercado de trabajo flexible, con tradición laboral y cultura industrial.

Con las características de estas pautas propias sobre los SPL, Paunero (2001), subraya que las redes constituyen una parte esencial del funcionamiento de los SPL; se trata de relaciones de cooperación que se generan a partir de dos o más agentes. Las redes tienen distintas funciones, nacen a partir de diversos objetivos y toman diferentes formas y tamaños; como puntualiza Castells (1999), una red depende del análisis particular de la misma en cuanto a su capacidad de conexión, que, a su vez, depende de su capacidad estructural para facilitar la comunicación libre de interferencias entre sus componentes, y la consistencia, que se refiere al grado en que se comparten intereses entre los fines de la red y los de sus componentes.

De acuerdo con Paunero (2001), donde hay cooperación de forma repetida existe una red, pero es en el análisis particular donde se entiende la dinámica de cada una. Las redes son las unidades más pequeñas de un SPL; para que exista un SPL tiene que existir por lo menos una red identificable, en los SPL se generan redes de productores, de colaboración tecnológica y de soporte.

De la estructura general de la red de relaciones interesa el grado de integración que la misma manifiesta entre sus componentes y centralización. El análisis de redes sociales estudia la conducta de los individuos a nivel *micro*, los patrones de relaciones (la estructura de la red) a nivel *macro*, y las interacciones entre los dos niveles. Las redes sociales son conjuntos de

relaciones sociales que ligan individuos u organizaciones en “grupos”. Como resultado tienen interacción, comunicación, intercambio de información. Este tipo de redes se conocen como redes de asociación, redes de pertenencia o redes de implicación conjunta; que asocian un conjunto de actores con un conjunto de acontecimientos (Sanz, 2003).

En este caso, Castells (1999) hace la siguiente tipología de redes interfirma (se refiere a empresas de una misma industria) de la actividad económica en las principales industrias:

- Redes de proveedores: definidas para incluir acuerdos de subcontratación, manufactura de equipo original (OEM, Original Equipment Manufacturer) y manufactura de diseño original (ODM, Original Design Manufacturer) entre un cliente (la compañía central) y sus proveedores de insumos intermedios de producción.
- Las redes de productores: definidas para incluir todos los acuerdos de coproducción que permiten a los productores en competencia unir sus capacidades de producción y sus recursos humanos y financieros para ampliar su cartera de productos y su cobertura geográfica.
- Las redes de clientes: definidas como la previsión de vínculos entre las compañías fabricantes y los distribuidores, los canales de mercado, los revendedores de valor añadido y los usuarios finales, ya sea en los principales mercados de exportación o en los internos.
- Las coaliciones de normalización: iniciadas por los determinadores potenciales de las normas globales con el propósito explícito de encerrar cuantas más firmas sea posible en su producto patentado o normas de interfaz.
- Las redes de cooperación tecnológica: facilitan la adquisición del diseño de un producto y la tecnología de producción, permiten una producción y proceso de desarrollo conjuntos, y que se comparta el conocimiento científico genérico y la I+D.

Estos tipos de redes se convierten en el componente esencial de las cadenas productivas; para que exista un SPL debe estar presente una intención coordinada de producción y comercialización, y esto implica un trabajo conjunto entre empresas, desde los primeros tratamientos de una materia prima, hasta la venta del producto final. Cabe aclarar que la existencia de una cadena productiva no implica la existencia de un SPL, pero éste no es concebible si dentro del mismo no se identifican cadenas productivas; las cadenas productivas se

componen de redes orientadas hacia la producción y puesta en el mercado de un producto (Rendón y Forero, 2014).

Una cadena productiva como la define Gereffi (2001), se refiere al amplio rango de actividades en el diseño, producción y comercialización de un producto. Las cadenas productivas dirigidas al productor son aquellas en las que los grandes fabricantes, comúnmente transnacionales, juegan un papel central en la conducción de las redes de producción, incluyendo los vínculos hacia atrás y hacia adelante. Esto es característico de las industrias de capital y de industrias con tecnología intensiva como la automotriz. Las cadenas productivas dirigidas al comprador se refieren a industrias en las que los grandes detallistas, los comercializadores y los fabricantes juegan papeles de pivotes en el establecimiento de redes de producción descentralizada en una variedad de países exportadores, comúnmente localizados en las economías emergentes. Este modelo de industrialización dirigido al comercio se ha hecho común en las industrias de artículos para el consumidor, que cuentan con una fuerza de trabajo intensiva, como el caso de la industria de la joyería.

Las economías externas, como plantean Soler y Hernández (2006), se generan gracias a la red de relaciones interempresariales que se establecen en el seno de estas aglomeraciones industriales permitiendo una especialización en fases de la producción. Además de poder contar con un mercado laboral denso y de trabajadores cualificados, con una atmósfera que propicia la innovación y el carácter emprendedor del empresario, las compañías se benefician del flujo de información de todo tipo entre ellas; es decir, se trata de un entorno que combina competencia y colaboración inter empresarial.

El SPL es identificable en un territorio, se ubica en el espacio, pero aporta a la construcción del territorio. El término implica una serie de condiciones producidas por la diaria convivencia de quienes lo habitan, es decir, el territorio como espacio de construcción social, el lugar de intercambios y relaciones humanas, materiales y con la naturaleza. Se puede afirmar que el territorio es un espacio de potencialidades que pueden ser aprovechadas de distintas formas por parte de quienes integran un SPL; como afirman Álvarez y Rendón (2010:39) “los territorios no son un factor de competitividad en sí mismos; más bien, cuentan con potencialidades que pueden o no ser aprovechadas según las decisiones políticas que se adopten”.

De esta forma, el territorio no puede ser visto como un factor independiente que suma o resta; es una configuración compleja de carácter geográfico, histórico, político, entre otros factores. La producción en el territorio, por lo tanto, es un producto de éste y, a la vez, un determinante de cómo se desempeña en el presente y hacia el futuro. En este caso, se analiza a la localidad como alternativa de desarrollo territorial, lo que significa identificar la función que el territorio cumple dentro de la dinámica de la producción y las cadenas de relaciones que se generan en el interior y para el exterior de las localidades (Álvarez y Rendón, 2010).

El territorio es el elemento que permite considerar a los SPL como unidad de análisis; esto es, que no se concibe tan sólo como un soporte de la actividad económica, sino como un recurso económico activo. Como lo refieren Fuentes y Martínez-Pellégrini (2004), la calidad del territorio permite a la tecnología cruzarse con una determinada cultura; a las empresas, encontrar un ambiente específico; al mercado, transformar la competencia en cooperación y, a la economía, movilizar la sociedad y las intenciones de cada uno de sus miembros.

Maillat y Kerbit (1998:17), puntualizan que la dimensión territorial de los sistemas productivos y su capacidad para generar procesos de aprendizaje dependerá de la manera en que la producción se organice, de tal forma que la intensidad y la naturaleza de las relaciones horizontales entre los actores, su interdependencia, el grado de autonomía en la toma de decisiones y la definición de proyectos, son decisivos cuando se califica un sistema productivo como territorial. Por tal motivo, estos autores también distinguen que los SPL se pueden organizar con base en dos lógicas: una lógica funcional y otra lógica territorial, a partir de las que se pueden identificar distintos tipos de sistemas productivos que califican como territoriales.

La lógica funcional sigue una organización vertical y jerárquica en que la distribución de las funciones empresariales sigue un patrón geográfico con el fin de disminuir los costos de producción. La localización territorial es sólo un respaldo para estas empresas, que no están integradas al territorio que les concierne. Así, el rol del territorio es meramente pasivo. Por otro lado, se encuentra la lógica territorial que implica fuertes lazos entre las empresas y su localización. El objetivo de esta lógica es precisamente “territorializar” a la empresa, esto es, integrarla en un sistema productivo territorial. En este caso, las empresas están organizadas en redes horizontales y el entorno es quien conduce al sistema. Se promueven las relaciones de

cooperación-competencia que generan sinergias, complementariedad, y aquellos procesos de aprendizaje que son necesarios para su funcionamiento.

Desde esta perspectiva, el rol del territorio es activo y las empresas sienten que pertenecen a él. Por ello, los SPL que siguen una lógica territorial son los que resultan más significativos para el desarrollo local, aunque para ellos hay que especificar los elementos que los dinamizan, los transforman y les permiten, en todo caso, elevar su competitividad y responder a los cambios del entorno. Se destaca la innovación, la que se constituye como un tejido de relaciones y se convierte en el motor central de la competitividad, tanto de los SPL como de los territorios.

Otro factor para el fortalecimiento y desarrollo de los procesos de acumulación del capital del territorio es la innovación. Este es clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer el desarrollo en los territorios (Méndez, 2002). Tradicionalmente, la innovación es el resultado de un proceso empresarial que finaliza con el éxito en la aplicación de un invento, idea o concepto relativo a un nuevo producto o proceso, que permite hacer algo que antes no era posible o, al menos, no tan bien o tan eficientemente y que implica un auténtico progreso tecnológico, social y económico (Molina y Conca, 2000) Sin embargo, los referentes teóricos que se centran en señalar que la innovación en las empresas son, en gran medida, resultado de la presencia de un entorno territorial con características específicas, se hacen más numerosos desde comienzos de los años ochenta del siglo XX (Méndez, 2002). Estas teorías parten de reconocer la concentración espacial como un hecho evidente de las empresas innovadoras y se dirigen a analizar e intentar comprender el ambiente en que nacen y operan esas compañías, detectando en lo posible la existencia de algunas claves externas a la empresa pero internas a los lugares donde tienen lugar los procesos de innovación (Méndez, 2002).

En los últimos años, las propuestas de la llamada “economía del conocimiento” se trasladan al plano territorial con conceptos como región inteligente, *learning region* o territorios que aprenden, todos ligados al actual protagonismo del conocimiento y el aprendizaje colectivo como recursos específicos; las teorías francesas sobre “dinámicas de la proximidad” se concentran en la importancia por la proximidad física en la creación de redes capaces de transmitir saberes tácitos, no formalizados y difícilmente codificables pero que siguen siendo esenciales para la generación y difusión de las innovaciones. Asimismo, los estudios sobre sistemas nacionales y regionales de innovación proponen una visión integrada de los procesos innovadores en los que

participan actores diversos, desde los que producen conocimientos y lo transmiten, a quienes lo utilizan, junto a una serie de instituciones e infraestructuras que regulan ese flujo, lo que permite la elaboración de diagnósticos sobre la estructura del sistema de innovación existente en cada territorio (Méndez, 2002).

De esta forma, la construcción del territorio a partir de los procesos de innovación involucra la aprehensión del cambio tecnológico y la nueva información, lo que implica en la mentalidad de los actores del espacio local que cada territorio es irreproducible al tener características particulares dadas no sólo por la organización productiva, sino por su conformación histórica y la serie de flujos y relaciones que se tejan a nivel local ¹⁸.

Los efectos económicos de las innovaciones dependen de cómo se difunden en el tejido productivo y de cuál sea la estrategia tecnológica de las empresas en su pugna por mantener o mejorar los resultados de su actividad (Vázquez, A. 1999). La capacidad de innovación del sistema y la competitividad dependen de factores como el grado de diversificación productiva, la tecnología existente, la actividad empresarial, la capacitación de los recursos humanos y su interrelación, así como la demanda de productos, la integración en los mercados y la presencia en el terreno internacional. Para este autor todos los SPL requieren asegurar la introducción de las innovaciones productivas en su base económica, así como mejoras de competitividad en sus mercados (Albuquerque, 2002).

Barreyre (1980) presenta una tipología de las innovaciones en la que distingue como categorías en función a su naturaleza intrínseca: a) Innovaciones tecnológicas, b) Innovaciones comerciales; c) Innovaciones en la organización d) Innovaciones cuyo agente importante es el institucional. No obstante, de acuerdo con Lozano (2007), la clasificación más común en la literatura distingue tres tipos de innovación:

1. Innovaciones de tipo radical: Se trata de aplicaciones nuevas que requieren inversiones sustanciales y tienen un importante impacto económico;
2. Innovaciones incrementales: Incrementan o mejoran los procesos o productos existentes y que conllevan un efecto económico limitado;

¹⁸ Para ver una síntesis de las características y elementos que se considera explican la reconfiguración del SPL ver la Figura 4, pág. 64.

3. Innovaciones adaptativas: Aunque son de carácter imitativo, consisten en la adaptación de innovaciones surgidas en otros lugares. No han sido asimiladas en el territorio geográfico en donde se apropian.

Tan importante es distinguir el tipo de innovaciones que se llevan a cabo como es precisar respecto del marco en el que surgen estos procesos. En ese sentido, se pueden diferenciar tanto las motivaciones vinculadas expresamente a las decisiones empresariales, como aquellas que involucran al entorno. Lozano (2007) plantea que los determinantes definidos por las empresas en torno a la innovación son: el tamaño de la empresa, el grado de competencia de la actividad industrial, el grado de capacidad tecnológica de la empresa y la participación de capital extranjero en la empresa. Por el lado del entorno de la empresa, los principales factores que influyen en las innovaciones son: el nivel de turbulencia del entorno, la influencia de la tecnología en el cambio de la forma de competir, la actitud general hacia la innovación y en especial del sistema de valor afectado, el nivel de formación y educación, los sistemas de incentivos y financiamiento y la infraestructura de información tecnológica referida a las fuentes de información.

Lozano (2007) distingue que las innovaciones pueden ser resultado de: a) un proceso de imitación; b) por la incorporación de innovaciones con el fin de no perder el nivel competitivo, y c) por la revitalización de un sector industrial maduro o en claro declive.

También destaca los procesos de subcontratación como una práctica común en la contribución de innovaciones en los distritos industriales. Las características conllevan, sin embargo, no a una dependencia de las pequeñas y medianas empresas de la gran empresa, sino a un conocimiento del entorno contextual por parte de toda la red que contribuye a la obtención de un mayor nivel de competitividad de la cadena productiva (Lozano, 2007).

De esta forma, el binomio SPL-innovación genera modificaciones en la configuración espacial de los territorios donde se localizan; en un entorno caracterizado por la globalización, esto permite caracterizar territorios innovadores que mantienen las siguientes características (Méndez, 2002):

a) La creación de un determinado clima social, en donde es perceptible cierta movilización en favor del desarrollo local y una permeabilidad a la incorporación de novedades capaces de romper con las inercias heredadas,

b) La existencia de redes locales de cooperación, formalizadas o de carácter informal, que hacen posible la realización de proyectos comunes, ya sea con objetivos económicos o de otra índole y que en algunos casos pueden concertarse para impulsar de forma directa la innovación.

c) La presencia de instituciones públicas, locales y regionales, que adoptan una actitud protagonista en el apoyo a la innovación y el desarrollo territorial.

d) Un esfuerzo de mejora en la formación de los recursos humanos, con la visión de adecuar o adaptar la oferta formativa a las demandas y al saber hacer locales.

El fomento de una política territorial para mejorar la eficiencia productiva y la competitividad del sistema productivo local debe incluir el apoyo a la innovación productiva, así como la capacitación en gestión empresarial y tecnológica, en recursos humanos, en consultoría empresarial, el asesoramiento financiero, la comercialización y fomento a la exportación, entre otros. Esto modifica y dinamiza el lugar donde el SPL se ubica (Lozano, 2007).

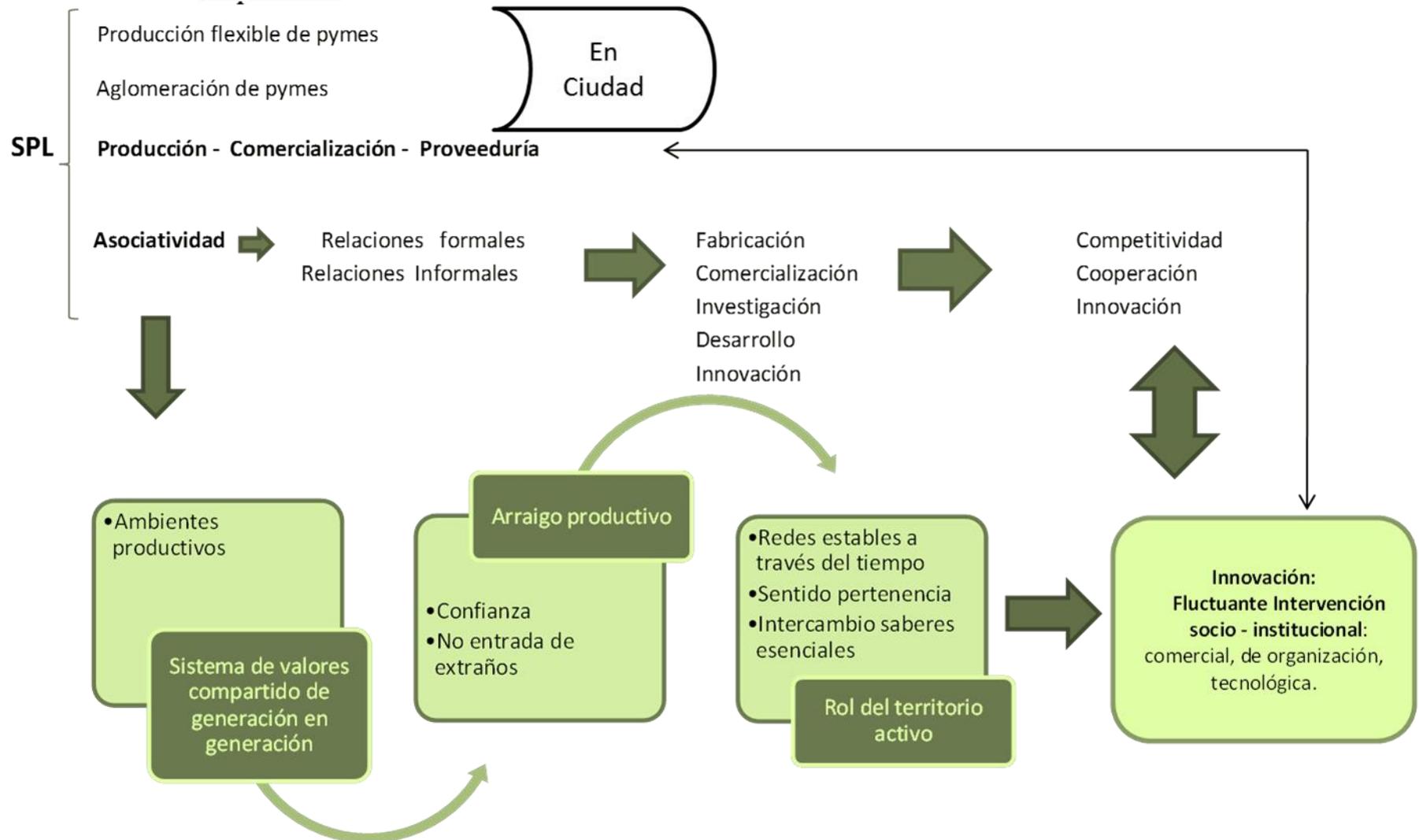
Como resultados de estudios de los SPL en México, Paunero, Sánchez y Corona (2007), identificaron que los SPL están presentes en polos de innovación tecnológica (PIT) con mayor tradición industrial y artesanal en la zona norte de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, lo que implica que son lugares donde ese tipo de trabajo tiene mayor relevancia y desarrollo de estrategias empresariales, como es el caso de la joyería.

Respecto a las características de los SPL, cabe establecer que los lugares de ubicación preferentes para su desarrollo son las ciudades (Vázquez, A. 1993), en virtud de las posibilidades de desarrollo de economías de aglomeración y urbanización aprovechables que están presentes en estas localizaciones, tales como los que se desprenden de la existencia de servicios administrativos y financieros, así como las infraestructuras físicas y de comunicación para producir y vivir. En contraste, los espacios rurales pueden ubicar sistemas productivos con un carácter más artesanal que industrial.

Sobre los SPL en Guadalajara, Lozano (2012) señala que una de las ventajas de considerar este concepto para el análisis de las aglomeraciones productivas es su tolerancia a una mayor heterogeneidad entre las unidades productivas, posibilitando con ello la formación y el análisis de las relaciones de cooperación entre diferentes tamaños de empresas y los desequilibrios entre las economías externas, especialmente las asociadas al mercado de insumos. Se presenta un resumen con los principales componentes que se consideran para confrontar al tipo de SPL que forma el caso en estudio (ver Figura 4:página 64).

Posteriormente, se presenta el caso del SPL de la ciudad de Córdoba en España, para analizar las diferencias con el caso de Guadalajara, con esto llegar a las características y dimensiones que permitan explicar el entorno productivo del caso en cuestión.

Figura 4. Concepto de Sistema Productivo Local



Fuente: Elaboración propia con información de (Rendón & Forero, 2014); (Paunero, 2001); (Romero, Barriga, & Henríquez, Construcción de un índice de arraigo socio-productivo: hacia un concepto amplio de capital social, 2007); (Álvarez & Rendón, 2010); (Maillat & Kebir, 1998); (Méndez, 2002); (Berreyre, 1980)

2.2.3.1 Caso de la Industria de la Joyería de la provincia de Córdoba en España

El caso de España se revisa a través del SPL de la provincia de Córdoba, lugar que destaca por la actividad de la joyería, así lo señala Fernández (2006), quien presenta un diagnóstico e identifica los factores críticos que atraviesa el proceso productivo joyero, debido a la realización de un plan estratégico a través de instituciones privadas como la Junta de Andalucía, la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba, la Asociación Española de Pedreros y el Parque Joyero de Córdoba, instituciones que pretenden después de hacer una evaluación al sector la incorporación de innovación como factor estratégico del desarrollo empresarial, así como fortalecer la cooperación empresarial.

En su análisis Fernández (2006), hace énfasis en la participación institucional de forma coordinada para alcanzar el mejoramiento del sector productivo y se apoya de la perspectiva teórica del sistema productivo local (SPL) para definir las características de la industria de este lugar entre las que señala un elevado grado de rivalidad entre las empresas y casi no se dan proyectos conjuntos mediante colaboración de empresas del mismo nivel, de manera que considera necesario establecer acuerdos de este tipo con el objetivo de avanzar a un modelo de subcontratación o de distribución mejor adaptado a un entorno más competitivo. Resalta de este caso, que la Agrupación de Interés Económico Parque Joyero de Córdoba se formó en 1998 para la construcción de un polígono industrial que responda a las carencias detectadas por las empresas de la joyería y hacer frente a la mayor competencia de otras zonas productoras del país como de otros países (Fernández, 2006).

Sin embargo, el plan estratégico propone fomentar la concentración de la actividad en polígonos o áreas industriales cualificadas con el fin de racionalizar la ordenación espacial del sistema productivo y mejorar el uso que cada empresa hace de sus instalaciones con la intención de conseguir un uso más eficiente del espacio disponible, implantar sistemas de prevención de riesgos laborales, como de gestión medioambiental y de tratamiento de los residuos tóxicos y/o peligrosos (Fernández, 2006).

Con estos elementos se puede identificar que se trata de un tipo de aglomeración que se caracteriza por producir con calidad e innovación joyería fina y para ello cuenta con un importante apoyo institucional, inclusive coordinado, pero no es suficiente que las instituciones se coordinen si no cuentan con la participación activa de los empresarios y la observación del

alto grado de rivalidad entre empresas como la carencia de proyectos conjuntos entre los empresarios, en este caso, en relación a las redes de interacción entre los productores y proveedores, así como comercializadores se percibe una débil interacción, y la necesidad de fortalecer este aspecto para obtener como resultado, por ejemplo, la construcción del polígono industrial con la cooperación de parte de los empresarios, en este sentido es significativo que esta construcción responde a una necesidad interna del sector, tanto para conformación y ordenación espacial del sistema productivo local, como para mejor respuesta al mercado en un mismo lugar.

Este caso, precisamente requiere de un mayor acercamiento entre las redes productivas como las señala Paunero (2001) como característica de los SPL, relativas a una dinámica de asociatividad entre y desde las empresas, que potencia la competitividad, la productividad y la innovación; de manera que al contar con una interacción institucional refiere un importante liderazgo empresarial pero no del grupo de empresarios, sino de los representantes quienes se observa realizan las gestiones para el sector, sin embargo, es precisamente cuando es relevante la característica de la coexistencia de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación o investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), porque permite trabajar de manera conjunta; sin embargo, para el caso de Córdoba el concepto sirve para identificar que es el factor que puede fortalecer a través de la formación del polígono industrial al generar mayor acercamiento e interacción socio-institucional entre sus productores, proveedores y comercializadores, en consecuencia la innovación al territorio.

2.2.3.2 Caso de la industria de la joyería de Guadalajara

Después del estudio de los conceptos de DI, CI y SPL con sus principales características como los respectivos casos de ciudades productoras de joyería, es más factible identificar las características y el alcance del caso de Guadalajara, en este sentido la definición de SPL que señala (Climent, 1997) y (2009), identifica la existencia de una cultura alrededor del SPL, una demanda que, más allá del factor precio, se consumen los productos de dicha aglomeración por un aspecto cultural. A estos SPL que tienen una demanda existente por un aspecto que trasciende el factor precios y que genera economías externas se les conoce como DI, y es el estado óptimo de un SPL; es decir, a lo que puede evolucionar un SPL. Para determinar el límite donde una aglomeración pasa a ser un SPL, o donde un SPL pasa a ser un DI, de acuerdo con Climent (2009) y (1997), quien a partir de Garofoli (1992), expone la tipología que el académico italiano propone:

1. **Área de especialización productiva:** área local donde se concentra un cierto número de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la misma actividad, sin que lleguen a mantener relaciones entre ellas más allá de la competencia por los mismos mercados.
2. **Sistema productivo local:** empiezan a tejerse algunas relaciones de mercado y de cooperación entre las empresas dedicadas a la misma actividad, pero la división técnica del trabajo de carácter vertical es aún débil.
3. **Área-sistema:** es un auténtico DI con una profunda división del trabajo, tanto vertical como horizontal, y relaciones de cooperación entre las empresas y entre éstas y las instituciones locales.

Es posible pensar que bajo esta tipología, de acuerdo con el grado de organización, se aprecia una secuencia evolutiva de aglomeración que va de un área de especialización productiva a un SPL hasta llegar a un DI; inclusive es posible que un SPL también alcance un CI, el modelo de organización propuesto por Porter (1990). En este sentido, la tipología que se señala anteriormente de Climent (2009) y (1997) agrega que es difícil establecer límites precisos entre los tres tipos, pero puede darse una trayectoria evolutiva entre estos.

En el caso de este estudio, se considera que precisamente bajo la tipología de Climent (2009) y (1997) se presenta una transición de reorganización de la producción que marca la pauta para la reconfiguración sin precedentes en la industria de la joyería de Guadalajara. Lo que fue anteriormente definido como área de especialización productiva (Climent, 2009 y 1997) corresponde a la fragmentación de la producción que se experimentó antes de la crisis de 1980 y que perteneció al tránsito del fordismo al postfordismo con la aportación de la especialización flexible en la producción, en particular en la utilización de la fuerza de trabajo. El resultado de los requerimientos de salida a la crisis para el capital y de la correlación de fuerzas entre capital y trabajo, a escala mundial, es lo que generó la reorganización de la producción y, como resultante, la transformación territorial. Así, ese periodo desencadenó un conjunto de procesos de destrucción-reestructuración tanto de los sistemas productivos como de las instituciones y de las políticas económicas de los gobiernos; de esta manera, los segmentos más poderosos del capital impulsaron un conjunto de modificaciones (González O., 2014):

a) El incremento de la intensidad del trabajo, flexibilización de las normas laborales, desmantelamiento de la seguridad social y de los sistemas de bienestar, recorte de empleos, subcontratación, etc.

b) Búsqueda de salidas en los mercados externos ante la contracción de los internos, aceleración del comercio exterior, de la inversión extranjera directa y de los movimientos de capital.

c) La liberalización y desregulación de los mercados de bienes y de activos financieros.

d) La instauración de un régimen de acumulación con dominación financiera, en la cual las finanzas privadas imponen su lógica de operación a todo el sistema económico.

e) Drástico incremento del valor del oro.

f) Asaltos y robos a negocios de joyería

Se considera que crearon los factores extraeconómicos a los que se refiere Méndez (1997) respecto de la posterior localización de actividades económicas y de responder con cierta inercia espacial, además de las características de la perspectiva de producción del SPL, en relación con el estudio de la industria de la joyería de Guadalajara de 1980 a 2015, ofrecen los elementos y las

categorías que más se aproximan a explicar las condiciones que presentó la industria en ese periodo, como la transformación del factor asociativo en etapas o lapsos de tiempo, la innovación orientada desde el mercado; la innovación, vinculada con procesos de aglomeración productivos de pequeñas y medianas empresas en los que por su tamaño es más fácil intercambiar información, adquirir y transmitir conocimientos, obtener recursos de capital o trabajo, y encontrar mecanismos de cooperación con otras empresas e instituciones (Icart y Baltar, 2010).

En seguimiento a la clasificación de la tipología de aglomeración productiva de Climent (2009) y (1997), podemos señalar que la estructura de la industria joyera de Guadalajara formaba un área de especialización productiva antes de 1970, es decir, en esta ciudad se encontraba un área local donde se concentraba un cierto número de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la misma actividad sin que llegaran a mantener relaciones entre ellas más allá de la competencia por los mismos mercados. Pero a partir de la década de los setenta, se empiezan a dar las condiciones para que se tejan algunas relaciones de mercado y de cooperación entre las empresas dedicadas a la misma actividad, aunque la división técnica del trabajo de carácter vertical es aún débil, pero al formar entre los mismos joyeros los centros joyeros para resolver en un primer momento el problema de la inseguridad, asaltos, robos e incertidumbre económica, esta situación hace que se fortalezcan las relaciones de cooperación; de esta forma, se alcanza en etapas la reconfiguración de un SPL en la industria de la joyería de Guadalajara en los últimos años. En términos evolutivos, también se podrá identificar si se cuenta con potencial y precisamente si estos son los cimientos para formar desde la misma clasificación de Climent (2009) y (1997) un área-sistema.

La complejidad de los SPL viene dada en la medida en que se presenten un mayor número de relaciones de redes productivas, que provocan una mayor capacidad de innovación y de aprendizaje presente en el territorio y aprovechada por quienes conforman el sistema. A medida que se establece un mayor número de este tipo de relaciones a través del tiempo entre las empresas y sus socios, mediante la cooperación y la complementariedad, el sistema puede generar sinergias que beneficien efectos de aprendizaje: intercambio de conocimientos tácitos (saber-hacer) y tecnológicos. Estos cambios se le atribuyen y prosperan principalmente en el caso de la industria de la joyería de Guadalajara a partir de la transformación de las redes

productivas que se establecieron a partir de los años ochenta con la formación de los centros joyeros de la Plaza Tapatía.

Las características del SPL cuentan con elementos para explicar la perspectiva teórica de producción flexible que, a partir de la década de los años ochenta, se percibe en la industria joyera de Guadalajara. Se trata de una ciudad en la que las características de la perspectiva teórica del SPL se perciben con mayor coincidencia de características, sin mostrar apenas de forma indicial o incipiente el modelo como se señaló con los casos de DI y CI, además que se selecciona como la unidad de análisis más precisa para potencializar y concentrar en esta investigación la característica del conjunto de relaciones que se gestaron entre los productores, proveedores y comercializadores de la joyería en función de la formación de los centros joyeros y que de acuerdo a la confrontación de los conceptos en juego, se inicia un dinamismo y fortalecimiento en las categorías de asociatividad, cooperación, competitividad e innovación, debido a la nueva interacción social que se da entre los empresarios a través del proceso de formación de los centros joyeros, por ello se identifica desde ese momento los principales cambios en la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara de 1980 a 2015. y las características que están en consideración se resumen en la Tabla 4 (pág. 84).

Para entender este proceso de cambios experimentados por la industria de la joyería es prioritario identificarlos a partir de la reconfiguración productiva como la define Garza (1999); (2002); (2018), debido a que es un concepto más flexible que se utiliza sobre diversos enfoques de la producción y diversas formas sobre el objeto; en este caso se trata de un sujeto colectivo: los productores, proveedores y comercializadores de la industria de la joyería, y la diversidad del sistema de representaciones de la red de relaciones productivas del objeto es su configuración y la transformación de las decisiones de la red productiva a través del tiempo en periodos o etapas que se pueden percibir en el espacio, es la manera de concebir la reconfiguración para hacer énfasis en el conjunto de transformaciones en las relaciones que definen al objeto y que se extraen de las características de la misma realidad, entonces el resultado se verifica en el acercamiento empírico, la parte conceptual figura para formar la hipótesis con sus características en juego; en este caso la teoría de especialización flexible y las perspectivas teóricas que se derivan; distritos industriales, cluster industrial y sistemas productivos locales, con ello, los factores a considerar en la reconfiguración viene de la teoría y se va de las dimensiones a los

datos y en esta confrontación se acepta o se incorporan dimensiones no consideradas en la teoría original.

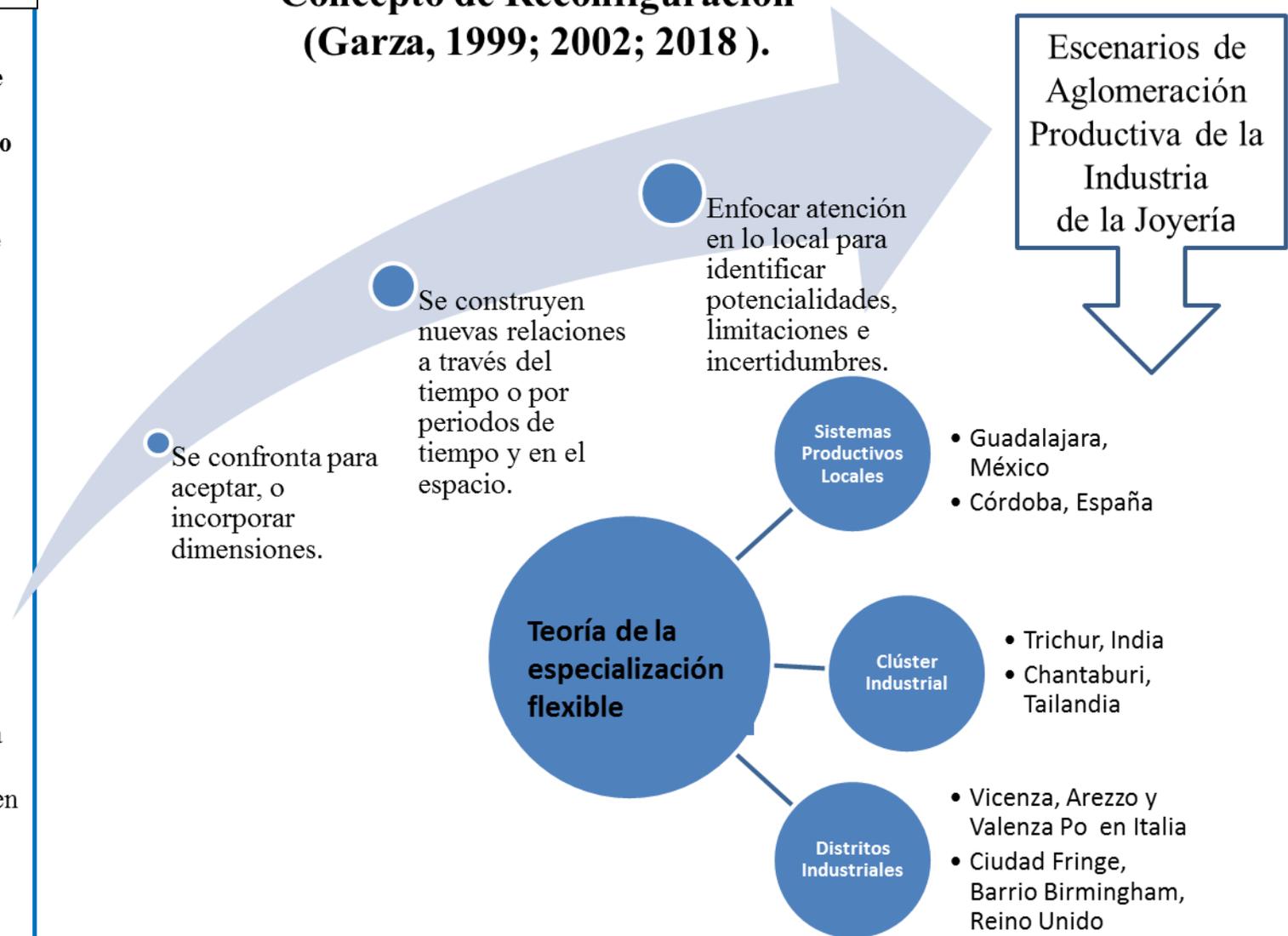
Al realizar la confrontación con el campo empírico, para este estudio, la industria de la joyería de Guadalajara y los sujetos que la conforman, se construye una configuración que se edifica con la identificación de las relaciones establecidas y que las que van formando o resultan por la interacción de los sujetos, *se concentran en el fortalecimiento de las relaciones entre los productores, proveedores y comercializadores y la trama de redes de relaciones entre ellos a través del espacio y el tiempo que se han seleccionado y servirán para enfocar la atención de lo local*(Garza,1999); (2002); (2018), (ver Figura5).

Figura 5

Proceso flexible de construcción de una red = Conjunto de decisiones del sujeto en la transformación de la red a través del espacio y tiempo establecido:

1. Sistema de representaciones del objeto.
2. Énfasis en el conjunto de relaciones que definen al objeto.
3. La parte conceptual forma la hipótesis con todas las características en juego.

Concepto de Reconfiguración (Garza, 1999; 2002; 2018).



De manera que en esta investigación, se puede identificar a *la industria de la joyería de Guadalajara como el objeto y la reconfiguración a través del fortalecimiento de la red del conjunto de relaciones que definen los principales actores que forman los productores, proveedores, comerciantes y consumidores entre los que se pueden apreciar diferentes tipos de relaciones que pueden presentar en lapsos de tiempo ajustes y cambios en el espacio y que se pueden identificar en etapas en función de los acuerdos y afinidades; como resultado de las relaciones del sector de la joyería.*

Se agrega a esta definición de reconfiguración el concepto de arraigo productivo de Romero, Barriga, y Henríquez (2007), debido al contexto de encarecimiento del principal insumo de esta industria ¹⁹ que generó un ambiente de incertidumbre en el que los productores, proveedores y comercializadores de joyería fina reaccionaron por medio del grado de fortaleza en torno a sus relaciones sociales en las que estructuraron por medio del arraigo productivo, es decir, las redes laborales, a partir de ese momento se centraron en la confianza para disminuir el riesgo de fraude entre ellos y tensión frente a la llegada de extraños. Por ello, se estima que para este sector sus redes de relaciones representaron proto-instituciones con el objetivo de que llegaran a ser las relaciones prioritarias o las más regulares de su actividad productiva las más cercanas y más estables con el paso del tiempo. En este sentido, para observar el alcance del arraigo productivo como grado de fortaleza en sus redes de relaciones, se revisan a través de tres rasgos esenciales (Romero, Barriga, y Henríquez, 2007: 5)

- a) La confianza: Consiste en realizar intercambios voluntarios (no obligatorios) de bienes y servicios entre los actores, facilitando la extensión de beneficios a los socios de las transacciones e invitando al socio que recibe a una acción recíproca cuando surja una nueva situación.
- b) Transferencia de información refinada: Incluye el *know how* tácito y estratégico que prepara a las empresas en eficacia transaccional y en su capacidad de responder al entorno.
- c) Solución de problemas en conjunto: Permite a los actores coordinar funciones, proveyendo de retroalimentaciones (*feedback*) más rápidos y explícitos que los mecanismos basados en el mercado.

Como se puede dar cuenta, a través de la reconfiguración se puede mostrar en diferentes etapas la dirección que tomaron las acciones más importantes del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara de 1980 a 2015, sin embargo; no se analizan en esas etapas el ciclo de vida de la aglomeración y que se realizan como un recurso adicional para integrar el

¹⁹ El metal precioso: oro y plata.

proceso de reconfiguración que se propuso con Garza (1999); (2002) y (2018), con la clasificación de tipologías de aglomeración de Climent (1997); (2009) qué etapa van formando al identificar las características de su evolución como aglomeración, en ese sentido y en este caso, enfocar los factores que se identifican con las etapas del ciclo de vida de una aglomeración productiva de acuerdo con el diagrama que diseñó la CEPAL ²⁰ en 2005 (ver Figura 6), se presenta en este apartado para profundizar en el estudio y análisis de las aglomeraciones, las que muestran otra forma de fortalecimiento de las redes productivas y que se considera como una aportación para los agentes que participan, se revisan para posicionar a esta industria en el momento que se encuentra y poder identificar con los elementos que se han registrado de reconfiguración y arraigo productivo.

La tipología de aglomeración productiva que ha formado y que se pondera para proceder en consecuencia como otra herramienta para privilegiar el potencial que tienen las acciones que se llevan a cabo por los agentes del sector productivo local, sin olvidar el proceso de trabajo en red y de relaciones formales como no formales ya que es la característica para influir en los cambios evolutivos del proceso industrial, el que de acuerdo al proceso que se considera atraviesa la industria de la joyería de Guadalajara el más parecido sería el de aglomeración en desarrollo virtuoso (ver Figura 6) el que consiste en atraer nuevos actores a la zona que se desempeñan en las mismas actividades o en otras relacionadas con la actividad principal al tiempo que se establecen en nuevos vínculos y encadenamientos productivos entre todos los agentes. Es probable que se emprendan iniciativas formales e informales de aglomeración. Muchas veces

²⁰ 1Concentración incipiente. es cuando cierto número de empresarios y actores comienzan a trabajar en actividades parecidas o afines en una región dada.

2Aglomeración emergente: se dan esfuerzos embrionarios de colaboración en torno a la actividad nuclear donde los agentes visualizan oportunidades comunes de mercado a vínculos nacientes, sea por medio de compras o suministro de bienes y servicios o por medio de redes.

3Aglomeración en desarrollo virtuoso: atrae nuevos actores a la zona que se desempeñan en las mismas actividades o en otras relacionadas con la actividad principal al tiempo que se establecen en nuevos vínculos y encadenamientos productivos entre todos los agentes. Es probable que se emprendan iniciativas formales e informales de aglomeración. Muchas veces también se forma una imagen común mediante un logotipo, una página web o una connotación vinculados a la zona o actividad.

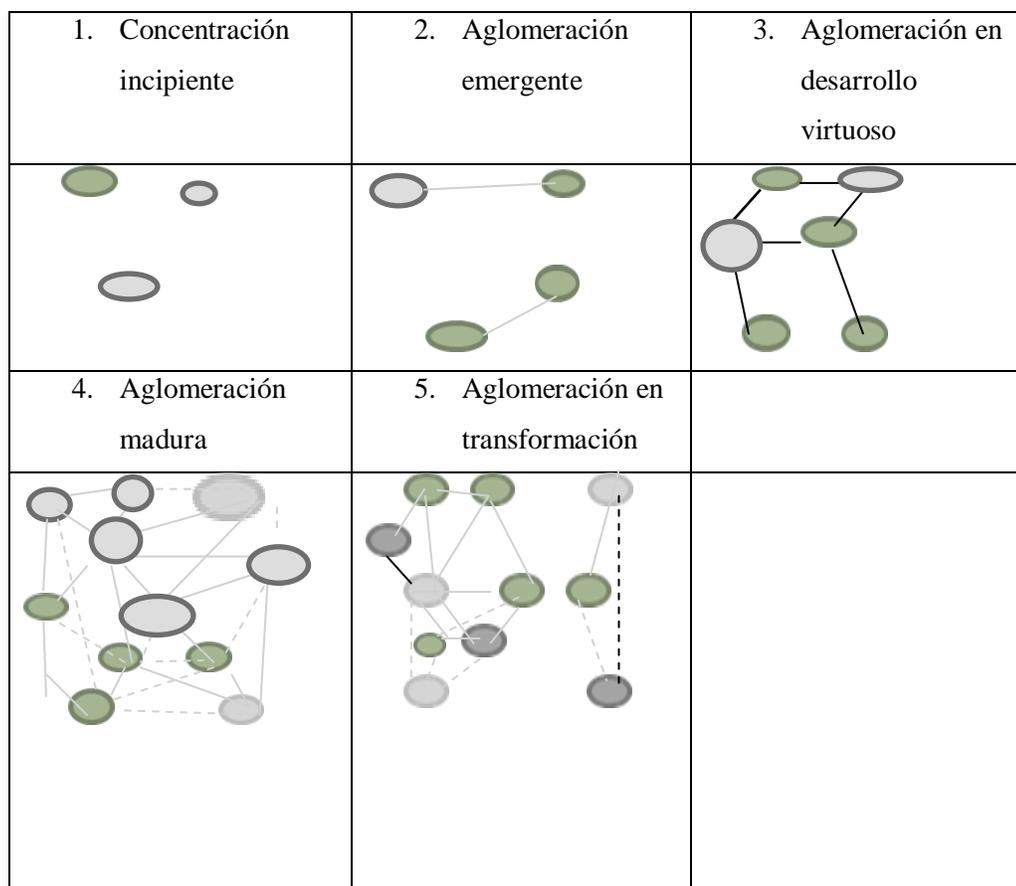
4En la aglomeración madura se ha reunido una masa crítica de agentes innovadores que pasa a etapas más avanzadas de agregación de valor.

5Finalmente, conforme pasa el tiempo, cambian los mercaditos, las tecnologías y los procesos como también las aglomeraciones mismas. (CEPAL, 2005:67-68).

también se forma una imagen común mediante un logotipo, una página web o una connotación vinculados a la zona o actividad (CEPAL, 2005).

4En la aglomeración madura se ha reunido una masa crítica de agentes innovadores que pasa a etapas más avanzadas de agregación de valor.

Figura 6. Etapas del ciclo de vida de una aglomeración productiva :



Fuente: (Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en AL y el C. Políticas de articulación y articulación de las políticas, 2005): CEPAL.

2.3 Reflexiones parciales

En esta sección se desarrollan las aportaciones de las diferentes perspectivas teóricas y los casos de las ciudades que de acuerdo con sus características como se presentaron y que resultan después del análisis expuesto para explicar el caso de Guadalajara.

De las aportaciones de los DI y los casos de las ciudades de Italia y Reino Unido para explicar el caso de la industria joyera de Guadalajara, se estima que de esta perspectiva se pueden contar

algunas características para el estudio, pero al especificar cómo cada una de ellas permite identificar apenas indicios de la perspectiva, es posible debatir la conceptualización, tanto en el caso de las ciudades de Italia, como del Reino Unido. Las diferencias que se presentan respecto al caso de Vicenza, Arezzo y Valenza Po, así como dos regiones del norte de Milán, es muy importante la participación de las características socio-culturales y de interacción de la red productiva y comercial en el territorio, como es el caso del capital social con el que se percibe la importancia del mismo para el desarrollo y sinergia de las demás características; no obstante, para el caso de Guadalajara se puede señalar que existe ésta característica la que se estima es muy importante también, por ello se considera es parte del dinamismo que ha reflejado recientemente, sin embargo, el alcance de la madurez de este tipo de interacción del capital social en el caso de Guadalajara todavía no se percibe homogéneo, si no apenas empieza entre los productores de joyería fina.

Se puede señalar como incipiente para el caso de la industria joyera de Guadalajara las relaciones entre empresas que todavía no alcanzan a tener el nivel de entrelazamiento de cooperación y competencia como se señalan en Italia, en esta característica se puede señalar que algunos empresarios lo pueden llevar a cabo, como algunas prácticas en algunas actividades, en casos muy especiales, inclusive dentro de los mismos centros joyeros y hasta en términos de familia, pero todavía se concibe que no es la forma de proceder en general, como se describe en la ciudades de producción joyera italiana.

En tanto, respecto a la característica de la innovación tecnológica, todavía se percibe en Guadalajara un trabajo elaborado básicamente con poca tecnología y escasa maquinaria que importa de Italia, de esta forma se podría señalar que sobre la constante innovación del producto, se realiza en el caso tapatío, pero con la limitación de escasa tecnología que no es propia como en el caso de Italia, quienes fabrican su propia tecnología, maquinaria, herramientas e insumos.

No obstante, en cuanto a la innovación que se puede dar en las áreas de diseño, proceso industrial y en la gestión empresarial como la organización y comercialización, esta característica es una de las que precisamente se puede apreciar en el caso de la joyería de Guadalajara en la creación de los diversos Centros Joyeros que se ubican en la Plaza Tapatía del centro del municipio, debido a su función de fortalecer la comercialización de joyería, como de insumos y reparación, asimismo en el mismo lugar es posible identificar algunos productores que

cuentan con un diseño, una imagen o marca distintiva del producto que lo diferencia de los demás en el mercado, esta es una de las características que apenas están proliferando entre los productores de joyería fina con mayor regularidad y con un mayor grado de desarrollo.

Respecto al caso de los DI de Reino Unido, sirven los casos para entender el tipo de concepto de DI como lo explican sus autores Bagwell (2008) y De Propis y Lazzaretti, (2009), quienes se refieren al DI desde la perspectiva marshalliana en la que se percibe la integración socio-cultural de los dos casos desde la nutrida participación que se señala en los foros en los que discuten la situación por la que están atravesando las pequeñas y medianas empresas de estos lugares por la competencia de los productos importados en los que precisamente los más afectados son los productores y comercializadores de joyería del lugar, así como se aprecia la integración de académicos y oficinas de promoción comercial y de gobierno están interesados en rescatar los dos DI e identificar alternativas en conjunto para su fortalecimiento. Es decir, cuentan con la intervención activa de diferentes instituciones, específicamente la gubernamental y la académica; característica que para el caso de Guadalajara no se percibe la intervención institucional de ninguna de las dos o por lo menos el acercamiento, no obstante, es más notoria la participación gremial en todos los casos inclusive el de Guadalajara.

De la aportación conceptual de los CI y los casos de las ciudades de India y Tailandia al caso de la industria joyera de Guadalajara las diferencias de características entre el CI, como estos dos casos frente a las características de la industria de la joyería de Guadalajara son abismales, debido al tamaño de producción y comercialización, tanto como el número de trabajadores y productores, como por la importancia de la intervención institucional, tecnológica como gubernamental, que como se percibe en el caso de Trichur, es muy significativo el volumen de la mano de obra la que debe organizar y capacitar, ya que se podría decir que se trata del principal recurso con que compite. Además, de la importancia para su economía del CI, así como la disposición de la materia prima, como es el metal precioso y piedras preciosas, por ello el comercio internacional que refleja es de gran relevancia y su tendencia a competir en este sentido, así como la tradición histórica y cultural de la joyería que le atribuye importancia a la región como productor y comercializador.

Las características de Guadalajara precisamente como el volumen de la industria, no alcanza las cifras de la joyería de Trichur en India, como tampoco de Chantaburi, Tailandia, luego de que

cuenta con un porcentaje (20 por ciento) considerable de trabajadores sólo para esta industria, además de apoyo de asociaciones comerciales y educativas para la especialización y competencia productiva, como comercial de este sector, y contar con la mayor exportación de piedras preciosas, como de joyería fina.

En este caso, destaca la importancia de la participación institucional para ambos países y la fortaleza del enfoque como país competidor, con lo que se apuesta tanto al mercado interno como al externo, datos que sirven de ejemplo para tratar en el caso de Guadalajara el alcance del apoyo gubernamental, y enfoque político que se identifica muy limitado, no obstante; es necesaria una mayor y adecuada participación institucional gubernamental, aunque no cuente con los datos de India y Tailandia, en lo referente a la mano de obra, como infraestructura y al nivel de exportación de joyería y piedras preciosas de estos países para una mejor competencia productiva. Se puede dar cuenta que el desarrollo de estos CI se aprecia una decidida política de desarrollo y competencia en las que destaca especialmente el desempeño y apoyo de las instituciones públicas y privadas.

De la aportación conceptual de los SPL y el caso de Córdoba, España al caso de la industria joyera de Guadalajara, el contraste del caso del SPL de la industria de la joyería de Córdoba con el de Guadalajara permite ver las diferencias que a partir del estudio de (Fernández, 2006) se pueden señalar en relación al despliegue de apoyo institucional por desarrollar el plan estratégico y al menos se identifican a cuatro instituciones de las que se desprende una supuesta participación y conformación de estas instituciones de empresarios joyeros preocupadas en apoyar el desarrollo empresarial como de innovación, así como de sistemas de prevención de riesgos laborales, protección del medio ambiente y de tratamiento de los residuos tóxicos; sin embargo, es contradictorio que se hace mención de la falta de cooperación, así como la rivalidad existente entre los empresarios de quienes se esperaría una mayor interacción entre sus productores, proveedores y comercializadores, pero lo que se observa es mayor participación de las redes formales, a través de las instituciones que apoyan, habría que analizar la débil participación empresarial con el hacer institucional como se observa en el trabajo de Fernández (2006).

En cambio, en el caso de Guadalajara, la participación institucional se estima que proviene de la Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del estado de Jalisco (CRIJPEJ), del

gobierno local de forma más discreta a ferias y exposiciones y de parte de los mismos empresarios quienes han conformado grupos de empresarios organizados por centro joyero, de manera que en este caso la participación empresarial puede ser de mayor grado socio-institucional y más activa, en el sentido de que los empresarios como locatarios están interesados y atentos a las necesidades de su lugar de trabajo, además de que están reunidos en un mismo espacio, situación que los lleva de alguna manera a ser más participativos e integrados para pagar sus cuotas de mantenimiento y protección al ambiente de incertidumbre económica que los llevó a unirse.

Precisamente, la incertidumbre económica e inseguridad social es una razón que provocó la aglomeración y creación de los centros joyeros, motivo por el que principalmente se organizaron en un mismo espacio los joyeros de Guadalajara, es decir, un factor externo y extraeconómico a la joyería los hizo reaccionar y desde 1983, y en este caso se trató de una situación que los llevó a tratar de organizarse y lograr acuerdos de organización y administración a través de redes de relaciones, en primer lugar por resolver la situación de incremento constante del valor del metal, en consecuencia a la incertidumbre económica de su entorno productivo, por ello con esta forma de trabajar en un mismo lugar les generó en un tiempo anterior al del caso de España, contar con las ventajas de la aglomeración, tanto para productores, proveedores y comercializadores, características muy diferentes al caso de Córdoba, que responde a un factor interno a la joyería, debido a mejor respuesta al mercado local como al extranjero, así como de ordenación espacial.

En relación al orden espacial o territorial en el caso de Guadalajara se percibe como un factor que posteriormente identificaron con las ventajas de la aglomeración, ya que el asunto de la incertidumbre económica fue lo primero en resolverse y hasta los años más recientes se ocuparon de asuntos como el cuidado del espacio como el tratamiento de residuos tóxicos.

En la Tabla 4 (ver página 84) se presenta a manera de síntesis la clasificación de las perspectivas teóricas de producción flexible (de este capítulo), así como una comparación de éstas, por sus similitudes y diferencias con el caso de la industria de la joyería de Guadalajara, y se presentan de esta forma para facilitar la identificación de las características de las perspectivas teóricas de producción flexible en relación a los casos de las regiones joyeras y Guadalajara en México y en particular para resaltar que las características de asociatividad, cooperación, competitividad e innovación son las que se profundizan en este estudio.

Respecto a la característica de temporalidad de formación de los DI, los autores se referían a su formación en el contexto histórico y cultural de la comunidad como se describe y se percibe en los casos de las regiones de la industria joyera de Italia y Reino Unido, en tanto que el tiempo de formación de los CI es cuando se presenta la conjunción de factores como se puede identificar en los casos de las regiones joyeras de India, como Tailandia.

Y en el caso de los SPL en Guadalajara se presenta de forma más tardía pero también son respuesta del contexto histórico y cultural de la comunidad y se desarrolla con la formación del primer centro joyero en 1983, en el caso de Córdoba se presenta hasta 1998 con la gestación del polígono industrial.

En cuanto a la categoría espacial las tres perspectivas de DI, CI y SPL coinciden en la aglomeración de empresas de un mismo sector, sólo que en los DI en un mismo espacio geográfico delimitado, y en particular se muestra la especialización productiva de pequeñas empresas, como los casos que se revisaron de la joyería de Italia y Ciudad Fringe y el Barrio de Birmingham en Reino Unido, sobre los CI no sólo se aglomeran las empresas de un sector, si no que también se localizan proveedores, prestadores de servicios e instituciones asociadas al mismo sector como se puede interpretar en los casos de Trichur en India y Chantaburi en Tailandia, en cambio los SPL presentan la aglomeración de empresas que trabajan en torno a la producción y comercialización del sector como se observa que lo pretende hacer Córdoba en España con el polígono industrial y de Guadalajara en México, la industria de la joyería se aglomera principalmente en el sector Libertad, el sector Reforma y hacia las colonias de zona centro y los centros joyeros de la Plaza Tapatía de la ciudad.

En relación a las características de las empresas, como otra categoría de análisis, para los DI es muy significativa la vinculación del sistema local de pequeños productores con la estructura de mercado como lo muestran las regiones de Italia y Reino Unido; en el caso de los CI de la joyería de India y Tailandia se perciben empresas con conocimiento especializado y con alto nivel de subcontratación, así como de alta rivalidad entre ellos.

Por parte de los SPL de Córdoba se trata de empresas que muestran una intensa división del trabajo entre las firmas como una dinámica de asociatividad inducida de forma institucional a las empresas, asimismo se observan empresas que cuentan con experiencia y especialización de la producción. En el caso de Guadalajara se presentan empresas que se asociaron para mejorar su

productividad, comercialización y con ello, se empiezan a desarrollar los rasgos de cooperación, competitividad e innovación.

En cuanto al ámbito laboral, se observa en los DI como las regiones joyeras de Italia de forma más notoria que de Reino Unido cuentan con un mercado de trabajo con continua movilidad laboral que favorece el *know how* y propicia un ambiente favorable al trabajo en el que se logra la fusión entre la industria y la comunidad o como se denomina la atmósfera industrial.

En relación a los CI, como se les puede llamar a las regiones de India y Tailandia se encuentran caracterizadas en su ámbito laboral por contar con gran especialización y habilidad en la mano de obra, la cual es abundante y cuenta con infraestructura, materia prima e industrias de soporte que fortalecen la productividad, ya que se trata de localizaciones que cuentan con acceso a los mercados y a los proveedores, en consecuencia, atraen movilidad en la producción y centran su atención en el peso del costo relativo de transporte y en el costo final, lo que explica que se ubiquen en estas zonas. Por otro lado, los SPL como en el caso de Córdoba cuenta con mercado de trabajo flexible, cierta tradición laboral y cultura industrial. En el caso de Guadalajara se observan algunas redes de empresas entre productores, proveedores y comercializadores que a partir de la formación de los centros joyeros cuentan con algún negocio o parte dentro de los mismos, lugar en el que interactúan con diferentes procesos productivos de la industria, conservan su tradición laboral, como cultural a través del intercambio de información y del que se mantienen.

La característica de competitividad y cooperación, es la que posiciona la relevancia de los DI en las relaciones que se establecen entre las empresas por tener un entrelazamiento de cooperación y competencia que se observa en los casos de Italia con las relaciones de confianza y solidaridad, con ello las relaciones contractuales se observan como relaciones de confianza que impregnan los vínculos interempresariales, así como entre patrones y trabajadores, lo que coadyuva a un mayor compromiso de participación y colaboración de estos últimos con la firma en la que desarrollan la actividad con un cierto compromiso socio-empresarial; en el Reino Unido se ha logrado con esta característica una transición de DI a un distrito urbano creativo de forma solidaria, participativa y coordinada entre los sectores público y privado. Los CI cuentan con una estructura vertical y combinación de relaciones de proveeduría, mercados de trabajo común y rivalidad entre ellos, además de conocimiento acumulado con efectos dirigidos a la

competitividad, en este caso la cooperación se observa como un mecanismo de conveniencia características que se pueden percibir en las regiones de India y Tailandia. Por parte de los SPL, se caracterizan por coexistencia de redes compactas de relaciones entre firmas y relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación, investigación, desarrollo e innovación. También se les puede encontrar algunos mecanismos de cooperación con alguna empresa o institución; esto se puede visualizar en el caso de Córdoba al trabajar las instituciones de forma coordinada hacia la formación del polígono industrial, sin embargo, con menos cooperación y más competencia interempresarial. Y en el caso de Guadalajara, se observan redes compactas de relaciones entre firmas para competir en algunos procesos y algunas redes de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización y fabricación. Asimismo, algunas empresas han establecido mecanismos de cooperación con otras empresas o instituciones, pero todavía es un proceso que apenas va iniciando.

La característica más relevante en que se centran los DI es la constante innovación del producto e innovación tecnológica, con alta participación institucional pública y privada. En el caso de los CI la competitividad global de las empresas y el diseño de la economía industrial son constantes, cuentan con investigación sobre las cadenas de valor, la ventaja competitiva y estrategias de empresa, así como alta participación institucional pública y privada. En los SPL como el caso de Córdoba y Guadalajara se presenta como en el caso de la cooperación y competitividad, es decir, cuentan con coexistencia de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación, investigación, desarrollo e innovación con fluctuante participación institucional pública y privada. Aunque en este caso, Córdoba muestra mayor participación institucional que el caso de Guadalajara, en el que se observa muy discreto el apoyo institucional.

Para alcanzar las características anteriores, las perspectivas de producción, precisamente la interacción social es la base con la que se construyen las demás características, en el caso de los DI se trata de la identidad de la vida familiar, política y social, en tanto de los CI, la interacción social es prácticamente institucional, la mayoría es formal y dirigida a la competencia global, para los SPL son las relaciones familiares y comunitarias tradicionales cuentan con un sistema de valores compartido y un código de ética transmitido de generación en generación. En el caso de

Guadalajara se presentan formas y costumbres entre los joyeros del lugar. Conservan tradiciones y rituales muy viejos que contrastan con su interés de estar actualizados.

En este sentido, de acuerdo a lo que se ha analizado de las ciudades productoras de joyería y el caso de Guadalajara, se identifica que los casos de Italia, como Reino Unido se comportan como aglomeraciones maduras, inclusive Reino Unido con sus características se vislumbra como una aglomeración nueva, mientras que Italia se puede concebir como en los inicios de esta etapa al estar tan presionado con los casos de las ciudades asiáticas. En el caso de Córdoba y Guadalajara se pueden observar más claramente en la etapa de aglomeración en desarrollo virtuoso.

A través del diseño de una estrategia metodológica que se presenta en el siguiente capítulo se establece el acercamiento a los empresarios de la joyería fina de Guadalajara y se permite un mejor entendimiento de la identificación del SPL a través del análisis de datos cuantitativos y territoriales con Sistemas de Información Geográfica (SIG), para visualizar el caso de Guadalajara en su contexto regional, así como a las características que se centran en la dinámica de asociatividad a través de diferentes etapas de tiempo entre y desde las empresas para el desarrollo de la asociatividad e identificar las relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, proveeduría y fabricación, como en el desarrollo de la competitividad e innovación que se suscitaron bajo el proceso de globalización y los fenómenos que se generaron como consecuencia de la flexibilización productiva que dio pauta a la diversidad de perspectivas de modelos revisados al inicio de este capítulo.

Tabla 4

Clasificación de las perspectivas teóricas de producción flexible (de este capítulo), comparación de similitudes y diferencias con el caso de la industria de la joyería de Guadalajara.

Categorías	Distritos Industriales (DI):	Clústeres Industriales (CI):	Sistemas Productivos Locales (SPL):	Similitudes	Diferencias
Temporal	Contexto histórico y cultural de la comunidad. Se identifica a partir de 1973.	Resulta cuando se da la conjunción de factores: infraestructura, mano de obra calificada, ubicación geográfica favorable, universidades, institutos de capacitación, científicos e investigadores. Se identifica en 1990	Contexto histórico y cultural de la comunidad. Se identifica a partir de 1980.	DI, SPL	CI
Espacial	Aglomeración de pequeñas empresas que pertenecen al mismo sector y se localizan en un mismo espacio geográfico delimitado. Especialización productiva.	Aglomeración de empresas grandes y pequeñas delimitadas geográficamente con proveedores, prestadores de servicios, instituciones asociadas en el mismo sector productivo especializado.	Aglomeración de empresas que trabajan en torno a la producción y comercialización de uno o varios productos de un mismo sector.	DI, SPL, CI	

Características de las Empresas	Vinculación del sistema local de pequeños productores con la estructura de mercado.	Empresas con conocimiento especializado. Alto nivel de subcontratación.	Intensa división del trabajo entre firmas. Dinámica de asociatividad entre y desde las empresas, que potencia la productividad y la innovación.	SPL	DI, CI
Ámbito laboral	Atmósfera industrial: el mercado de trabajo con continua movilidad laboral dispersa el <i>know how</i> . Ambiente favorable al trabajo. Fusión entre la industria y la comunidad.	Habilidades en la mano de obra e infraestructura en industrias de soporte que fortalecen la productividad.	Mercado de trabajo flexible con tradición laboral y cultura industrial con fácil intercambio de información y obtención de recursos de capital con base en la familia.	SPL	DI, CI
Competitivi	Las relaciones entre	Cuentan con una estructura	Coexistencia de redes compactas de	SPL	DI, CI

dad y coopera ción	empresas tienen un entrelazamiento de cooperación y competencia.	vertical y combinación de relaciones de proveeduría, mercados de trabajo común, rivalidad entre ellos, conocimiento acumulado y efectos de innovación dirigidos a desarrollar la competitividad.	relaciones entre firmas y relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación o I+D+i. Se pueden encontrar mecanismos de cooperación con otras empresas o instituciones.		
Innovación	Constante innovación del producto e innovación tecnológica. Alta participación institucional pública y privada.	Competitividad global de las empresas y el diseño de la economía industrial, investigación sobre las cadenas de valor, la ventaja competitiva y estrategias de empresa. Alta participación institucional pública y privada.	Coexistencia de relaciones de cooperación informales en las fases de comercialización, fabricación o I+D+i. Fluctuante participación institucional pública y privada.	SPL	DI, CI
Interacción social	Identidad del distrito industrial con la vida familiar, política y social.	Institucional formal dirigida a la competencia global.	Relaciones familiares y comunitaria tradicional con sistema de valores compartido, arcaísmo con modernidad. Código de ética transmitido de generación en generación.	SPL	DI, CI
Tipos	a) Exitoso b) No exitoso	a) De subsistencia, b) Productos diferenciados y c) Exógenos.	a) Área de especialización productiva, b) Sistema productivo local y c) Áreas-sistema.	SPL	DI, CI
Bibliografía	Becattini 1992, 2002,	Porter 1990, Porter y Ketels 2009,	Climent, 1997, 2009; Paunero,	Paunero,	Becattini

	Brusco 1992, Cappechi 1992, Pyke 2009.	Altenburg- Mayer Stamer, 1999 y Knorriga, 2005, Jaén, 2007	2001; Paunero, Sánchez y Corona, 2007 Icart y Baltar, 2010, Rendón y Forero, 2014 Álvarez y Rendón, 2010 Lozano 2007, 2012	2001; Paunero, Sánchez y Corona, 2007 Icart y Baltar, 2010, Rendón y Forero, 2014 Álvarez y Rendón, 2010 Lozano 2007, 2012	1992, 2002 Porter y Ketels 2009
	Vicenza, Arezzo, Valenza Po, dos zonas de Milán y Torre del Greco Ciudad Fringe Barrio de Birmingham	Trichur Chantaburi	Córdoba Guadalajara		

Fuente: Elaboración propia con datos y referencias de los autores identificados en el mismo cuadro.

3 Estrategia Metodológica

3.1 Propuesta de trabajo

El estudio sobre la reconfiguración del SPL de la industria joyera de Guadalajara se propone después de una revisión de tipos y estrategias de análisis que se han identificado en la literatura sobre los estudios de los Sistemas de Producción Local (SPL), aunque se reconoce que llevar a la práctica la teoría de estos modelos productivos de forma sistemática constituye un importante reto en el estudio de los mismos, debido a que según los trabajos que se han identificado y la propuesta metodológica definen ciertos criterios para ello (Fernández y Vigil, 2007); (Lozano, 2012); (De Propis, 2005).

El trabajo metodológico de los SPL y su análisis implica no sólo reconocer espacialmente su ubicación, sino entender su configuración territorial y en este caso, precisamente de reconfiguración a través del tiempo a partir de las redes y de la trama de relaciones económicas y sociales que han ido formando los actores del sistema de la industria, desde sus antecedentes históricos, su desarrollo en los años más recientes y hasta la participación de las instituciones de apoyo, más aún cuando se trata no sólo con elementos tangibles, sino con elementos intangibles y tan específicos que en ocasiones sólo pueden ser analizados con un estudio de caso como lo señalan De Propis (2005) y Lozano (2012).

El diseño metodológico para el análisis de los SPL, que contribuyan a especificar los elementos que son necesarios para alcanzar no sólo la detección de aglomeraciones y sus respectivos fundamentos, en el entendido de que el análisis territorial requiere basarse en la definición de las relaciones territoriales, económicas, sociales y políticas, a partir de los elementos detectados en el SPL que se potencializan se señala como los pasos metodológicos propuestos:

1. Identificación del SPL a través del análisis de datos cuantitativos y territoriales con Sistemas de Información Geográfica (SIG).
2. Análisis de datos cualitativos del SPL a través del estudio de caso de la industria de la joyería de Guadalajara a través de entrevistas semi estructuradas a productores, proveedores, comercializadores, como representantes de los centros joyeros para explicar:
 - a) el fortalecimiento de la asociatividad en este sector productivo el que llevó a la reconfiguración del sistema productivo local a través del tiempo,

- b) la práctica del arraigo productivo, como estrategia de seguridad ante la incertidumbre económica y como estrategia de fortalecimiento de las redes de asociación productiva
- c) observación de escenarios estratégicos en los que se reflejan los resultados de los incisos anteriores.

3.2 La identificación del SPL a través del análisis de datos cuantitativos y territoriales con Sistemas de Información Geográfica²¹ (SIG):

La decisión referente a la definición de la unidad geográfica, para el caso del análisis de los SPL en México, el municipio representa el nivel básico de análisis, a partir del cual se observa la presencia significativa de unidades económicas (empresas) en el área, seguido del número de personas empleadas en los establecimientos productivos, así como el conocimiento de la distribución y dinámica de la actividad económica en el territorio, entre los que se puede acceder como se indica en varios textos, al “dato” que constituye un tipo de información básica (variable de análisis) para el análisis económico, y de los que suele ser uno de los siguientes: el producto interno bruto (PIB), el valor bruto de la producción, el valor agregado, la población económicamente activa (PEA), el empleo, la inversión y otras. Si bien, para este trabajo se consideró pertinente utilizar el sistema de Técnicas de Análisis Regional: Ejercitación y Aplicación versión 3.0 (TAREA) de Lira y Quiroga (2003), como parte del análisis del crecimiento regional de Bonet (1999) herramientas en las que se puede trabajar con sólo una variable y el análisis debe ser complementado con una combinación de ellas.

De esta forma el conjunto de indicadores de esta herramienta (TAREA) sobre la presencia o ausencia de crecimiento económico en una región o localidad sirven para el análisis de la región o localidad y se realiza en el contexto del patrón de comparación del cual forman parte: las regiones, estados en el contexto nacional o municipios en el contexto de las unidades intermedias de las cuales forman parte. Los indicadores de la estructura regional que se utilizaron por su pertinencia para este estudio fueron:

1. Participación del sector en cada región: $P_{ij} = 100 * [V_{ij}/\Sigma_i V_{ij}]$

²¹ Esta parte se desarrolla para el caso en el apartado V de este documento porque es en el que se concentra todo lo referente al análisis cuantitativo de la industria de la joyería en Guadalajara obtenido de fuentes secundarias.

Representa el porcentaje de actividad regional (de la región “j”) que ocupa el sector “i” y puede por tanto, ser utilizado para examinar la “especialización absoluta o intra regional”.

2. Cociente de localización: $Q_{ij} = [(V_{ij}/\sum_i V_{ij})/(\sum_j V_{ij}/\sum_i \sum_j V_{ij})]$

Representa la relación entre la participación del sector “i” en la región “j” y la participación del mismo sector en el total nacional y por lo tanto, se utiliza como medida de la “especialización relativa o interregional”. La especialización relativa de una región en una actividad (sector) se asociaría a un $Q_{ij} > 1$.

3. Coeficiente de especialización: $Q_r = 1/2 * \sum_i \{ABS[(V_{ij}/\sum_i V_{ij}) - (\sum_j V_{ij}/\sum_i \sum_j V_{ij})]\}$

Muestra el grado de similitud de la estructura económica regional con la estructura económica del patrón de comparación (país) y se utiliza como medida de la “especialización regional”, cuando el indicador se acerca a 1 o de “diversificación regional” cuando éste es “0” o cercano a “0”, todo ello bajo el supuesto que la distribución de referencia sea diversificada o especializada en términos relativos.

4. Índice de especialización.

En este sentido, los indicadores sirven para determinar el peso de la actividad en el municipio en comparación con el peso de la misma actividad en el Estado que representa el siguiente nivel en la escala y sirvió para analizar, en primera instancia, la concentración territorial de Personal Ocupado de la actividad productiva, en el supuesto que entre más elevado sea el valor, la especialización relativa de la región seleccionada es mayor en la actividad en cuestión, y viceversa similar al ejercicio que realizan Hernández, Fontrodona y Pezzi (2005).

A la par se utiliza la aplicación de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) en el área de estudio y tomados como una herramienta de análisis para explicación de los fenómenos en las ciencias sociales, aunque han tenido su aplicación principalmente en problemas de gestión territorial y de recursos naturales, asuntos sobre el medioambiente, logística militar o situaciones relacionadas con ciencias de la tierra como la geografía o la geología, hasta que se le identificó su potencial en otros campos y ciencias relativamente inédito, como es lo que se refiere en Ciencias Sociales (Bosque, González, Forero, Morente, y Pérez, 2012) .

Los SIG han marcado un fenómeno paradigmático tanto tecnológico como intelectual, especialmente en el campo de las geociencias y la cartografía, de tal manera que en conjunto forman procedimientos técnicos y metodológicos, que por un lado permiten tratar la espacialidad

de los datos y por otro, favorecer el estudio de la realidad desde enfoques multidimensionales e integrados, como son el tiempo, el espacio y la realidad de las personas que interactúan con el territorio en un momento determinado, de tal forma que si las fuentes de información están debidamente vinculadas se hace posible la mejor comprensión de los temas específicos y objetos de estudio. Con esto, cualquier evento u objeto que pueda verse en el territorio, puede ser una representación cartográfica, referido con unas coordenadas espaciales y temporales. De esta manera, el análisis que se presenta y las formas de visualización de las relaciones espaciales que ofrecen los objetos, añaden información muy específica y gráfica.

Con lo anterior, lo que se logra con la tecnología SIG es la modelización matemática de las relaciones espaciales, en los que también se puede apreciar el análisis de redes, la regresión espacial, la determinación de caminos óptimos y otras formas de análisis espacio-temporales que pueden aportar a los estudiosos de todas las áreas, como la arqueología, la antropología, el arte, la historia, en fin, favoreciendo la interdisciplinariedad de las ciencias sociales en la investigación científica (Bosque, *et al.* 2012).

La integración de la perspectiva espacial en las ciencias sociales ha incorporado el mayor manejo de conceptos como distancia, ubicación, vecindad, proximidad, entre otros y el uso de las tecnologías geoespaciales analíticas, como la información geográficamente referenciada, sirven para abordar aspectos fundamentales de investigación. En el contexto de la geografía humana se le atribuyen muchos beneficios y la aplicación a todas las áreas de interés sobre el individuo.

En la literatura especializada sobre el análisis territorial socio-espacial de la industria joyera, Susan Bagwell (2008) realizó un estudio sobre el clúster de joyería en Ciudad Fringe en Londres, en este trabajo analizó la concentración de la cadena productiva, el empleo y desarrollo de la actividad. En ese estudio de identificación territorial se mostró la distribución de los estratos involucrados en la industria al nivel de explicar el alcance de aglomeración. Otro trabajo con características similares pero de otra ubicación es el estudio de Lisa de Propis (2005) que presentó el Barrio de Birmingham en 2005, con características de estudio espacial. Cabe señalar que estos trabajos aplicaron los SIG para el análisis del tema como son la ubicación como el comportamiento que esta ubicación genera en el territorio para la explicación y contextualización del sector productivo joyero, los cuales son ejemplo para trabajar desde la perspectiva socio-espacial el caso de la producción y comercialización de la industria joyera de Guadalajara.

Asimismo, se cuentan con datos del trabajo realizado por León y Jaén (2014) sobre la revisión que hicieron a la industria de la joyería de Jalisco en los censos económicos 2004 y 2009 e identificaron la desaparición de la empresa grande en 2009, habiendo registrado 0.51 por ciento en 2004, como la disminución de empresas pequeñas como medianas en el mismo periodo, por lo que para este estudio se tomó en cuenta el periodo 1999 a 2014 para poder revisar el comportamiento de la industria un censo anterior y un censo después de estos datos, para observar la reconfiguración de la industria a través de los datos como para contar con la mejor homogenización de datos que proporciona el INEGI conforme a los censos económicos, así como para identificar los efectos de la globalización en este sector productivo.

Por ello, se considera que a través del potencial que ofrecen los SIG, se tiene mayor alcance y profundidad del estudio, como el caso de los trabajos publicados en Londres y Birmingham, que aportaron otras perspectivas para explicar de acuerdo a la georreferenciación y localización de la industria, otra forma de visualización de las relaciones espaciales que brindan, en este caso de la industria joyera.

No obstante, se debe tener en cuenta que las interrelaciones productivas y no productivas del SPL no se restringen a la división territorial municipal, sino que están ligadas a la consideración del espacio geoeconómico y a la dinámica productiva y comercial, donde sobresalen las particulares formas de relacionarse en las que se insertan y se reproducen los sistemas (Fernández y Vigil, 2009), lo cual en este caso es demostrable con un análisis cualitativo, orientado por la cadena productiva. Además, en el momento de realizar el trabajo de campo con los joyeros, solicitaron discrecionalidad para dar a conocer la localización de sus negocios.

3.3 Análisis de datos cualitativos del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara.

En este sentido, el procedimiento para explicar la reconfiguración del SPL a partir de información primaria para la detección de los procesos de innovación que eleven el valor agregado de los productos o servicios generados por el SPL en estudio. Determinar esa conformación se vuelve en un dato para analizar la dinámica local y precisar quiénes son los protagonistas de los diferentes tipos y formas de cooperación orientadas hacia la obtención de mejoras, y de las que estructuran las interdependencias no mercantiles y moldean al sistema productivo local.

Esta etapa se ubica en la tradición cualitativa y específicamente se propone realizar el estudio de caso a través de los productores, proveedores y comercializadores de joyería fina, es decir, de metales y piedras preciosas con más de treinta y cinco años en contraste con los actores que participaron en el surgimiento y formación de los CJ para identificar desde su experiencia, las transformaciones que han debido hacer en su proceso productivo para mantenerse y competir; de esta manera poder entender la relación entre el SPL con el surgimiento y localización de los centros joyeros en la reconfiguración que experimentó la industria joyera de Guadalajara de 1980 a 2015.

3.3.1 Estudio de caso

Se ha considerado, para la realización de esta estrategia y para poder responder a las preguntas de investigación, así como la posibilidad de analizar la hipótesis que se propuso en esta tesis, analizar a través de la versión de tres productores joyeros de joyería fina que se hallen produciendo en la ciudad desde antes de 1980 ya que son quienes podrán describir y explicar desde su experiencia la producción joyera antes de los años ochenta, así como a qué mecanismos de asociatividad de manera formal e informal han tenido que recurrir para desarrollar la cadena productiva, en qué condiciones y como han operado y que han modificado para estar en este momento produciendo.

Con el fin de obtener una explicación desde el sujeto de estudio de esta investigación, se parte de los dueños de los negocios de producción (tres), como de proveeduría (tres) y comercialización (tres) de la joyería de Guadalajara de los años ochenta, así como de la versión de tres actores de la joyería que participaron y estuvieron en el proceso de surgimiento de los CJ de la zona de la Plaza Tapatía de Guadalajara.

De forma complementaria al análisis cualitativo, se realizaron registros a través de la observación y obtención de datos y elementos que abonan a la explicación de la reconfiguración del SPL, como el diseño de un croquis que refleje la composición más reciente de lo que es un CJ con el que se obtienen resultados sobre la interacción que se da en el territorio, así como el seguimiento al comercio de la joyería a través de un censo del transporte foráneo con compradores que llegan semanalmente al estacionamiento más próximo de los CJ.

De esta manera, los estudios de caso, son la herramienta que caracteriza a las investigaciones cualitativas, las que se centran en las variables de interés de un fenómeno, éstos son un dispositivo para profundizar en la complejidad de relaciones que se conciben en la situación seleccionada en el que se busca conocer las particularidades del caso a través de la interacción que tiene con su contexto (Jaén, 2007). En este enfoque, (Reichardt y Cook, 2003) señalan que si los casos elegidos son una buena representación del fenómeno en estudio, entonces a partir de ellos se puede modificar el conocimiento que se tiene de la generalización.

En este caso, se investiga cómo se presenta el proceso de reconfiguración SPL de la industria de la joyería de Guadalajara con el surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía, en esta cuestión se revisa la dinámica de las redes productivas que determinan dicha reconfiguración de la industria, en específico se observan las redes productivas, es decir, entre empresarios de la misma industria, también las redes de cooperación y las redes de clientes. Al establecer contacto con los productores de joyería se consultó su relación con los proveedores de la joyería como metal, pedrería, insumos, en este caso se trata de los insumos que los mismos productores desde su tipo de metal y pieza podrán señalar como el insumo más importante para su producción. Con el objetivo de identificar las entradas y salidas que nos permitan generar tipologías que ayuden a explicar las etapas en el tiempo de la estrategia de relaciones que emplearon para su reconfiguración; dentro de los proveedores también se considera el tipo de maquinaria que utilizan para su producción, si es propia, la renta o maquila y sus características de mantenimiento o renovación, así como la herramienta de trabajo como la consiguen, en qué condiciones está, y el taller de reparación, si es interno a la empresa del productor o se contrata.

De la misma forma, respecto a la comercialización, se consideró el contacto que mencione el productor, para explicar el seguimiento a la cadena productiva, así ellos mismos indican con quien encargaban la comercialización de sus piezas hace treinta y cinco años y cómo es la estrategia de comercialización que emplean ahora para la venta de sus piezas, con el fin de explicar la reconfiguración comercial de la industria joyera de Guadalajara, de tal manera establecer la reconfiguración de las relaciones que dan forma a la comercialización de antes de 1980 y la que ahora se lleva a cabo, identificar los cambios de los tipos de compradores, por tipo de metal y piezas, o los clientes son de tipo local, nacional o extranjero así como el espacio de la

comercialización como fue antes, a través de un agente viajero u otro tipo y que indiquen los cambios respecto a mercados, tendencias y control de calidad.

Se estima que esta es la estrategia más factible debido a la forma de proceder de los productores joyeros, ya que son muy renuentes y cautelosos de proporcionar información y datos por razones de seguridad, son muy precavidos en este sector productivo. Además, de que las bases de datos de INEGI como del Instituto de Investigaciones Económicas y Geográficas no alcanzan a realizar un estudio de este nivel de profundidad, inclusive entre los mismos datos publicados se omiten o no se contestan los cuestionarios de forma confidencial, por lo que es un aporte a la carente y muy limitada información de este tipo de industria tradicional en el estado y en el país. Esta propuesta se considera representativa y viable en este momento para explicar la reconfiguración del sistema productivo local de la industria joyera de Guadalajara, ya que ofrece la versión y experiencia a profundidad de quienes han estado en el proceso de cambio de este sector y puede recoger la información más representativa de lo que se ha transformado en los más recientes años de vida de esta industria en Guadalajara; se estima por el limitado tiempo con que se cuenta que se puede hacer un cruce de perspectivas entre los productores, los proveedores y la comercialización, como entre los actores clave que participaron en el surgimiento de los CJ, es decir un análisis comparativo de cada una de las versiones de esos actores clave para la explicación de la reconfiguración de la industria a partir de los indicadores de asociatividad, cooperación y redes productivas que señala el SPL.

Como este sector se caracteriza por no proporcionar información, por seguridad, se trabajó bajo la técnica de bola de nieve y también se contó con el apoyo de contactos que permitieran un mayor acercamiento con el sector ²², para desarrollar esta metodología, partiendo de los contactos iniciales que se identificaron al iniciar esta investigación, como del seguimiento a los mismos como forma de acercamiento al campo de estudio, a quienes se les explicó la importancia de su aportación en el desarrollo de esta investigación y se les hizo hincapié sobre la discrecionalidad, confidencialidad y anonimato de los datos que proporcionen.

La identificación de estos primeros contactos se estableció en enero 2015, como un acercamiento al espacio para el trabajo de campo, se ubicaron los primeros sujetos informantes

²² Es el caso de la diseñadora de joyería y calzado en Guadalajara: Jazmín del Villar.

como productores fabricantes, comercializadores y diseñadores a quienes se visitó en diversas ocasiones para facilitar la comunicación y tratar con ellos el objetivo del trabajo de la investigación, así fue por una parte como se tuvo acceso al campo de estudio como preparación para el ingreso al espacio, entre estos contactos, uno, en particular intervino de forma contundente proporcionando datos y referencias de diversos productores joyeros, entre los que algunos accedieron y otros no. Estos sujetos se identificaron en el orden que se estableció contacto y se les consideró la ocupación o cargo a manera de clasificar a cada uno con el tipo de información que proporcionó.

Se diseñó un tipo de cuestionario (ver Anexos 9.6) que se aplicó por medio de entrevista semi estructurada, para ello se trataron los siguientes temas en el caso de los productores y proveedores, para ver desde su perspectiva cada una de sus experiencias en torno a la reconfiguración productiva antes de la década de los ochenta y después de su formación.

1. Espacio de producción y proveeduría, es decir, identificación de los lugares en los que se han ubicado en el transcurso del tiempo de su empresa.
2. Antecedentes en la producción y proveeduría de joyería,
3. Tipo de relación y características de la misma, que han establecido con sus proveedores o productores.
4. El uso de materias primas, y la modificación que han tenido a través del tiempo
5. Ciclo de producción y proveeduría, para identificar cómo ha cambiado.
6. Apoyos institucionales para conocer el aprovechamiento y especialización de este sector a la producción y proveeduría joyera durante el periodo de estudio.

En el caso de los comercializadores los temas a tratar para identificar las redes de compradores son:

1. Identificar las características de los compradores.
2. Periodos de mayor venta en el tiempo de estudio.
3. Compradores de mayoreo y menudeo.
4. Ventajas del tipo de comercio en el periodo de estudio.
5. Modificaciones a partir de los centros joyeros al comercio de joyería
6. Cambios en la comercialización sobre plazo, crédito, envío, traslado, volumen.

7. Contratación de algún servicio de investigación de información como tendencias, moda, control de calidad, intercambio de servicios técnicos y tecnológicos.
8. Registro en alguna institución, cámara empresarial, para especialización de conocimientos en cuánto a su comercialización.
9. Recepción de capacitación de algún centro educativo o de investigación en calidad.
10. Realización de algún viaje específico para innovar la comercialización de los productos de su negocio.
11. Invitado por alguna institución o agrupación o de forma individual lo realizó.

Respecto de los actores clave que participaron en el surgimiento de los Centros Joyeros los temas de la entrevista fueron en torno a las condiciones y características de inicio de las experiencias que vivieron quienes estuvieron en el proceso de creación de estos edificios y el resultado de lo que se formó en la Plaza Tapatía de Guadalajara. De acuerdo con Bagwell (2008) en su estudio sobre la localización estratégica y la demanda del mercado local de la industria de la joyería en el caso de Ciudad Fringe en Reino Unido, define al lugar como de alta interdependencia entre quienes forman la industria de la joyería a quienes atribuye que han creado con su localización en el área, un espacio esencial para la industria joyera que refleja ventajas competitivas de operación, debido a que el ubicarse cerca del grupo de negocios envueltos en la cadena productiva indica la llegada de clientes.

Esto significa que se trata de un área reconocida de la industria de la joyería en la que identificó que los negocios se establecen en el lugar porque si no perderían la mayoría de sus clientes, además de que valoran la circulación de información formal como informal privilegiada que proviene de las cadenas de suministro, como los proveedores del sector, en este mismo sentido Bagwell (2008) agrega que la principal ventaja estratégica de la localización de este lugar es la ubicación central para los enlaces de transporte que habilitan la llegada de trabajadores y clientes desde diferentes puntos de la ciudad.

Por otro lado, en cuanto a las desventajas de este lugar, Bagwell (2008) identificó que esta red de compañías también están siendo erosionadas por el incremento de las rentas y los precios de propiedad, de manera que los alquileres de las locaciones forzan a salir del lugar a algunas firmas, como a algunas personas que prefieren evitar el área por el tráfico que también se genera por ser un lugar con un índice significativo de visitantes y presenta dificultades de fluidez del transporte como encarecimiento de las cuotas de estacionamiento.

Estos elementos forman parte del diseño del cuestionario sobre el surgimiento de los Centros Joyeros, así como las características del lugar, ya que se trata de un espacio que cuenta con diversos CJ con alrededor de treinta años, por lo que se estima que las condiciones a las que se refiere Bagwell (2008) es posible identificar de acuerdo a la versión de quienes participaron en la creación de los mismos (ver Anexos 9.7).

3.3.2 Observación de escenarios estratégicos:

Por otra parte, para complementar el trabajo de campo cualitativo se utilizó la técnica de observación de escenarios estratégicos, como otro dispositivo para realizar un levantamiento de datos y registro sobre el comportamiento, en este caso del área de localización interna de quienes forman y se ubican dentro un Centro Joyero. Con este recurso se presenta de otra forma un ejemplo de las características de ubicación de los locatarios entre los que se puede identificar a los principales comercializadores de esta industria, como proveedores de insumos y materias primas incrustados entre marcas de joyería y algunos de los principales servicios de paquetería por mensajería. Asimismo, se puede corroborar, corregir o continuar con la concepción inicial que se tenía de este espacio de acuerdo con González, E. (2013) quien concibió al centro joyero con las siguientes características:

Centro Joyero: Es un espacio, en forma de edificio que reúne a diferentes empresas de diferentes giros que venden artículos, partes de diferentes calidades ya sea al detalle o al mayoreo. Se trata de un espacio que proporciona seguridad, tanto para proveedores, clientes y que concentra a las mejores empresas joyeras de México.

En relación a la importancia que han generado los centros joyeros en el área y como registro de la derrama comercial que han propiciado en el país se hizo un censo de las rutas foráneas que llegan a estacionarse en la calle Dionisio Rodríguez, en la parte más cercana al CJ Magno Centro Joyero San Juan de Dios, aproximadamente con un promedio de 40 pasajeros entre los que se consideraron alrededor de 10 compradores de joyería y bisutería de mayoreo, principalmente de los estados del pacífico del país en el transcurso de la semana, entre los que se reparten el espacio que comprende entre cien y ciento cincuenta metros de las dos aceras de la calle y que permanecen alrededor de tres a cuatro horas, tiempo considerado para las compras de comercializadores y distribuidores que surten mercancía del Mercado de San Juan de Dios, como de los centros joyeros. Con este registro se complementa el trabajo de campo cualitativo, con el

que se reflejan los efectos en el espacio y uso de áreas en el territorio por el surgimiento de los CJ, como a las características de la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara.

3.4 Operacionalización de variables por objetivos específicos:

Operacionalización de conceptos teóricos en objetivo específico 1

Objetivo específico	Concepto teórico	variable	indicador	técnica	fuentes
Analizar diferentes casos de ciudades especializadas en la industria de la joyería para explicar las diferencias con el caso de Guadalajara.	D Distrito Industrial	Tipo de perspectiva teórica de especialización flexible	Aglomeración	Observación de documentos	Documentos especializados: Pike (2009) Bagwell (2008), (Propis & Lazzaretti, 2009) (Quintar & Gatto, 1992) (Ashra, 2005) (Vasikasin, 2016), (Paunero, 2001)
	Forma de emprender y producir en la que circunscriben como factor característico la interacción sociocultural.	Redes de relaciones de asociatividad	Especialización de productos	cartografía	
	Becattini (1992) y (2002)	Ambiente local	Formación de mercados		
	Cluster Industrial: aglomeración de empresas delimitadas geográficamente, con proveedores, prestadores de servicios, instituciones asociadas en el mismo sector productivo, varios tipos de vínculos con externalidades y complementariedades.	Asociatividad	Dinámica de inter-relación entre Joyeros		
	Porter , (1990).	Cooperación	Tipos de relación entre joyeros		
	Sistema Productivo Local	Competitividad	Tipos de apoyo entre joyeros		
	Aglomeraciones de pymes que funcionan a partir de la elaboración de productos de calidad, lo que les otorga un lugar particular en el mercado. Forero y Rendón (2014) y Paunero 2001.	Innovación	Comercio exterior		
	Relación con el gobierno local	Tecnología propia Generación de marcas			
		Tipos de apoyos para los negocios de joyeros			

Operacionalización de conceptos teóricos en objetivo específico 2

Objetivo específico	Concepto teórico	variable	indicador	dimensión	técnica	fuentes
Analizar la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara a partir del surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía.	Reconfiguración. Conjunto de relaciones que establece el sujeto en la transformación de la red a través del espacio y tiempo establecido. Garza (1999); (2002); (2018).	Periodo de tiempo de transformación de la red	Cambios en las redes de relaciones	Social	Entrevistas	Productores proveedores comercializadores
		Fortalecimiento de las redes de asociación	Compromisos conjuntos de trabajo			
		Asociatividad	Dinamismo en la industria de la joyería			
		Número de centros joyeros en la Plaza Tapatía	Índice de especialización Índice del Valor agregado Comercio exterior			

Operacionalización de conceptos teóricos en objetivo específico 3

Objetivo específico	Concepto teórico	variable	indicador	técnica	fuentes
Explicar la práctica del arraigo productivo como un recurso de asociatividad en la reconfiguración del sistema productivo local de la joyería de Guadalajara.	<p>Arraigo productivo</p> <p>Es el grado de fortaleza en sus redes laborales a través de tres rasgos: confianza, transferencia de información refinada y solución de problemas en conjunto.</p> <p>(Romero, Barriga, & Henríquez, 2007: 5)</p>	<p>Fortalecimiento de las redes laborales</p> <p>Asociatividad laboral</p>	<p>Formales</p> <p>No formales</p> <p>Acuerdos</p> <p>Mecanismos de mercado</p> <p>Aparición gradual de centros joyeros</p> <p>Confianza</p> <p>Transferencia de información refinada</p> <p>Solución de problemas</p>	<p>Entrevistas semi estructurada</p> <p>Observación de espacios estratégicos</p> <p>Sistemas de Información Geográficos</p> <p>Información estadística, aplicación del TAREA</p>	<p>Productores proveedores comercializadores</p> <p>Fundadores de centros joyeros</p> <p>Representante de la cámara de la joyería.</p> <p>INEGI, DENUE 2014, Censos económicos 1980, 1999, 2014</p>

Operacionalización de conceptos teóricos en objetivo específico 4

Objetivo específico	Concepto teórico	variable	indicador	técnica	fuentes
Analizar factores que determinan la organización desde un punto de vista espacial en la concentración de la industria de la joyería de Guadalajara.	Dinamismo de acciones de las redes de asociación productiva desde el punto de vista social se refiere a compromisos que impliquen cada vez mayor responsabilidad como grupo en la producción, proveeduría y comercialización y se puede observar en el territorio con incremento de espacios utilizados en el transcurso del tiempo	Fortalecimiento de las redes de asociación productiva Concentración de la industria Elementos sociales Factores geográficos	Generación de productores, consumidores y proveedores Compra de bienes inmuebles Uso del territorio Responsabilidad de espacios	Entrevistas Observación de espacios Cartografía	Productores proveedores comercializadores Fundadores de centros joyeros Representante de la cámara de la joyería. INEGI, DENUE 2014, Censos económicos 1980, 1999, 2014

La operacionalización de conceptos teóricos fue un insumo teórico que permitió dar sentido al trabajo de campo que se desarrolló y del que se construyen los resultados de lo que se concibe como los elementos sociales y territoriales que muestran e integran el proceso de reconfiguración de la industria de la joyería de Guadalajara.

En síntesis se puede apreciar la estrategia metodológica que se desarrolló en este trabajo en la Figura 7.

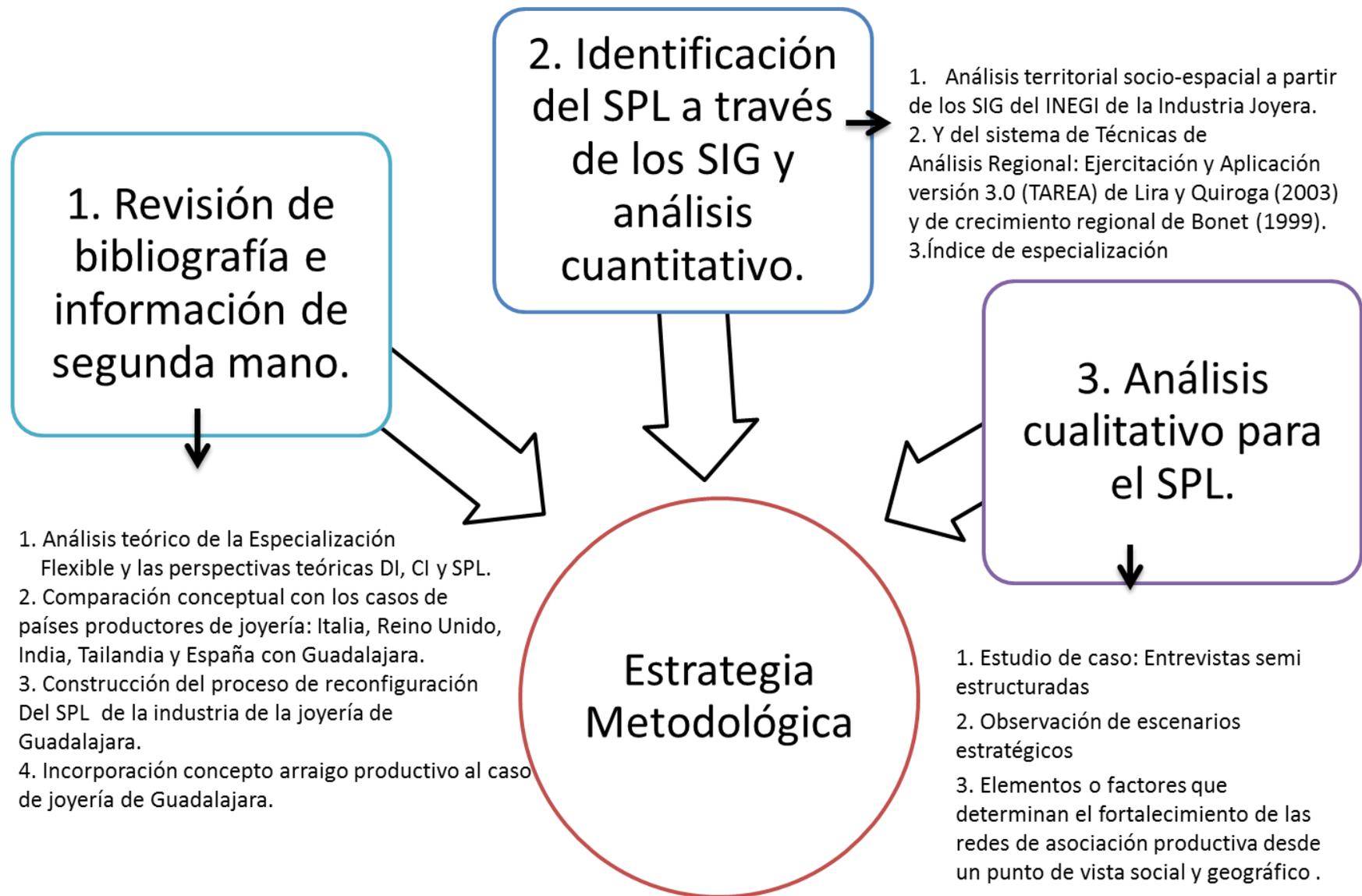


Figura 7. Estrategia metodológica.

4 Contextualización de la industria de la joyería en Guadalajara

4.1 Ubicación geográfica de la ciudad de Guadalajara, Jalisco

El municipio de Guadalajara ²³, localizado en la zona centro del estado de Jalisco, es el lugar de estudio de esta investigación, por lo que se presenta la ubicación geográfica e identificación de las condiciones territoriales en que se genera la producción y comercialización de la industria joyera en Guadalajara. Las características económicas que identifican a Guadalajara como municipio a partir de las principales actividades productivas y de la población económicamente activa resalta el comercio, actividad que se ha caracterizado como la más dinámica del municipio de compraventa y comercialización de todo tipo de artículos nacionales y de importación. El desarrollo de la actividad comercial particularmente ha propiciado la apertura de 56 plazas o centros comerciales en zonas estratégicas del Área Metropolitana de Guadalajara, que pertenecen a cadenas no sólo nacionales, sino también internacionales.

²³ El nombre de Guadalajara proviene del árabe *Wad-al-Hidjara* que significa: “Río que corre entre piedras” o “Río pedregoso”. La ciudad de Guadalajara se ubica en el Valle de Atemajac, tiene una altitud promedio de 1570 metros sobre el nivel del mar, en su mayoría son lomas bajas, cuyo punto más alto es el Cerro del Cuatro (20°36'3.97"N 103°21'47.52"O) (Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), 2016).



Figura 7. El municipio de Guadalajara se localiza al centro del estado, un poco hacia el oriente, en las coordenadas $20^{\circ} 36' 40''$ a los $20^{\circ} 45' 00''$ de latitud norte y $103^{\circ} 16' 00''$ a los $103^{\circ} 24' 00''$ de longitud oeste, a una altura de 1700 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra delimitado al norte con los municipios de **Zapopan** e **Ixtlahuacán del Río**, al oriente con **Tonalá** y **Zapotlanejo**, al sur con **Tlaquepaque** y al poniente con **Zapopan**. (Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), 2016).

4.2 Características económicas de Guadalajara

Por parte de la visión del Plan Municipal de Desarrollo de Guadalajara, como del Plan de Gestión Institucional (2012-2015) del Ayuntamiento de Guadalajara, señala (Transparencia, 2012) como sectores estratégicos de la economía por la especialización productiva de la localidad al turismo, electrónica y tecnologías de información, moda, diseño y joyería, así como la manufactura de alto valor agregado; actividades que reconoce dentro de un entorno cada vez más competitivo para mejorar su participación en el mercado nacional e internacional. Sectores con los que señala trabajar en relación con su área metropolitana y la Región Centro Occidente del país, a partir del tejido productivo para generar encadenamientos basados fundamentalmente en la economía del conocimiento y en la innovación. También, pretende elevar en forma sostenida la inversión privada, la generación de empleo y los niveles salariales para mejorar la

competitividad de los sectores económicos que la identifican como la joyería (Transparencia, 2012).

En este contexto de visión sobre la joyería como una de las principales actividades del enfoque productivo para el municipio, además del comercio a la que se le atribuye ser la actividad que más aporta al PIB estatal y representa a escala nacional 6.5 por ciento (INEGI, 2015). Conforme a la información del DENUE de INEGI, el municipio de Guadalajara cuenta con 100 182 unidades económicas en 2014 y su distribución por sectores revela un predominio de unidades económicas dedicadas al comercio, las que alcanzan 45.5 por ciento del total de las empresas en el municipio.

En este sentido, la proliferación de plazas comerciales en el Área Metropolitana de Guadalajara, de acuerdo a un levantamiento de datos sobre el número de estos lugares comerciales alcanzan un total de 69 zonas de comercio, dedicados también en cierta medida al esparcimiento, son un reflejo del dinamismo comercial en el que el municipio de Guadalajara sobre sale en primer lugar en número de plazas comerciales con un total de 31, posteriormente el municipio de Zapopan muestra 27, le sigue Tlajomulco de Zúñiga con 7 unidades, y San Pedro Tlaquepaque, como Tonalá cuentan con dos correspondientemente, estos datos se obtuvieron a través de trabajo de campo en 2016 con datos del Sistema de Información Geográfica (SIG) (ver Anexos 9.4 y 9.5). Estas condiciones que muestran el vocacionamiento comercial del municipio son factores que influyen en el comportamiento de los años más recientes de la industria de la joyería de Guadalajara, debido a que se relacionan directamente.

4.3 Antecedentes históricos de la industria de la joyería en Guadalajara

Los datos que se tomaron como evidencia empírica para observar en el transcurso del tiempo la relevancia de este sector productivo en la dinámica económica de Guadalajara, son los que identifican a la ciudad como un lugar que se caracteriza históricamente por trabajar la orfebrería y la joyería como una actividad popular y de arraigo en la ciudad luego del registro de Muriá (1988) que desde el siglo X la gran novedad que se encontró en el occidente mexicano fue la metalurgia, que a partir de esta época, desde los andes y Centroamérica se tuvo rastros de esta industria, por ello señala el autor no es raro identificar que se haya desarrollado más que en otras regiones. Asimismo detalla que “el oro y la plata eran más fáciles de obtener con los que se

elaboraban adornos pequeños, cascabeles, broches y alfileres para la ropa, pinzas para depilar, cuentas y laminillas finas que se les prendía a los vestidos” (Muriá, 1988: 47-48).

Posteriormente, en la colonia se fabricaban piezas utilizadas en los más variados y múltiples aspectos y que cuenta con talleres de joyería para producir todo lo relativo a adornos personales: aretes, anillos, pulseras y otras piezas semejantes (Sandoval, 1956).

A mediados del siglo XVIII Guadalajara ya contaba con el trabajo de plateros y orfebres dedicados a labrar joyas traídas de España o de Asia. Más adelante en el siglo XIX, desde la Independencia hasta los primeros años del porfiriato, la minería atravesó por graves crisis económicas y sociales, como la paralización metalúrgica nacional, que fue casi total, debido a que los pocos centros mineros que lograron mantenerse activos, enfrentaron la ausencia de capitales y atraso tecnológico, esto porque en Jalisco se desconocía el uso de las máquinas de extracción y desagüe, que sólo se conocía en Bolaños, pero este centro productor de plata vivió un incendio en 1844 a consecuencia de las deficiencias mecánicas del sistema de ventilación, por lo que se inundó y permaneció en el abandono (Muriá, 1988:341).

En 1870, de acuerdo con Muriá (1988) las minas jaliscienses no recibieron atención ni tratos de explotación, por lo que las minas del estado presentaron problemas de inundación por problemas del desagüe, así que esto originó en su mayoría fueran abandonadas. De esta forma, en los primeros años del porfiriato la actividad minera retrocedió aún más, la Casa de Moneda de Guadalajara acuñó plata por menor valor, y aunque Jalisco contara con yacimientos de oro, de plata y fierro; como se presentaron los problemas de las rebeliones, los problemas de comunicación, la ausencia de grandes capitales, así como el incremento del valor de los metales en el mercado internacional, hicieron incosteable la explotación de los mismos y generaron la paralización de las minas hasta que las cerraron (Muriá, 1988).

Luego, en 1886 a los constructores de máquinas e instrumentos mineros se les otorgaron patentes exclusivas por 25 años y se eximieron de contribuciones tanto a los reactivos utilizados en el proceso de beneficio como a los mismos capitales invertidos en equipos y aparatos, así que antes de que terminara el siglo se inició la modernización de la tecnología por la vía extranjera.

Sin embargo, como en Jalisco se practicaba la minería con muchas deficiencias, la extracción de oro y plata ocupaba un lugar muy modesto, respecto de los demás centros productores. En 1904 documenta Muriá (1988) Jalisco apenas alcanzó a generar el 2.25 por ciento de la producción nacional. En ese sentido, la extracción minera en Jalisco como en otros lugares del

país se encontraba en manos norteamericanas, entre las de capital mexicano fueron las menos, se trató de empresas más pequeñas y de escaso nivel técnico. Así en este ambiente de declive en las minas del país se alcanzan a identificar en Guadalajara entre la diversidad de la producción industrial un registro de 24 platerías (Muriá, 1988:407).

Consecutivamente, en relación al contexto de la producción y el comercio de la ciudad desde el siglo XIX, Arias (1985) indica que:

Guadalajara en el transcurrir del siglo XX fue perdiendo paulatinamente varias de sus funciones y atributos que desde tiempos remotos había pugnado por centralizar y que para mediados del siglo XIX la habían convertido en la “capital del occidente”: centro de servicios, de consumo y de la organización comercial, regional [...] la capital jalisciense donde se empezaría a centralizar la producción de manufacturas (Arias, 1985: 9).

El trabajo de Arias (1985:12) identifica el desarrollo histórico de algunas de las ramas productivas más características de Guadalajara, y observa no sólo la mayor antigüedad de las pequeñas industrias, sino además su persistencia y contribución al desenvolvimiento actual de esos giros. En las producciones de diferentes productos [...] entre estos las joyas, señala que el surgimiento de grandes industrias tampoco ha significado la extinción de las pequeñas, ni ha socavado el poder de los comerciantes y su lógica de acumulación comercial.

A través de los aportes de Muriá (1988), Sandoval (1956) y Arias (1985) se puede observar que la actividad de la producción de la joyería ha persistido históricamente en Guadalajara, y que cuenta con experiencia en el la producción desde el siglo X con la elaboración de algunos adornos, broches, cuentas y laminillas, posteriormente hasta con variedad de talleres para la producción de cualquier tipo de joyería, entre estas características destaca también la capacidad de organización comercial, como la centralización de la producción de manufacturas. Datos que reflejan las actividades productivas tradicionales de Guadalajara.

En relación a la comercialización, Arias (1982) en su artículo: “Rutas comerciales y agentes viajeros”, parte de una investigación más amplia sobre el desarrollo industrial y comercial de Guadalajara, muestra cómo esta ciudad desde el siglo XIX es un lugar propicio para analizar el desarrollo histórico de la dinámica comercial a escala nacional y local, en el que afirma que la capital del estado de Jalisco, se empieza a identificar como “el principal centro mercantil e industrial del Occidente” del país, inclusive señala que desde 1860, Guadalajara se convierte en

la segunda ciudad más poblada de México, lugar que en ese tiempo ocupaba Puebla (Arias, 1982).

En términos territoriales, al barrio de San Juan de Dios se le conoce como el primer lugar para establecer los negocios de la ciudad, por ser la primera zona industrial y agrícola, ya que a este barrio llegaban los viajeros y visitantes, los arrieros, los productores y abastecedores de la gran parte de alimentos y artículos para la población tapatía, pues se trata del acceso inmediato a Guadalajara de aquel tiempo. Aquí se concentraban y distribuían los artículos agropecuarios y artesanales, de los cuales constaba la economía colonial (Guadalajara.net, 2004).

En 1888, se construyó el primer mercado de San Juan de Dios, posteriormente en 1925, el gobierno de José Guadalupe Zuno tiró el viejo mercado y se levantó uno nuevo y también se entubó el río que por ahí pasa. En los años cincuenta, Agustín Yáñez tiró de nuevo el mercado y erigió el actual Mercado Libertad. En este mercado en la actualidad se puede encontrar de todo, se venden frutas, legumbres, verduras, carnes y pescados; así como todo tipo artículos: ropa, zapatos, tenis, huaraches, botas, artículos de talabartería, objetos artesanales de barro, cerámica, madera y latón, antigüedades y de moda, electrónicas, así como todo tipo de artículos de importación (Guadalajara.net, 2004).

Por su parte, Vázquez, D. (1985), señaló que la ciudad de Guadalajara de la segunda mitad de los años treinta disfrutó de una ampliación del mercado regional que representó el ferrocarril Sud-Pacífico, debido a que con ello atrajo capitales y gente por su buen tamaño y comunicaciones que se complementaba con la Ley de Protección a la Industria de 1932, situación que provocó la proliferación en el centro, como en barrios del oriente de la ciudad donde se fueron estableciendo pequeños talleres, fábricas y establecimientos comerciales. Entre los años cuarenta y hasta los años ochenta, Vázquez, D. (1985) identificó la reactivación interna de la economía urbana, que en los cuarenta se agregaría la bonanza local por la guerra, que provocó en la economía el estímulo de actividades productivas y comerciales, así como el empleo masivo de mano de obra (Vázquez, D.1985: 63).

La industria joyera comenzó a tener mayor actividad económica en Guadalajara a partir de los años cuarenta con la producción de piezas de plata. Este momento se refleja en la ciudad porque la industria “tiene auge en el tiempo de la Segunda Guerra Mundial, debido a que Estados

Unidos demanda mucha plata [...] y los talleres de joyería tienen gran auge, los ensambladores, todos... exportaban anillos, brazaletes, placas con insignias de identificación para los soldados, fue de gran impulso la guerra [...]” así describe ese tiempo Jesús Peregrina, productor joyero de Guadalajara en una entrevista realizada el 8 de enero de 2014.

El crecimiento demográfico de la ciudad en los años ochenta, se marcó en el desarrollo de una industrialización basada en pequeñas empresas, para las cuales los lotes en la periferia de la ciudad eran una buena alternativa para solucionar los problemas de vivienda y de locales de trabajo de sus propietarios (Vázquez. D. 1985). En este caso, se puede percibir que las unidades económicas se distribuyeron en los puntos de la ciudad, que en ese tiempo se denominó la periferia, así que la ubicación de empresas se incrustaban junto a casas habitación, de manera que no se estableció un orden territorial específico por cada tipo de actividad entre las actividades manufactureras que proliferaron en Guadalajara.

La información de Vázquez, D. (1985), permite identificar la importancia de la infraestructura urbana y de transporte que favoreció la permanencia y el incremento de pequeñas empresas dedicadas a las diferentes manufacturas, entre ellas la producción de la industria de la joyería en colonias y barrios del sector Libertad y Reforma del municipio de Guadalajara.

En tanto, a principios de la década de los ochenta se materializó el objetivo que esperó diez años, la construcción del centro metropolitano, denominado Plaza Tapatía, resultado de la demolición de las manzanas localizadas entre el Teatro Degollado y el Hospicio Cabañas, en la parte oriental del centro histórico, obra controvertida que transformó la imagen y el carácter del centro tradicional de la ciudad (Vázquez, D. 1985).

Con esa transformación de tal alcance y con la revitalización de varios edificios históricos de valor arquitectónico y monumental, el Palacio de Gobierno, Tesorería General, Palacio Legislativo y Palacio de Justicia, Museo Regional, Teatro Degollado y la Catedral, le dieron continuidad a la actividad urbanística en la capital tapatía (Vázquez, D.1985:70).

4.3.1 El estudio sobre la industria de la joyería de Guadalajara

El tema de la industria de la joyería de Guadalajara más que contar con publicaciones o libros ha sido revisada por estudiantes de carreras administrativas en la generación de trabajos inéditos que desarrollan tesis, entre ellos resalta el caso de González, E. (2013), por registrar la formación

de los centros joyeros no solo de Guadalajara, si no del país y observa a la joyería desde la aglomeración de empresas en un mismo lugar como es desde el centro joyero (CJ), así como indicar que el primer CJ que inició en Guadalajara fue en julio de 1983 con un grupo de fabricantes que se unieron para formar el CJ Guadalajara, y señala que desde entonces se convirtió en el principal canal de distribución y comercialización de todo tipo de joyería del país. En este documento (González, E. 2013) informa que los CJ, no sólo se establecieron en Guadalajara, sino en más ciudades de otros estados como Guerrero, Puebla y Ciudad de México, así como menciona que los beneficios que proporcionaron al sector productivo, como a los clientes de los CJ fue aportar un sentido de asociatividad, debido a que entre todos los locatarios pagan un servicio colectivo de diversos servicios; desde mantenimiento y limpieza, como seguridad privada y la instalación y cuidado de cámaras de circuito cerrado para su vigilancia. En resumen, observó que en este espacio se da la concentración de diferentes empresas en un solo lugar, comercialización de diferentes metales, insumos, pedrería y variedad de productores y artículos tanto, para la producción como para la comercialización de la joyería, así como el envío de mercancía a otros estados y países por medio de paquetería (González, E. 2013).

En este trabajo González, E. (2013:18), es relevante ver el comportamiento de la industria joyera de Guadalajara en términos territoriales, ya que como parte del contexto de la industria joyera en México, registró que después se crearon en total treinta y cinco centros joyeros distribuidos en diferentes estados del país, veinte ubicados en el estado de Jalisco; uno en Puerto Vallarta y diecinueve en Guadalajara, ocho en la ciudad de México, cuatro en Guerrero; dos en Iguala y dos en Taxco, por último, tres en Puebla (ver Tabla 5).

Tabla 5. Centros Joyeros localizados en México. 2013		
Estado	Municipio	Centros Joyeros
Jalisco	Guadalajara 19	20
	Puerto Vallarta 1	
Ciudad de México	8	8
Guerrero	Iguala 2	4
	Taxco 2	
Puebla	Puebla 3	3
		Total: 35

Fuente: Elaboración propia con datos de (González, E. 2013:18)

Como se puede observar la mayoría de los centros joyeros en ese año se localizan en el municipio de Guadalajara, específicamente en la zona centro en el área denominada como Plaza Tapatía y en el *CJ World Trade Center (WTC)* a media cuadra del área de exposiciones llamada Expo Guadalajara, localizado a cuatro kilómetros y medio del centro de la ciudad, una ubicación que sirve para aprovechar la infraestructura y la red de relaciones para el comercio de la ciudad. Asimismo, se podía identificar muy cerca de esta ubicación al anterior edificio de la Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco (CRIJPEJ), en la misma colonia, Verde Valle.

En general, lo que se observa en Guadalajara es que los CJ se incrustan entre edificios históricos, administrativos y de promoción cultural con otro tipo de edificios de la industria de la joyería en los que ofrecen en un mismo lugar, una variedad de talleres de producción de joyería. Es decir, que en treinta años, los centros joyeros se abrieron de forma significativa generando un cambio en el territorio de la zona centro de Guadalajara, en la Plaza Tapatía, lugar en que se ubicaron dieciocho centros joyeros, de acuerdo con los datos de González, E. (2013).

Esta situación nos lleva a suponer que el incremento considerable del número de centros joyeros localizados en la zona de la Plaza Tapatía obedece al proceso de reconfiguración que incrementa la aglomeración de estos centros joyeros con la unión de los fabricantes joyeros de

1983 que señaló González E., (2013) desde la formación del primer CJ de la ciudad, así como explicar cómo es que llegaron a ser dieciocho CJ alrededor de la Plaza Tapatía, es una cantidad que rebasa los CJ de los demás lugares y vuelve más relevante analizar la razón de ser de los mismos en el territorio.

4.3.2 Estudios recientes sobre la industria de la joyería en la región

Por otro lado, sobre lo que se ha escrito más recientemente de la industria joyera de Guadalajara, León y Jaén (2013) y (2014) afirman que la industria ha mostrado liderazgo y crecimiento a diferencia de las otras industrias de tipo tradicional como el calzado, textil y vestido, como resultado de un proceso de escalamiento productivo donde las empresas han incorporado diseño e innovación principalmente; subrayan que ha sido importante el dinamismo desarrollado por esta industria, por el incremento en su desempeño a partir de 1998. De la misma forma, identifican esto en la producción bruta total y en el desempeño hacia el comercio exterior. También, indican que de acuerdo con el presidente de la cámara de la industria joyera en 2013 esa industria generó veinte mil empleos (directos e indirectos) y produce 7.5 toneladas de oro y 150 toneladas de plata al año .

Asimismo, reportan que a pesar de aplicar estrategias, como la producción de piezas con mayor complejidad para generar mayor valor agregado, la dinámica comercial a escala mundial repercutió en esta industria, ya que la comercialización de productos de origen chino y la producción de productos de fantasía, como la bisutería se ha incrementado en el estado y en todo el país. Por ello, la actividad de matalistería y metales no preciosos registró un despunte en la producción y el descenso de la producción de la joyería fina se debió además de los cambios en la demanda, al incremento del precio internacional del oro, esto a su vez se reflejó en la disminución de este tipo de actividades.

En su análisis León y Jaén (2014) identifican que la estructura de la industria joyera es homogénea por el tamaño de empresa, debido a que para 2004 se constituyó 97 por ciento por micro y pequeñas empresas, y para 2009 la micro y pequeña empresa representó 99.2 por ciento. De la misma forma reportan significativo la desaparición de la empresa grande que en 2004 representó 0.51 por ciento y para 2009 desapareció.

León y Jaén (2014) agregan que 70 por ciento de la producción joyera en 2001 fue a base de oro, y este mismo rubro en 2013 alcanza apenas 33 por ciento. Esta situación la describen como un cambio drástico en la producción de la joyería en el estado y señalan que se debe a dos cosas: 1) por el cambio en el precio del oro y la plata las empresas se vieron en la necesidad de transformar su producción. De esta manera, con el fin de disminuir el peso de las piezas, implementaron el diseño e incorporaron a las mismas otros insumos como la piel, el caucho o la tela, de esa forma garantizaron piezas más ligeras; 2) con el interés de incrementar su producción varias empresas recurrieron a la fabricación de bisutería y dejaron de lado la producción de piezas a base de metales preciosos.

4.4 Análisis cuantitativo de la industria joyera de Guadalajara: producción y comercialización en el territorio.

Después del estudio a los antecedentes e información sobre la industria de la joyería de Guadalajara, al revisar el seguimiento a la información de datos cuantitativos, el cambio que atravesó esta industria de acuerdo con las etapas identificadas con el diseño metodológico de los SPL, modelo que se seleccionó como más viable para entender y explicar el comportamiento de la industria joyera de Guadalajara, que se debe ver bajo el efecto de la globalización después del encarecimiento del metal y la situación sobre la producción y la comercialización que ha generado transformaciones en el territorio, como se podrá percibir en este apartado.

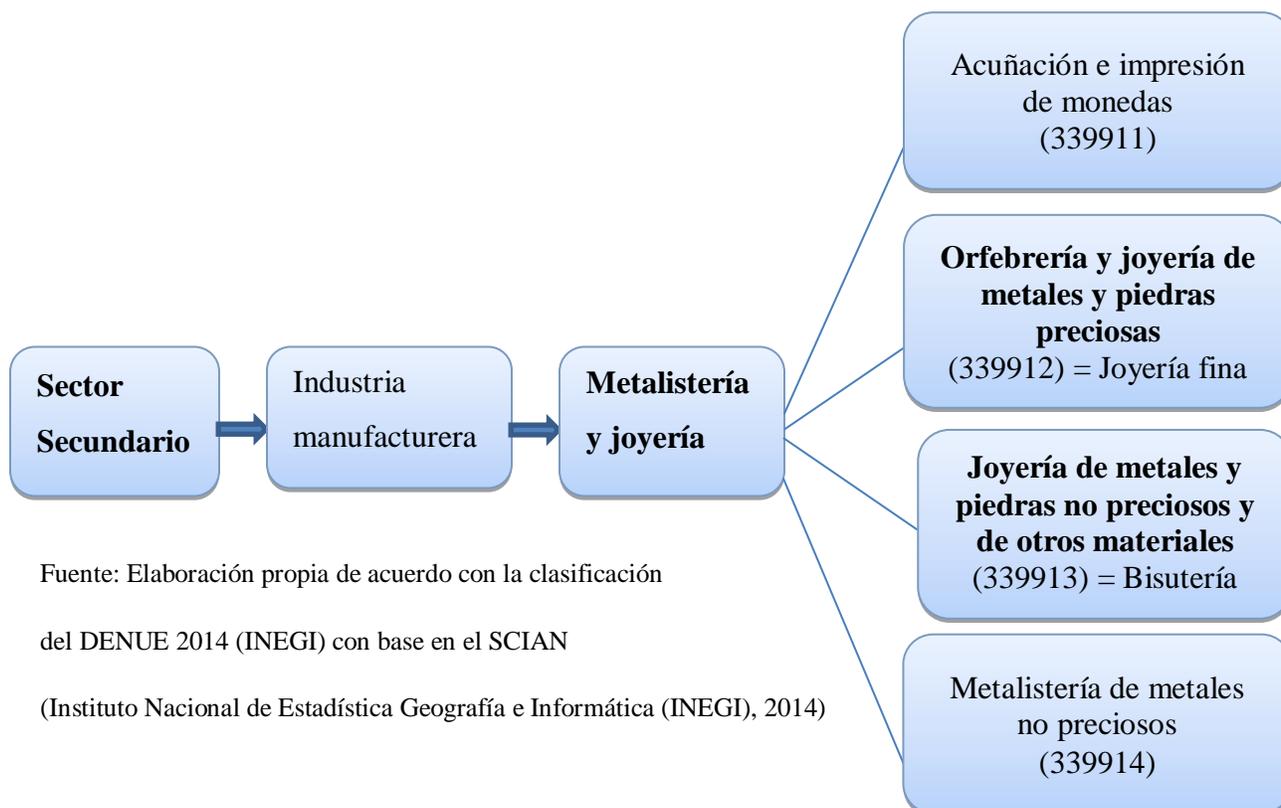
El comportamiento de la industria joyera en el país a través de los datos que publica el INEGI y que, por medio del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), es posible identificar por sector, subsector, rama y clase; el código sirve para clasificar a los productores de joyería por clase como: Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosas (joyería fina) 339912; Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales (bisutería) 339913; y por parte del comercio al por mayor, la rama 432120 identifica al comercio de bisutería y 433220 de joyería fina, en tanto que el comercio al por menor, la rama 463215 refiere al comercio de bisutería y de joyería fina la rama 465112 (SCIAN, INEGI 2013:298).

La clasificación del INEGI 2010, y según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), en el 2007 la industria joyera se encuentra en el sector manufacturero, dentro del Subsector de “Metalistería y joyería” (33991) y se desglosa de la siguiente forma:

Figura 8

Clasificación por sector, subsector y rama de la industria de la joyería.

Sector	Subsector	Rama y clase
--------	-----------	--------------



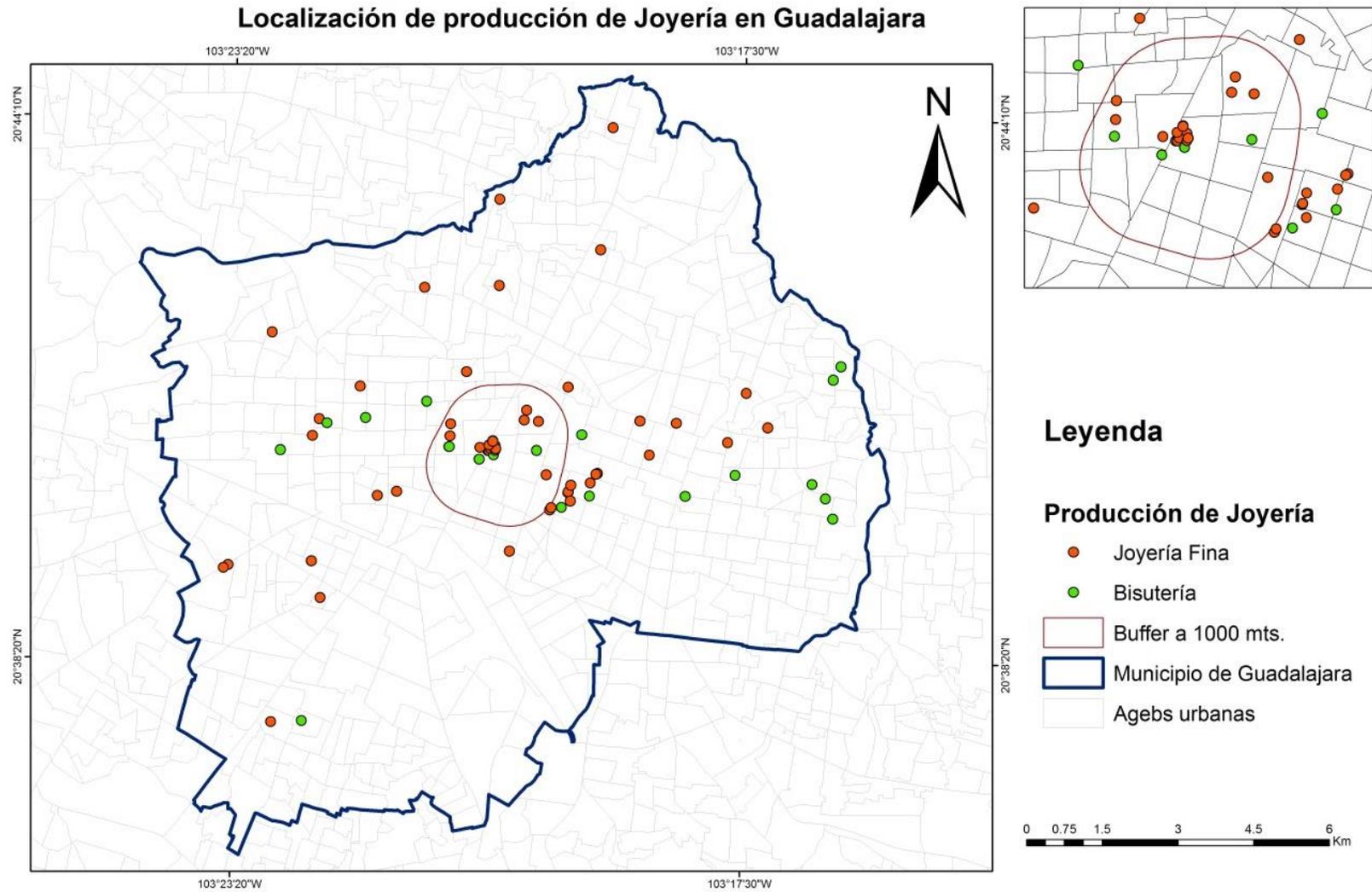
Fuente: Elaboración propia de acuerdo con la clasificación del DENUE 2014 (INEGI) con base en el SCIAN (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), 2014)

De acuerdo con el comportamiento de la industria a través de los datos que se pueden obtener por municipio, en este caso de Guadalajara, por medio del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2014), se cuenta con información de ubicación, actividad económica de los establecimientos activos en el territorio nacional y los presenta bajo el sistema de información geográfica (SIG) de manera que se pueden localizar en el territorio a escala municipal, estatal y nacional. Para este caso, se presentan en los casos de los productores joyeros, tanto de joyería fina como de bisutería, comercio al por mayor de joyería fina como bisutería, así como de comercio al por menor de joyería fina y bisutería con datos de 2014, ya que no es posible obtener datos anteriores desde la georreferenciación, por las características de la fuente.

De acuerdo con este ejercicio los productores joyeros que identifica el DENU 2014 (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), 2014) en el municipio de Guadalajara, son setenta y tres unidades económicas de joyería fina y treinta y dos de bisutería (ver Figura 9), para el caso del comercio al por mayor, refleja 166 negocios de joyería fina y 144 de bisutería (ver Figura 10), en tanto que en el comercio al por menor 797 de joyería fina y 807 de bisutería (ver Figura 11).

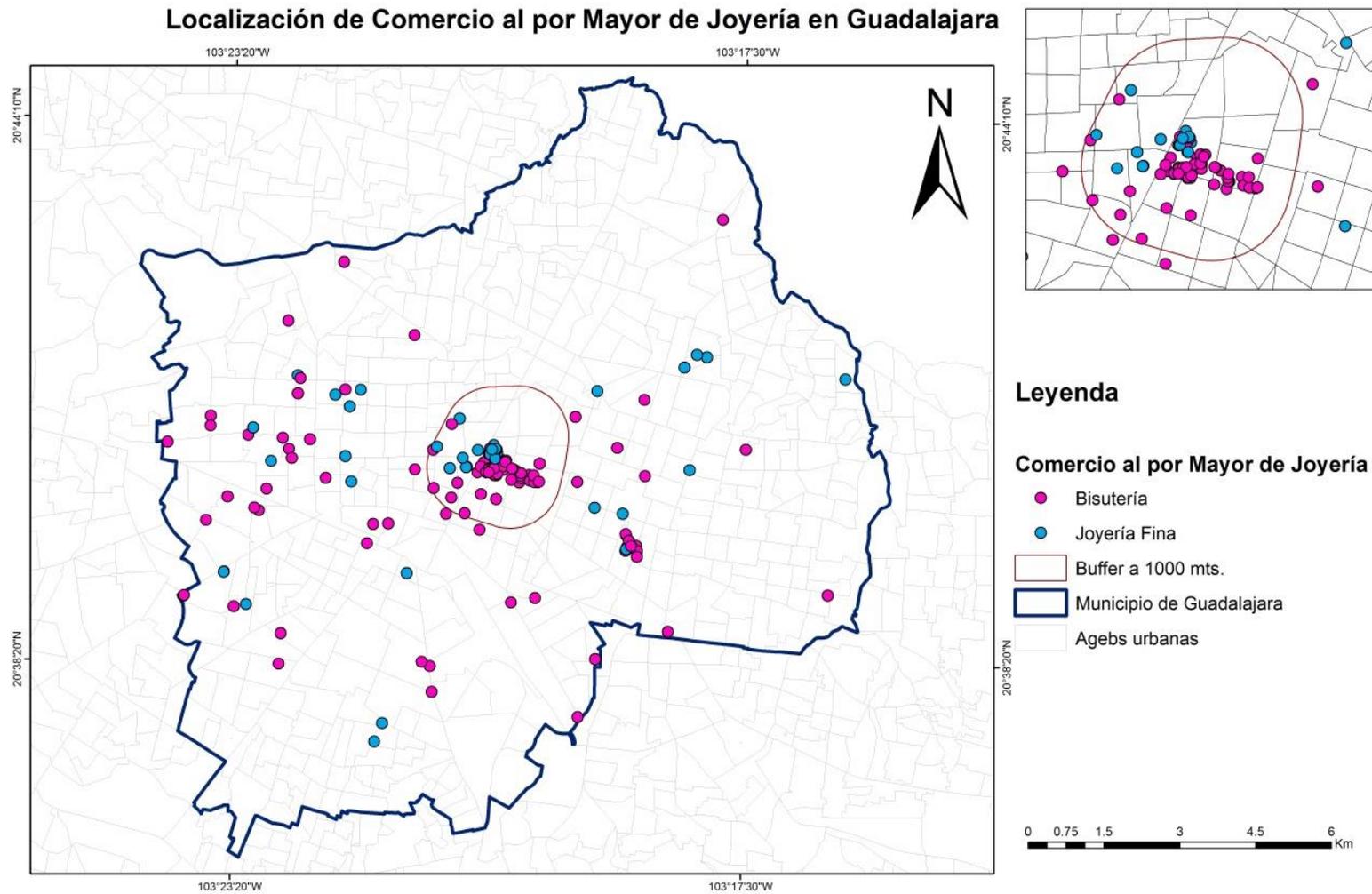
Es importante señalar que en la localización de estas unidades económicas resalta que en el área central y hacia el poniente se concentran más puntos, lo que nos indica la preponderancia de estos negocios en la zona centro del municipio en el que se ubican los Centros Joyeros de la Plaza Tapatía. Asimismo, respecto a las unidades económicas la mayoría corresponden a negocios dedicados a la producción de joyería fina, poco más del doble que de bisutería, refleja la especialización en cuanto a producción de joyería fina, como en el comercio al por mayor supera el número de unidades económicas de joyería fina a la bisutería, mientras que el comercio al por menor es muy similar, con una diferencia de unidades mayor de bisutería que de joyería fina.

Este comportamiento de aglomeración de productores, como de comercializadores propició el interés por visualizar a través del recurso del Land Sat 2016 y el Marco Geoestadístico 2010 la ubicación de los centros joyeros que se visualizan en la zona céntrica de Guadalajara, es decir, en la Plaza Tapatía e identificar la composición de centros joyeros en el municipio y los que se logran ver en esta imagen del satélite fueron 14 unidades. (ver Figura 12). Esta información llevó a una revisión de las características de la información y los datos sobre esta industria a mayor detalle, no obstante, bajo las condiciones y características que proporciona la fuente, en este caso el INEGI, por ello se recurrió a los censos económicos y el tipo de cambios en la clasificación que experimentó por los cambios que se estaban presentando en este tiempo precisamente.



Fuente: Elaboración propia con datos del DENUE 2014

Figura 9. Localización de unidades económicas de productores de Joyería fina (73) y Bisutería (32) en el municipio de Guadalajara. DENUE 2014, INEGI. (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), 2014).



Fuente: Elaboración propia con datos del DENU 2014

Mapa

Figura 10. Unidades económicas de comercio al por mayor de joyería fina (166) y bisutería (144) en Guadalajara. DENU 2014, INEGI. (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), 2014)

Localización de Comercio al por menor de Joyería en Guadalajara

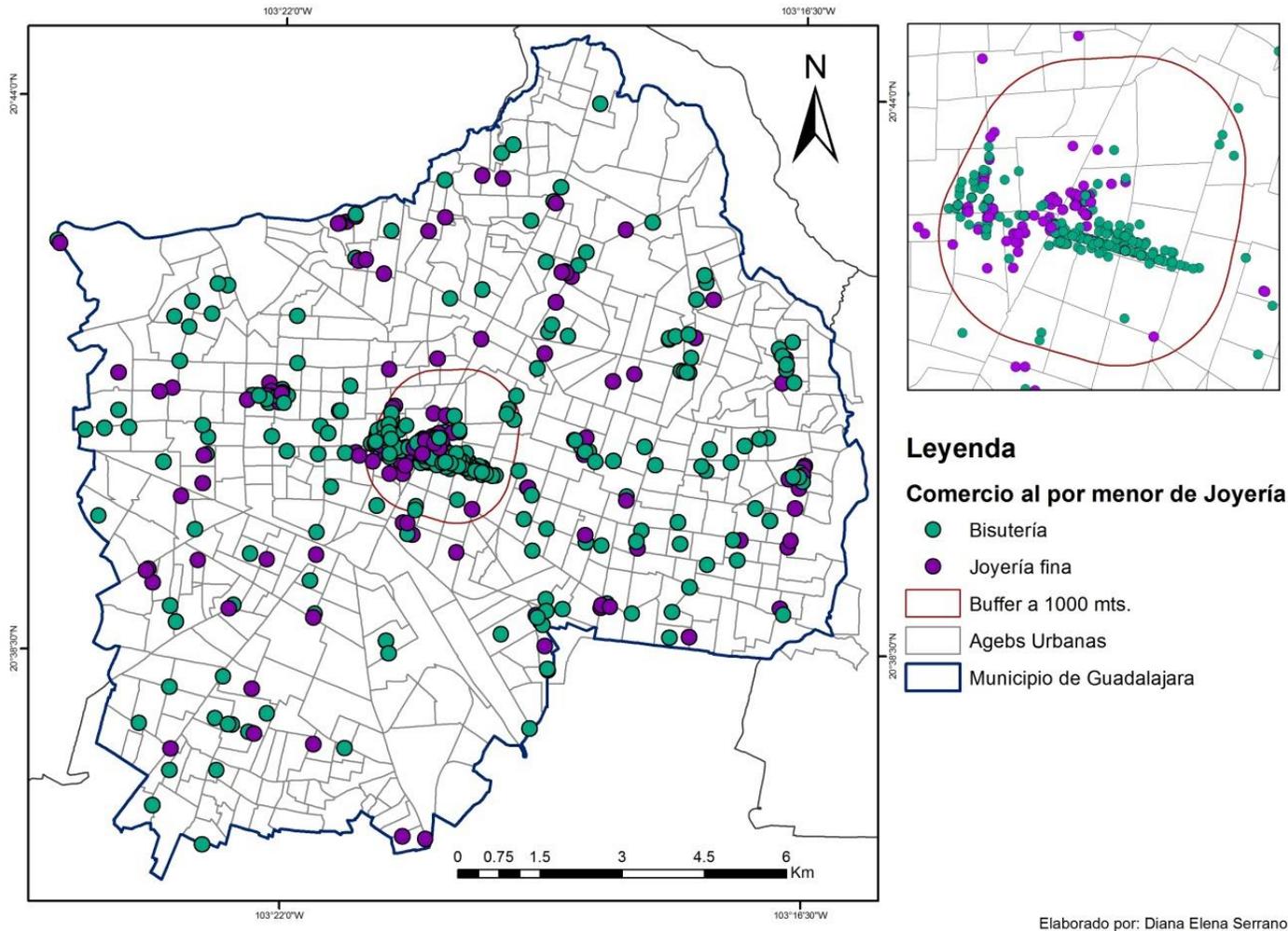


Figura 11. Unidades económicas de comercio al por menor de joyería fina (797) y bisutería (807) en Guadalajara. DENEUE 2014, INEGI. (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), 2014).

Localización de Centros Joyeros en Plaza Tapatía

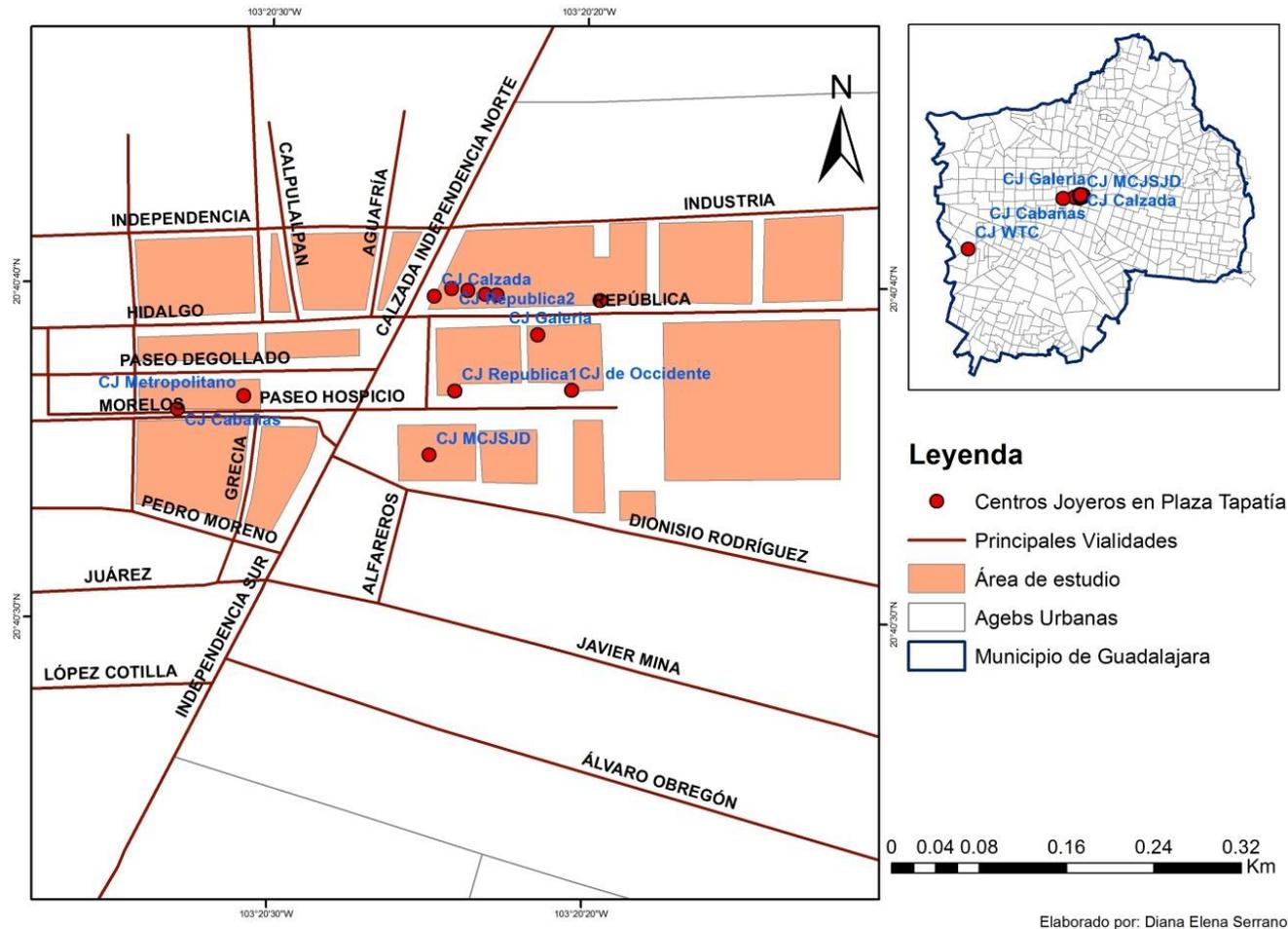


Figura 12. Localización de 14 Centros Joyeros en Guadalajara. Imagen Earth G LandSat 2016 y Marco Geo Estadístico 2010. INEGI. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2016)

Cabe señalar, conforme a los censos económicos, se seleccionaron los de 1980 a 2014 para tener un contexto de la industria joyera en el periodo de años del estudio de 1980 a 2014, sin embargo, los datos de 1980 hasta 1998 cuentan con un registro complejo que no se lograron trabajar y tampoco relacionar con el tipo de datos correspondientes a los censos económicos de 1999 y 2014 los que se tomaron como referencia porque se observa el desarrollo y la reconfiguración que ha experimentado esta industria en ese periodo, debido al proceso de identificación y clasificación, que adquirió tanto en el Sistema de Clasificación Industrial en América del Norte (SCIAN) como en los censos de los diferentes años después de 1999, ya que en 2002, cuando inicia su utilización, se puede encontrar que estas clases alcanzan las de producción, más que las de comercialización su mejor clasificación e identificación a partir del censo de 2004, y en 1999, apenas se clasifican las clases 339912 y 339913, y las clases de comercialización se presentan más específicas a partir de 2004.

Las clases de producción para la joyería fina que en lo sucesivo se identifica con la clasificación que maneja el INEGI, como Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosos, con la clase 339912²⁴ y la bisutería que se clasifica como Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales, clase 339913²⁵.

Las clases de comercio al por mayor de bisutería²⁶ y joyería fina,²⁷ así como las clases de comercio al por menor de bisutería²⁸ y joyería fina,²⁹ esta clasificación se usa para la

²⁴ 339912 Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosos Unidades económicas dedicadas principalmente a la elaboración de orfebrería y joyería de oro y plata, al corte, tallado y pulido de piedras preciosas, y al chapeado con metales preciosos de artículos de joyería. Incluye también: u.e.d.p. a la fabricación de cuchillería de mesa de metales preciosos. Excluye: u.e.d.p. al chapeado de piezas metálicas con metales preciosos y al grabado de metales (332810, Recubrimientos y terminados metálicos) SCIAN 2013 INEGI Pág.245.

²⁵ 339913 Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales. Unidades económicas dedicadas principalmente a la fabricación de joyería de fantasía hecha de metales y piedras no preciosos, plástico y otros materiales. SCIAN 2013 INEGI Pág.245.

²⁶ (SCIAN, 2002) En este año llegaba hasta el 43212 Comercio al por mayor de ropa, en general.

(SCIAN, 2013) 432120 Comercio al por mayor de ropa, bisutería y accesorios de vestir. Unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por mayor especializado de ropa, bisutería y accesorios de vestir, como aretes, artículos para el cabello, cinturones, sombreros, bolsas. Incluye también: u.e.d.p. al comercio al por mayor especializado de uniformes escolares y secretariales. Excluye: u.e.d.p. al comercio al por mayor de joyería fina (433220, Comercio al por mayor de artículos de joyería y relojes); al comercio al por mayor de uniformes deportivos (433313, Comercio al por mayor de artículos y aparatos deportivos); al comercio de uniformes médicos, independientemente de su forma de comercialización (435313, Comercio al por mayor de mobiliario, equipo e instrumental médico y de laboratorio), y al comercio de ropa industrial de alta seguridad, independientemente de su forma de comercialización (435419, Comercio al por mayor de otra maquinaria y equipo de uso general). SCIAN 2013 INEGI P.259

clasificación de 2002 y 2013; en síntesis, las clases que refieren a la bisutería fueron las que se crearon en relación a su necesidad por crecimiento, como la clase 432120 no existía, si no que se refería al comercio al por mayor de ropa o calzado. En tanto, en el sistema de clasificación de 2013 alcanza la descripción comercio al por mayor de ropa, bisutería y accesorios de vestir, que sin ser específicamente de bisutería, en gran medida se refiere a esta. Asimismo, la clase 463215 en el SCIAN de 1999 no existe con esa clasificación, si no que se refería al comercio al por mayor de sombreros, mientras que en el SCIAN de 2013 se determina como comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir.

²⁷(SCIAN, 2002) Clase 433220 En este año se llamaba Comercio al por mayor de artículos de joyería y otros accesorios de vestir.

(SCIAN, 2013) 433220 Comercio al por mayor de artículos de joyería y relojes Unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por mayor especializado de joyería fina, relojes y piedras preciosas. Incluye también: u.e.d.p. al comercio especializado de pedacería de metales preciosos. Excluye: u.e.d.p. al comercio al por mayor de bisutería (432120, Comercio al por mayor de ropa, bisutería y accesorios de vestir). SCIA.N 2013 INEGI P.261

²⁸ (SCIAN, 2002) 463215 En este año esta clasificación era destinada al comercio al por menor de sombreros.

463212 Comercio al por menor de accesorios de vestir.

463213 Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales

(SCIAN, 2013) 463215 Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir Unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por menor especializado de bisutería y de accesorios de vestir nuevos, como aretes, artículos para el cabello, pañoletas, mascadas. Excluye: u.e.d.p. al comercio al por menor de artículos nuevos de cuero y piel, como bolsas y cinturones (463216, Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales); al comercio al por menor de sombreros (463218, Comercio al por menor de sombreros); al comercio al por menor de joyería fina (465112, Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes); al comercio de una amplia variedad de productos artesanales, entre ellos bisutería y accesorios de vestir (465915, Comercio al por menor en tiendas de artesanías), y al comercio de accesorios de vestir usados, independientemente de su forma de comercialización (466410, Comercio al por menor de artículos usados) SCIA.N 2013 INEGI P.293

²⁹(SIAN, 2002) 465112 Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes.

(SCIAN, 2013) 465112 Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes Unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por menor especializado de joyería fina, relojes, cubiertos de metales preciosos y artículos decorativos de metales preciosos, como charolas y jarrones. Excluye: u.e.d.p. al comercio de pedacería de metales preciosos, independientemente de su forma de comercialización (433220, Comercio al por mayor de artículos de joyería y relojes); al comercio al por menor especializado de bisutería (463215, Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir); al comercio de joyería y relojes usados, independientemente de su forma de comercialización (466410, Comercio al por menor de artículos usados), y a la reparación y mantenimiento de artículos para el hogar y personales, como joyas y relojes (811499, Reparación y mantenimiento de otros artículos para el hogar y personales). SCIA.N 2013 INEGI P.298 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2014)

De la misma forma, con la información del Censo Económico 2014 se dio seguimiento a los datos que León y Jaén (2014), presentaron sobre el tamaño de empresas de la joyería de Jalisco que realizaron en 2004 y 2009, con el objeto de observar el comportamiento del dato en el siguiente censo económico y lo que se obtuvo es una disminución significativa del porcentaje de micro empresas, pero un incremento considerable de los demás tamaños de empresas, inclusive la aparición nuevamente de la empresa grande, que de acuerdo con el censo anterior, desapareció este tamaño de empresa, sin embargo; es relevante para la industria joyera la aparición del mismo porcentaje de tamaños de empresas en 2014, tanto de la mediana, como la grande de 3.47 por ciento (ver Tabla 6).

Al visualizar estos datos a través de la georreferenciación (ver Figura 13), se puede identificar que la mayoría de empresas micro y pequeñas se localizan en el municipio de Guadalajara y en particular se trata de cuatro empresas medianas y cuatro empresas grandes, las que se ubican las primeras en Guadalajara y las grandes, se registran una en Zapopan, otra en Arandas y dos en Guadalajara. Además, de la existencia de algunas micro empresas en diferentes municipios del estado.

Tabla 6.

Porcentaje de tamaños de empresas productoras de la Joyería de Jalisco 2004-2014

Tamaño empresa	2004	2009	2014
Micro	86.62	95.14	78.26
Pequeña	10.1	4.03	14.78
Mediana	2.78	0.83	3.47
Grande	0.51	0	3.47

Fuente: Elaboración propia con datos de León y Jaén, 2014 Obtenidos de los Censos Económicos 2004 y 2009. Los datos 2014 se obtuvieron del DENUE, 2014.

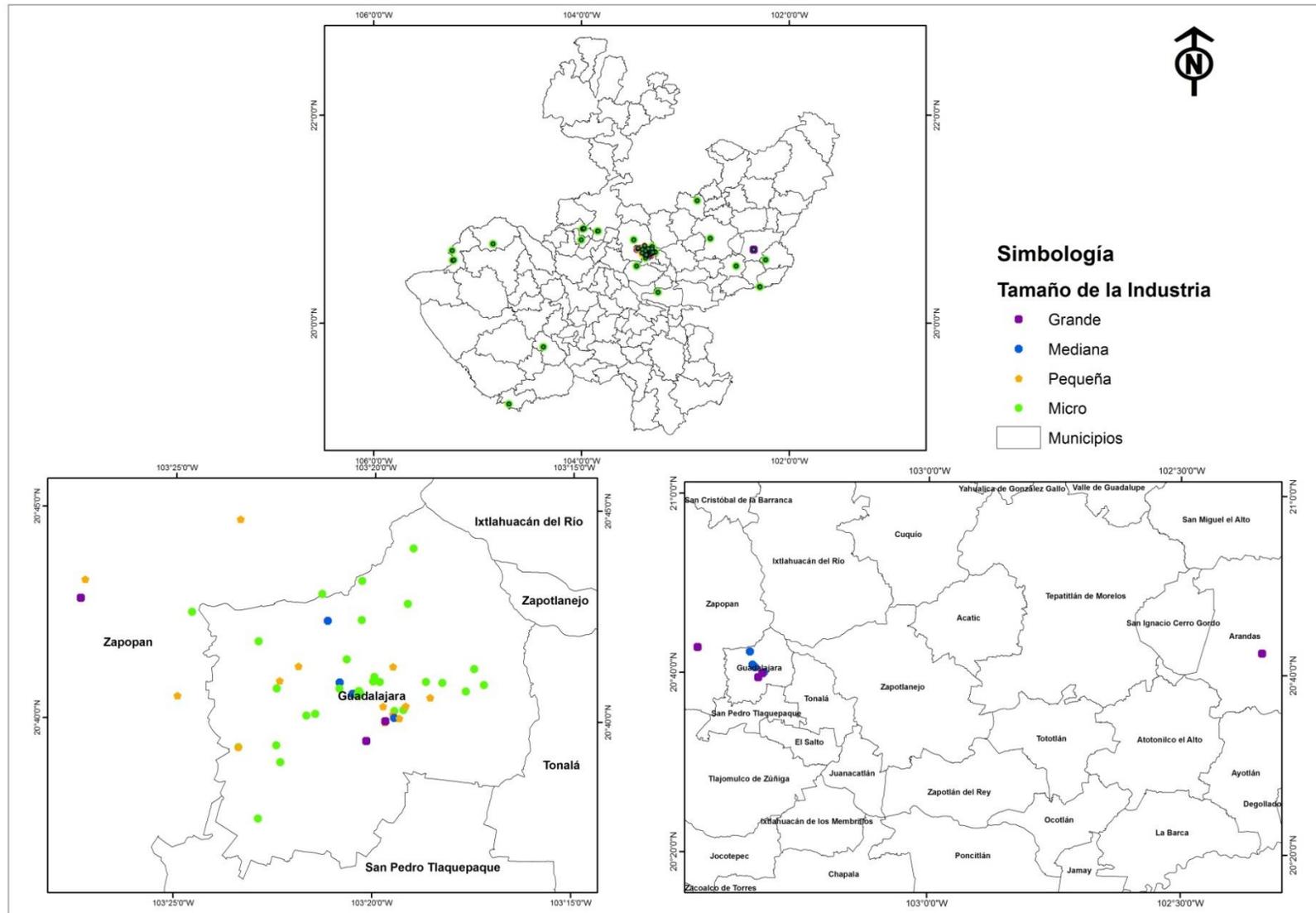


Figura 13. Tamaños de empresa Joyería fina, Jalisco. Elaboración propia con datos del Censo económico, 2014 y Marco Geo Estadístico, 2010. (INEGI)

4.4.1 Los principales productores joyeros a escala nacional

Después de la revisión de los datos de las clases de la joyería a escala municipal y estatal, en este apartado se presenta un análisis del comportamiento de la industria de la joyería de Guadalajara en contraste con los datos a escala de los principales estados productores de joyería, con el objetivo de realizar una comparación de las principales variables como Unidades Económicas (UE), Personal Ocupado Total (POT), Producción Bruta Total (PBT) y Valor Agregado Censal Bruto (VACB) de los censos económicos de 1999 y 2014, y apreciar la actuación de estas actividades pertenecientes a la producción entre los principales estados del país más significativos por clase productiva (ver Tablas 7 y 8); cabe señalar que en estos datos se incluye el caso de Guadalajara, como municipio del estado de Jalisco, para analizarlo en relación a los estados más importantes en la producción de joyería con la intención de medir su competencia frente a los más sobresalientes productores joyeros del país. Posteriormente, se presentan los datos en forma de mapa para obtener otra lectura del resultado de la comparación entre los censos señalados, en el que se observa a escala nacional (ver Figuras 14 y 15).

Tabla 7

Participación de los principales estados y municipio de Joyería Fina (339912) en datos absolutos de variables*.

Entidad/ Municipio	UE 1999	UE 2014	POT 1999	POT 2014	PBT 1999	PBT 2014	VACB 1999	VACB 2014
Total Nacional	2,087	3,953	9,818	14,662	1,172,266	2,784,577	476,782	635,700
Distrito Federal	188	85	1,625	981	365,104	471,831	115,678	-120,857
Guerrero	1,324	794	2,648	1,405	208,498	173,622	88,288	61,163
Jalisco	101	107	1,116	1,268	166,138	632,897	44,718	96,500
Guadalajara³⁰	79	68	848	869	141,547	459,171	34,717	75,699
Yucatán	27	33	1,090	2,213	80,842	287,671	59,572	214,141

Fuente: Censos Económicos 1999, 2014. INEGI (*Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*) *Unidades Económicas (UE), Personal Ocupado Total (POT), de Producción Bruta Total (PBT) y Valor Agregado Censal Bruto (VACB).

³⁰ En relación a los datos obtenidos por el INEGI, se les consultó en entrevista tanto al presidente de la CRIJPEJ, como a los productores de la industria cuando se realizó el trabajo cualitativo sobre el mínimo cambio en el periodo de estudio, respecto a la disminución de unidades económicas como a la mínima variación de personal ocupado, asimismo si así es como reflejan al incremento de la producción y el valor agregado, a lo que de forma coincidente señalaron que los datos reales no se dan a conocer completamente por cuestiones de seguridad y protección. De manera que se desconoce si es la misma situación en los demás estados productores.

Tabla 8.

Participación por porcentajes de los principales estados y municipio de Joyería Fina (339912).

Entidad/Municipio	% UE 1999	% UE 2014	% POT 1999	% POT 2014	% PBT 1999	% PBT 2014	% VACB 1999	% VACB 2014
Total Nacional	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Distrito Federal	9.01	2.15	16.55	6.69	31.15	16.94	24.26	-19.01
Guerrero	63.44	20.09	26.97	9.58	17.79	6.24	18.52	9.62
Jalisco	4.84	2.71	11.37	8.65	14.17	22.73	9.38	15.18
Guadalajara	3.79	1.72	8.64	5.93	12.07	16.49	7.28	11.91
Yucatán	1.29	0.83	11.10	15.09	6.90	10.33	12.49	33.69

Fuente: Censos Económicos 1999, 2014. INEGI (*Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*) *Unidades Económicas (UE), Personal Ocupado Total (POT), Producción Bruta Total (PBT) y Valor Agregado Censal Bruto (VACB).

La participación de Jalisco como estado en esta clase productiva dedicada a la joyería fina permite dar cuenta de la relevancia que alcanzó conforme se perciben los datos de 2014 a diferencia de 1999, ya que alcanzó un crecimiento mayor al de Guerrero y el Distrito Federal, en producción y valor agregado de ocho y seis puntos porcentuales respectivamente, a pesar de sufrir la disminución de unidades económicas como de personal ocupado, además los estados señalados anteriormente presentaron una disminución muy importante, tanto que presenta cifra negativa el caso del Distrito Federal y Guerrero tuvo una caída al grado del 50 por ciento en sus datos. De la misma forma, destaca el crecimiento sostenido del caso de Yucatán; sin embargo no es interés de este trabajo analizar a ese estado, pero se identifica como un hallazgo que se registra, pero será de forma colateral.

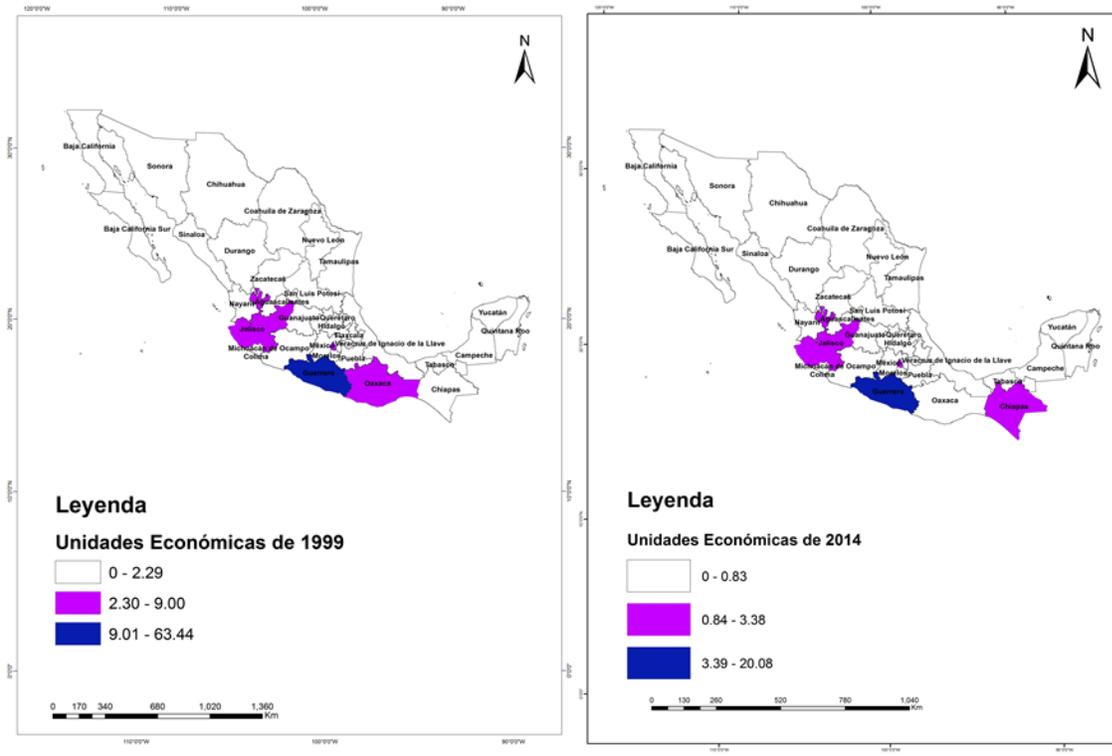
Hasta este momento, los datos revisados del INEGI son una descripción del periodo y en el que se alcanza a entender que el periodo ha sido complicado para todos los casos, excepto Yucatán, pero se distingue que los casos del Distrito Federal en primer lugar y luego Guerrero han sido los que no lograron crecimiento, si no que además presentan mayor pérdida hasta presentar números negativos como el Distrito Federal, mientras el caso de Jalisco, como de Guadalajara, también no muestran crecimiento, si no pérdida pero la proporción de la misma

tiene menor magnitud que los casos de Guerrero y Distrito Federal, además de reflejar en el valor agregado, un incremento significativo el estado de Jalisco, como Guadalajara. En tanto se puede señalar que los datos muestran la complejidad económica que se enfrentó en el país, por la disminución en la creación de unidades económicas como de personal ocupado total; sin embargo, es determinante que tras ello, hubo incremento en la producción bruta total como en el valor agregado en Jalisco, como en el caso de Guadalajara, contrario a lo que le sucede al Distrito Federal y Guerrero.

Y se puede percibir la importancia de este último señalamiento al mostrar en el mapa de la Figura 14, la variación de unidades económicas de 1999 a 2014 que disminuyen, es decir, el número de la mismas es menor y por estado lo que se observa es que se comportan de forma semejante, en el sentido que destaca Guerrero como el estado con mayor número de unidades económicas en los dos censos económicos y mantiene la mayoría de 1999 a 2014, aunque hayan disminuido de forma significativa y general estas unidades de un censo al otro.

En el caso del mapa de la Figura 15, se observa de forma directa la disminución de los estados más importantes que reportan mayor valor agregado de 1999 a 2014, en el que Jalisco y Yucatán se sostienen, mientras desaparece Guerrero, siendo el estado que mayor número de unidades económicas reflejó en el caso del mapa anterior. Sin embargo, para fortalecer estos datos y resultados, así como para mayor explicación del comportamiento de la industria en términos de especialización regional se realiza otro estudio más.

Unidades Económicas de Joyería Fina 1999 y 2014



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 1999 y 2014. INEGI

Figura 14. Unidades Económicas de joyería fina con datos de los Censos Económicos 1999 y 2014. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI))

Valor Agregado Censal Bruto de Joyería Fina 1999 y 2014

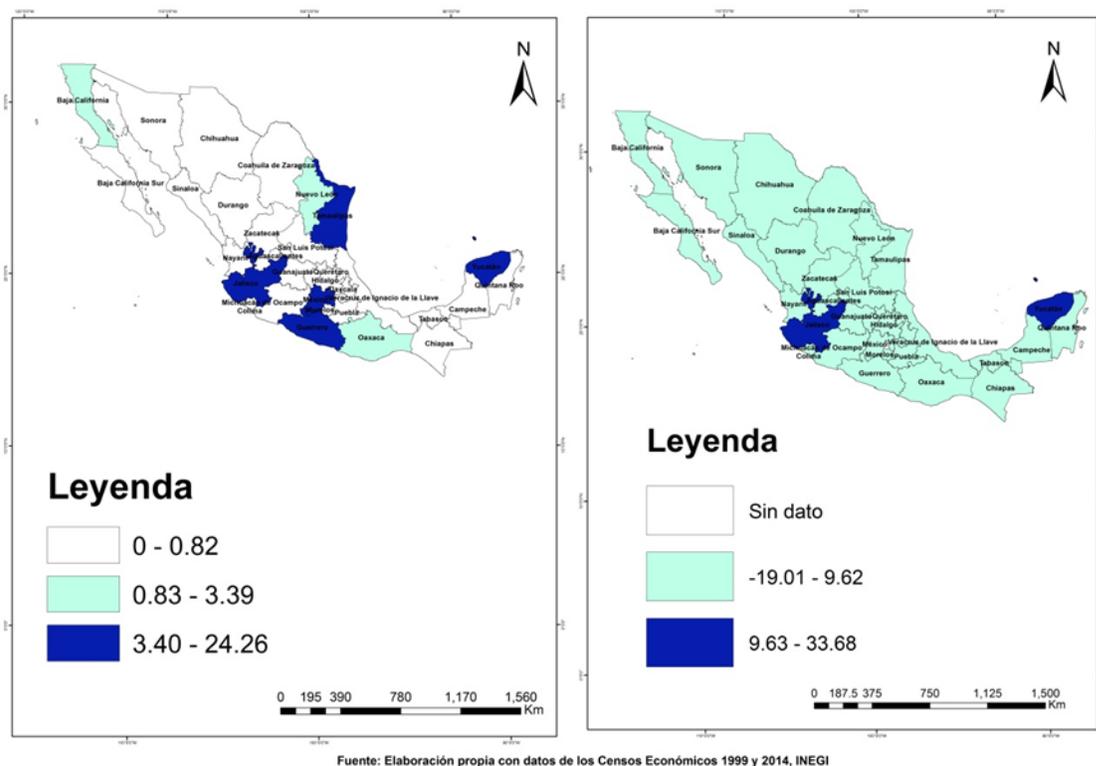


Figura 15. Valor agregado censal bruto de joyería fina con datos de los Censos Económicos 1999 y 2014. INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)).

4.4.2 Análisis cuantitativo de la industria de la joyería del país con el sistema de Técnicas de Análisis Regional: Ejercitación y Aplicación versión 3.0 (TAREA).

Con la finalidad de obtener un análisis desde la perspectiva regional de los datos con los censos económicos de 2014 y 1999, se hizo uso de la herramienta TAREA de Lira y Quiróga (2003) y Bonet (1999), para estudiar el comportamiento de crecimiento regional a través de la variable del valor agregado censal bruto (vacb) sobre la producción de joyería fina (se señala en los resultados como Joyería Fina); comercio al por mayor de joyería fina;

y también, comercio al por menor de joyería fina, en este orden se presentan en el ejercicio (ver Tablas de la 7-13) lo que permitió esta técnica fue que con la variable que se trabajó y mostró mayor sensibilidad para la aplicación de cada uno de los indicadores; se utilizó a escala estatal para reflejar comportamiento por estados más relevantes.

Sin embargo, se agregó el municipio de Guadalajara para identificar la participación del mismo en el análisis y conocer la presencia o ausencia de crecimiento económico en la región o localidad, el análisis se realizó en comparación entre los estados en el contexto nacional y dentro de estos se comparó el municipio de Guadalajara en el contexto de las unidades intermedias de las cuales forman parte. Los indicadores de la estructura regional que se utilizaron por su pertinencia como se señaló y para este estudio fueron:

1. Participación del sector en cada región: $P_{ij} = 100 * [V_{ij}/\sum V_{ij}]$

Representa el porcentaje de actividad regional (de la región “j”) que ocupa el sector “i” y puede por tanto, ser utilizado para examinar la “especialización absoluta o intra regional”.

Tabla 9.

Con datos del valor agregado censal bruto de los Censos Económicos 1999 y 2014.

Resultados: Participación del sector en cada región 1999- 2014.

Estados	Rama con datos en 1999			Rama con datos de 2014		
	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina
Municipio						
Distrito Federal	24.26224	66.00035	25.26957	-32.31004	61.77096	25.86059
Guerrero	18.51747	19.39162	6.09811	16.35138	3.40009	3.9014
Jalisco	2.0976	0.10189	4.196	5.56096	0.58966	2.34466
Guadalajara	7.28152	8.2962	6.73228	20.23745	18.87098	4.19095
Yucatán	12.49459	0.18711	2.94291	13.0097	0.0608	0.5094

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos económicos 1999 y 2014, uso de la herramienta TAREA de Lira y Quiróga (2003) y Bonet (1999).

Del análisis sobre la participación del sector en cada región en 2014, Guadalajara como municipio cuenta con un porcentaje de participación muy importante al alcanzar 20 por ciento, en producción de joyería fina, esta cifra revela un crecimiento muy significativo al provenir de 7 por ciento en 1999, en segundo lugar Guerrero aporta 16 por ciento en 2014, pero es una cifra que presenta disminución de dos puntos en relación con 1999, mientras que Yucatán muestra un

crecimiento mínimo al pasar de 12.49 a 13 por ciento y se puede identificar el dato negativo de menos 32 por ciento para el Distrito Federal, de manera que es el caso más difícil. En contraste, el siguiente rubro sobre participación de comercio al por mayor, se observa la importancia del Distrito Federal con 66 por ciento en 1999, pero llama la atención la disminución porcentual de cinco puntos en 2014 a 61 por ciento, en segundo lugar se ubica Guadalajara con 18 por ciento en 2014, no obstante muestra crecimiento de diez puntos al provenir de una cifra de 8.2 por ciento; y en tercer lugar resalta el caso de Guerrero que muestra una drástica disminución de 1999 a 2014 después de tener una participación de 19.39 por ciento y reducir a 3.4 por ciento. Estos resultados permiten entender que Yucatán con una participación de 0.18 en 1999 y reducir a 0.06 por ciento en 2014, resalta como estado productor pero no como comercializador al mayoreo y que inclusive como productor su participación es constante y su crecimiento discreto. En este caso, Guadalajara muestra mayor crecimiento en sus índices participación como productor de joyería fina y de comercio al por mayor, lo que permite señalar que de los productores de joyería fina, la mayoría de esa producción se dirige al comercio al por mayor. En relación al comercio al por menor de joyería fina, el Distrito Federal mantuvo un crecimiento constante y discreto a diferencia de Guerrero, Guadalajara y Yucatán, que reflejan disminución de dos puntos porcentuales, de manera que es más relevante la falta de crecimiento de este dato en el comercio local.

2. Cociente de localización: $Q_{ij} = [(V_{ij}/\sum_i V_{ij})/(\sum_j V_{ij}/\sum_i \sum_j V_{ij})]$

Representa la relación entre la participación del sector “i” en la región “j” y la participación del mismo sector en el total nacional y por lo tanto, se utiliza como medida de la “especialización relativa o interregional”. La especialización relativa de una región en una actividad (sector) se asociaría a un $Q_{ij} > 1$.

Tabla 10.

Con datos del valor agregado censal bruto de los Censos Económicos 1999 y 2014.

Resultados: Cociente de localización 1999- 2014.

Estados	Rama con datos en 1999			Rama con datos de 2014		
	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina
Distrito Federal	0.5896	1.6038	0.614	-0.9261	1.7705	0.7412
Guerrero	5.1152	1.0636	1.2205	2.7505	2.8804	0.9058
Jalisco	2.0317	0.2154	0.8566	5.56096	0.58966	2.34466
Guadalajara	0.8787	1.0011	0.8124	2.7876	2.5993	0.5773
Yucatán	4.9921	0.0748	1.1758	1.7837	0.0608	0.5094

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos económicos 1999 y 2014, uso de la herramienta TAREA de Lira y Quiróga (2003) y Bonet (1999).

Este indicador resalta el caso de Guerrero en primer lugar, posteriormente Yucatán y en tercer lugar Jalisco y luego Guadalajara y muestra de otra forma el mismo comportamiento entre los estados de mayor Cociente de Localización a los ejercicios anteriores, es decir, que pueden destacar como Yucatán y Guerrero, sin embargo, en el caso de Guadalajara se presenta cierto crecimiento en el cociente de localización en el dato con relación al que le continua de comercio al por mayor, permite considerar que trabajan a la par. En contraparte, el caso del Distrito Federal ha presentado un dato negativo, como muestra de los problemas que exhiben al interior entre sus productores como comercializadores que no trabajan de forma integrada y hacia la mayor concentración. Y se puede apreciar una situación similar con Guerrero y Yucatán, que presentan decrecimiento.

Asimismo, en este caso se corrobora la incipiente participación de Guadalajara en los datos de 1999, en los que resalta la participación en el comercio al por mayor, más que en la producción. En este periodo es más sobresaliente el dato de Guerrero, el que se muestra mayor localización entre los productores de joyería fina y el comercio al por mayor de joyería fina, pero esta correspondencia no la pueden sostener para 2014, en cambio en Guadalajara se aprecia al revés y ello se puede decir muestra un desempeño de mejoría posterior al 2000, también es una explicación que resulta después con los años a lo largo de la década 2000-2010 el efecto de la interacción y aglomeración de los centros joyeros ubicados en la zona centro de la ciudad.

3. Coeficiente de especialización: $Q_r = 1/2 * \sum_i \{ABS[(V_{ij}/\sum_i V_{ij}) - (\sum_j V_{ij}/\sum_j \sum_i V_{ij})]\}$

Muestra el grado de similitud de la estructura económica regional con la estructura económica del patrón de comparación (país) y se utiliza como medida de la “especialización regional”, cuando el indicador se acerca a 1 o de “diversificación regional” cuando éste es “0” o cercano a “0”, todo ello bajo el supuesto que la distribución de referencia sea diversificada o especializada en términos relativos.

Tabla 11.

Con datos de la variable: valor agregado censal bruto de los Censos Económicos 1999 y 2014.

Resultados: Coeficiente de especialización 1999- 2014.

Estados	Rama con datos en 1999			Rama con datos de 2014		
	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina	Joyería fina	Comercio al por mayor de joyería fina	Comercio al por menor de joyería fina
Distrito Federal	-0.0376	0.103	-0.0915	-0.0888	0.0883	-0.093
Guerrero	0.1605	0.3207	-0.0223	0.1897	0.0073	0.0793
Jalisco	-0.0129	-0.1634	0.1705	0.0476	-0.0899	-0.0515
Guadalajara	-0.0111	0.0002	-0.0445	0.0824	0.1833	-0.152
Yucatán	0.3659	-0.1578	0.0417	0.5536	-0.1076	-0.1763

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos económicos 1999 y 2014, uso de la herramienta TAREA de Lira y Quiróga (2003) y Bonet (1999).

El Coeficiente de especialización en todos los casos, en términos relativos muestra un valor menor a uno, pero es significativo que en el caso de Guadalajara refleja un dato más significativo en 2014 que en 1999 y no sólo en la cifra de producción de joyería fina, que presenta en 1999 una cifra negativa, si no lo más sobresaliente es en la cifra de comercialización al por mayor que crece considerablemente al exhibir un dato mayor a los demás, inclusive en contraste con Guerrero que tiene el mayor valor en producción de joyería fina sólo incrementó dos puntos de 1999 a 2014 y en comercio al por mayor decreció, ya que reporta el menor dato de 2014, mientras que Guadalajara a pesar de no mostrar un coeficiente de especialización mayor en producción, pero en comercialización de joyería fina al por mayor en 2014 es el más sobresaliente.

Tabla 12.

4.4.3 Índice de especialización a través del dato de Población Ocupada Total

Censo		Índice de especialización
Censo Industrial 1981		
Población Ocupada Joyería en Jalisco	297	1.279
Población Ocupada en Manufactura Jalisco	169423	
Población Ocupada Joyería Nacional	3701	
Población Ocupada en Manufactura Nacional	2701137	
Censo industrial 1999		
Población Ocupada Joyería en Jalisco	1116	1.468
Población Ocupada en Manufactura Jalisco	323229	
Población Ocupada Joyería Nacional	9818	
Población Ocupada en Manufactura Nacional	4175400	
Censo industrial 2004		
Población Ocupada Joyería en Jalisco	1886	1.723
Población Ocupada en Manufactura Jalisco	325887	
Población Ocupada Joyería Nacional	14099	
Población Ocupada en Manufactura Nacional	4198579	
Censo industrial 2009		
Población Ocupada Joyería en Jalisco	1292	1.517
Población Ocupada en Manufactura Jalisco	379187	
Población Ocupada Joyería Nacional	10468	
Población Ocupada en Manufactura Nacional	4661062	
Censo Industrial 2014		
Población Ocupada Joyería en Jalisco	1268	2.108
Población Ocupada en Manufactura Jalisco	389924	
Población Ocupada Joyería Nacional	7827	
Población Ocupada en Manufactura Nacional	5073432	

DF	Índice de especialización	Guerrero	Índice de especialización	Yucatán	Índice de especialización
----	---------------------------	----------	---------------------------	---------	---------------------------

Censo 1999

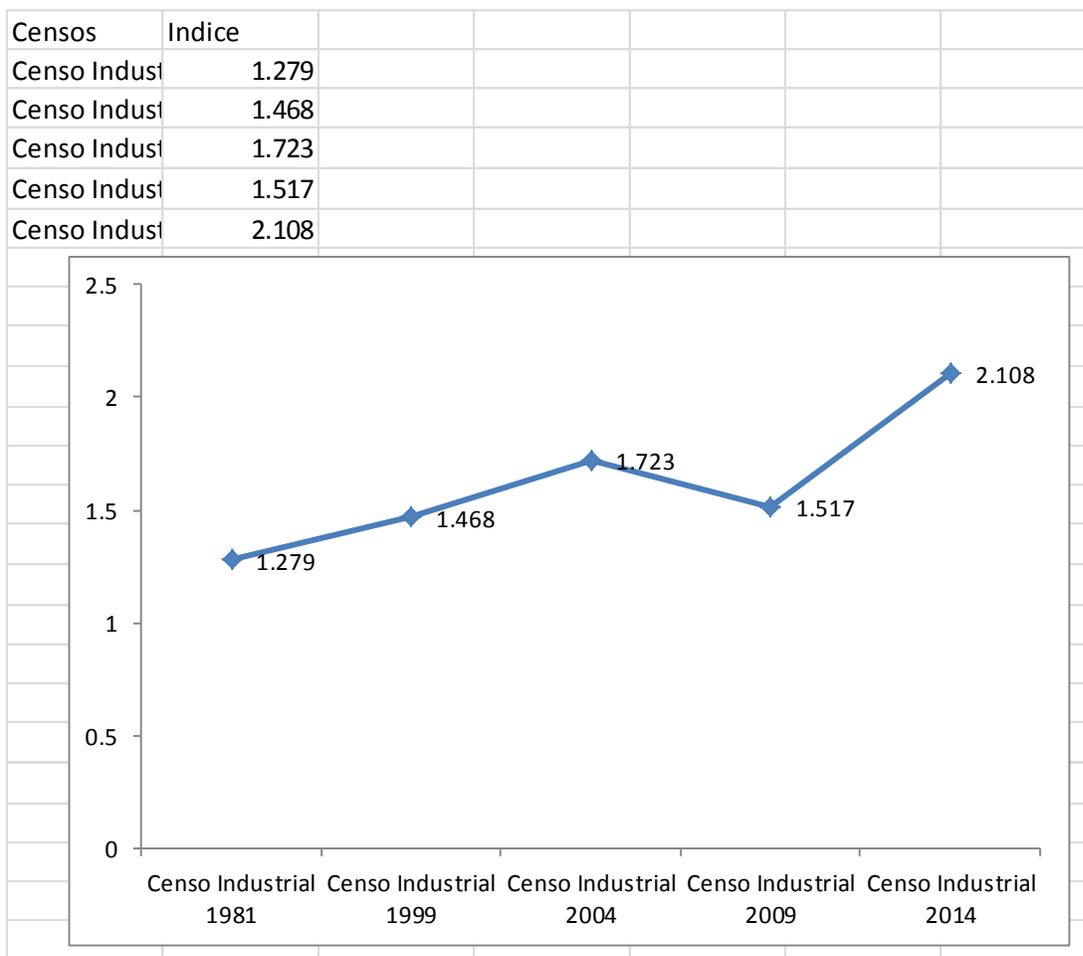
1625	1.448	2648	31.317	1090	6.754
477197		35960		68631	
9818		9818		9818	
4175400		4175400		4175400	

Censo 2014

981	1.761	1405	15.709	2213	16.365
361110		57974		87656	
7827		7827		7827	
5073432		5073432		5073432	

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos económicos de INEGI.

Tabla 13.



Fuente: Elaboración propia con datos de los censos económicos de INEGI.

Este ejercicio de analizar el índice de especialización de la industria de la joyería a partir de los censos económicos desde 1981 y hasta 2014 en el caso de Jalisco permite identificar el proceso productivo que muestra esta industria en términos de avanzar muy despacio, inclusive hasta mostrar decrecimiento en los datos de 2009; no obstante, para 2014 superar el dato, de manera que de 1981 a 2014 se puede observar un incremento lento, pero constante, es decir un cambio muy importante, en promedio de mil trabajadores.

Al contrastar estas cifras con los demás estados productores es más preciso indentificar el comportamiento de crecimiento de Jalisco, al observar el mínimo crecimiento del Distrito Federal, ahora Ciudad de México al mostrar disminución del dato y no mostrar un crecimiento

más significativo a pesar de ser la capital del país y por la centralidad que representa. En el caso de Guerrero el comportamiento es más negativo al mostrar mayor decremento en la cifra que lo lleva a demostrar menor especialización en el rango de años. Y el caso de Yucatán, que como se señaló anteriormente, es un hallazgo que muestra que su ubicación fronteriza le traiga beneficios en torno a la especialización al crecer alrededor de diez puntos en el rango de años y ser el que mayor personal ocupado cuenta en la industria de la joyería del país.

4.5 Organización gremial de la industria joyera de Jalisco

Esta industria cuenta con la Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del estado de Jalisco (CRIJPEJ), un organismo gremial creado por un grupo de empresarios joyeros desde 1968 y se encuentra en el marco de los 50 años de atención a la industria joyera, en este contexto cambia en 2018 de domicilio y se establece en el edificio México Innovación y Diseño (MIND) al que también recientemente se reubicaron las cámaras del vestido, calzado y textil; con las que forma el Consejo de la Moda ³¹, así como con otras cámaras e instituciones públicas como el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), con el objetivo de ubicarse en un mismo lugar para propiciar la interacción de estas entidades económicas de Jalisco hacia el desarrollo de la creatividad tecnológica e innovadora a nivel internacional.

Esta información obtenida en entrevista ³² con Miguel Cotero Ocha (ver Anexo 9.8), presidente de la cámara de la joyería en el periodo 2013-2016, señaló que la institución representa aproximadamente 1000 afiliados, 50 por ciento de fabricación y 50 por ciento de comercialización, con los que se genera 95 por ciento de la producción de todo el país, entre ellos tiene registrados 10 por ciento de socios de la ciudad de México y 10 por ciento del estado de Guerrero, por ello se promueve así misma como la cámara de joyería nacional, debido a que sus servicios los ofrece a afiliados que son de diferentes partes del país.

La entrevista realizada a este líder gremial se dividió en los subtemas que se le cuestionaron y de los cuáles se presenta la información más sobresaliente que explican la visión y la perspectiva

³¹ La información sobre esta institución se presenta también en la organización gremial, debido a que el mismo empresario Miguel Cotero Ochoa, al terminar el periodo de gestión en la cámara, pasó a representar el Consejo de la Moda en Jalisco y posteriormente continuó con la coordinación del mismo organismo a escala nacional.

³² El 13 de abril de 2016.

de las acciones de esta institución en la participación de lo que se consideró la intervención en la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara 1980-2015:

4.5.1 Innovación

Entre los temas tratados en la entrevista de la cámara subrayó sobre innovación, que la cámara del total de sus socios cuenta con alrededor de 30-35 empresas que han venido trabajando de forma muy competitiva y entre los que señaló que cuentan con las marcas más reconocidas del país, que tienen mayor experiencia en aplicar diseño a sus productos. Son las empresas que entendieron que la forma de hacer negocio de la joyería ya cambió desde hace 15 años, porque buscaron estar actualizados de los cambios, se adaptaron a lo que pide el mercado, porque si vendieran lo que se vendió hace 40 años ya no venden, ahora tienen que renovar modelos continuamente, el que entendió que el modelo de negocio cambió con conocimientos y maquinaria, está al día, no es fácil este negocio. El afán de cámara es hacer ver que se compite en el mundo, y cambiar el modelo de negocio de competir con el negocio de enfrente.

4.5.2 Adaptación de tecnología

En relación a la tecnología, especificó Cotero Ochoa, que los proveedores de maquinaria son de Italia, Alemania, Estados Unidos, Turquía y China, la mayor tecnología que se consigue en Guadalajara, todavía es 95 por ciento de importación. Pero existe cierto tipo de maquinaria, que no es de punta, como martilladores, troqueles, tornos, laminadoras, todo ese tipo de herramental se produce en Guadalajara con la calidad y capacidad mundial; sin embargo, es maquinaria local, que sirve para reparar la maquinaria y también para evitar importar técnicos, por lo que se ha creado innovación en función de cada fábrica que haya mejorado sus procesos a través de la creación de nueva tecnología, que genere nuevos procesos que sustituya a la máquina importada que no funciona y la traen de otro país.

Algunos empresarios lo que hacen es crear su propia tecnología, observan lo que hace una máquina y la adaptan con lo que hay o tropicalizan según su necesidad, en ocasiones se traen máquinas de otro sector productivo. Por ejemplo: algunos joyeros vieron como funcionaba alguna máquina en el secado de la industria del calzado y se adapta para el proceso que se necesita en la joyería. Entonces la adaptación puede ser otra forma de innovación, puesto que pueden gastar hasta la tercera parte del valor de la máquina importada.

4.5.3 Incremento del valor de los metales (seguro del valor del metal)

Ante los repentinos incrementos del valor del metal, el representante gremial indicó que como los precios de los metales son un valor cambiante, es otra forma de ver que ya cambió el negocio para los joyeros, porque estamos acostumbrados a que suba y baje el precio, por lo que se debe tener conocimiento de finanzas, para “ya no estar a la buena de Dios” (*sic*), lo que se hace es comprar un seguro del valor del metal a plazo, que se vende en dinero no en metal, así que con ese seguro se hacen transacciones financieras y se asegura que cuando llega el tiempo que el cliente pague, si el metal subió de valor se paga la diferencia, así de esa manera se puede trabajar con certezas.

En este sentido, explicó el representante gremial, que para los joyeros existe una correlación entre el valor del metal y el valor intrínseco de producción, a medida que baja el precio del metal, se incrementa la producción del mismo y cuando hay un problema por el incremento del valor del oro, se cambia la producción, de producir oro se pasa a plata, puesto que no se pierde por el valor de los metales, ya que es un precio de escala mundial, cuando hay una baja del consumo de oro, la industria es “camaleónica” e inmediatamente baja el consumo de oro, se pasa a la plata o hasta en otro metal como el latón, en este caso se trata de una producción de mayor número de piezas. Pero cabe señalar que el comportamiento es directo para el comercio al mercado interno; lo que generó de manera contundente dirigir gran parte de la producción al comercio exterior como medida de continuidad y dinamismo para el sector.

4.5.4 Programa Taller Seguro

En relación a los servicios de Cámara para unir a toda la industria y afiliar a los pequeños talleres dispersos, lo que se hizo fue invitarlos al proyecto *Taller Seguro*, un programa que se diseñó con la intención de establecer condiciones de trabajo seguras para la diversidad de talleres que se identificaron que no son muy favorables; después de que se hizo un censo en la zona joyera de los talleres que existen en los Centros Joyeros, a los que se les propuso certificarse como taller seguro, labor que se logró en la primera parte, posteriormente se pretende brindar capacitación y revisión continua de instalaciones para prevenir accidentes, combates a incendios así como acceso a renovación de maquinaria y actualización de producción, programas fundamentales.

A través de este apoyo, señaló Cotero Ochoa, se genera un beneficio a la industria y a la zona joyera, con el objetivo de reducir riesgos y actualizar equipo, que crezcan como negocio y se les

reconozca en el gremio, se les otorguen cartas de traslado de mercancía, reciban asesorías, cursos de actualización, acceso a las exposiciones, es decir, accedan a un portafolio de servicios por una cuota de recuperación de tres mil pesos al año.

Se trata de ofrecer capacitación a los talleres de reparación localizados en los pasajes del centro de Guadalajara a los que interesa crearles una afiliación especial, porque quizá no les importa recibir cursos de diseño o capacitación, pero para la cámara es importante enfocar la especialización de estos talleres de reparación, los talleres con los que se inició este programa fueron 16 empresas y a la fecha cuenta con 30 talleres capacitados ³³.

4.5.5 Registro en la Confederación Mundial de Joyería (CIBJO)

Como parte de las principales gestiones que realizó este organismo empresarial, Miguel Cotero Ochoa, contó con la venida del presidente de la Confederación Mundial de Joyería (CIBJO ³⁴ por sus siglas en inglés), Gaetano Cavalieri, quien vino a Guadalajara en octubre, 2016 y en su visita presenció la firma de compromisos de trabajo en conjunto para desarrollar la joyería en América Latina entre la CRIJPEJ, el Clúster de Joyería de la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia, la Asociación de Joyeros del Perú y Expo Joyas de Colombia, quien señaló que Jalisco es la expresión máxima en México de lo que representa la producción joyera, no solamente a nivel industrial sino más especialmente a nivel artesanal, pues Jalisco contribuye a la formación de la economía nacional y es parte de la producción internacional (Flores, 2015).

En este sentido, de acuerdo con la nota publicada en un diario de circulación local, el representante internacional explicó que “la ética del sector y la calidad de la joya jalisciense fue lo que definió que a Jalisco se le incluyera dentro de la Confederación Mundial de Joyería” (Flores, 2015). Esta institución internacional incluye el sistema de joyeros minoristas, cuenta con la afiliación de alrededor de siete millones de empresas y representa a 100 millones de personas, en 45 países. Los objetivos de esta organización internacional joyera son promover la cooperación internacional en la industria de la joyería y tratar temas que conciernen al mercado

³³ Datos obtenidos en: <https://www.facebook.com/Asociaciondeexportadores/videos/505746883241029/> el 2 de noviembre de 2018.

³⁴ Sus siglas significan Confederación Internacional de Bisutería, Joyería y Orfebrería (CIBJO)

mundial, como la protección de la confianza del consumidor hacia la industria de la joyería (Flores, 2015).

4.5.6 Comercio exterior (visión de la CRIJPEJ)

En el contexto del comercio exterior de los joyeros locales se cuenta con un grupo de empresas que participan continuamente en exposiciones internacionales, como son Vicenzaoro en Italia, JCK Las Vegas y más recientemente ColombiaModa, además realizan giras comerciales a diferentes países, como Panamá, República Dominicana, Guatemala y Estados Unidos con el objetivo de incrementar y diversificar sus ventas, ya que las exportaciones van hacia Estados Unidos, país que sobresale como el principal destino de los envíos joyeros, con un poco más del 50 por ciento de la producción, seguido de Canadá, Inglaterra, Dubái, Francia, Alemania, Emiratos Árabes, incluido Rusia como nuevo mercado. En los años más recientes Jalisco exporta joyería a 33 países.

4.5.7 Diseño de Joyería

Por su parte, Gabriela Sánchez, responsable del área de diseño de la cámara entrevistada en el contexto de Expo Joya edición abril 2018, señaló que los joyeros están despertando tanto en diseño, en empaque, y presentación de su producto, debido a que en uno de los CJ se da capacitación constante en diferentes áreas, actividad que constantemente nos recomendamos. Por lo que las marcas de los productos muestran la diferencia del grupo que formamos y como responsable de diseño de la cámara, los íconos de cada firma son ejemplo de respeto y nos ha ayudado a crecer como gremio.

En contexto de la Expo Joya primavera 2018, Gabriela Sánchez señaló que en esta edición se contó con 350 expositores, los que calificó de muy buen número porque los más significativos provienen de México, Monterrey, Taxco, Guerrero, además de contar con presencia de toda la república. Asimismo, invitan a sus clientes y gente conocedora de España e Italia, debido a que desde su perspectiva, los joyeros de Guadalajara se caracterizan por la calidad y la actitud, así mismo los describe como un público y un cliente muy exigente por ser muy creativo, como se presencia en los pabellones en los que se aprecia la habilidad particular artesanal de manos habilitadas a transmitir cosas a través de la transformación de los metales.

En resumen, la cámara organiza la Expo Joya por tratar de ser la exposición más importante de América Latina, luego de que ha realizado 63 ediciones de Expo Joya en Guadalajara y 17 ediciones en la Ciudad de México. Por otra parte, como apoyo a sus agremiados, esta institución cuenta con la creación del Centro de Diseño en 2005 dedicado a impulsar a los diseñadores del país, la puesta en marcha en 1994 del Laboratorio de Metales y alrededor de 30 años de distribuir Joya Magazine, revista especializada en joyería mexicana.

4.5.8 El Consejo de la Moda

La CRIJPEJ forma parte del consejo de la moda, una iniciativa empresarial que desde el año 2005, junto con las cámaras del vestido y calzado, así como de la confección solicitaron a la Secretaría de Promoción Económica (SEPROE) apoyos para que sus empresas afiliadas acudieran a ferias y exposiciones al extranjero. De tal forma, que en 2009, con el concepto de productos y prendas que usa una mujer como vestido, calzado, joyas va implícito el diseño de novedosos productos, como materiales y esquemas de comercialización (Jaén y León, 2014).

Este fenómeno se suscitó después de que las políticas macroeconómicas impulsadas a escala federal, como fueron la entrada de México al Tratado de Libre comercio (TLCAN) y el contexto de crisis que vivieron las empresas de Jalisco en la década de los noventa fueron la razón para que se generara la vinculación entre las empresas. En la primera década del milenio, inician con la formación del Centro Integral Avanzado de Diseño y posteriormente en 2007 inicia el Consejo de la Moda.

El Consejo de la Moda se consideró el proyecto integral que llevó la mejor vinculación entre las empresas de las cuatro cámaras, con ello se impulsó la feria Minerva *Fashion* en 2008 y se creó el Centro de Innovación y Diseño Industrial del estado de Jalisco (CIDIJAL) en 2010, en 2011 las cuatro cámaras participantes crean el Plan Estratégico para la creación del Consejo de la Moda del estado de Jalisco y se plantea el plan estratégico para crear las condiciones para la siguiente etapa de la Moda no sólo en Jalisco, si no en México para la siguiente década (Jaén & León, 2014).

En relación a las acciones más recientes del Consejo de la Moda en Jalisco, Miguel Cotero señaló que en su gestión como presidente de la cámara, coincidió la coordinación de este otro organismo estatal, porque se rota con el objetivo particular a mediano y largo plazo de convertir

a Guadalajara en la capital de la moda de América Latina, también especificó que se creó este mismo consejo a escala nacional, pero se llama Comité Mexicano de la Moda, que lo integran trece cámaras y a la que mantuvo en seguimiento como coordinador.

El líder empresarial señaló que como Cluster de la Moda, el trabajo entre las diversas cámaras en el edificio MIND ha logrado mayor interacción y sinergia entre las cámaras con diseñadores expertos con los que se ha realizado cada año el Foro FSN & MKT, espacio que reúne a especialistas del negocio de la moda, tendencias, mercadotecnia y diseño. Pero advirtió que esta dinámica se logró después de seis años y ha consistido en realizar cambios a pesar de la diversidad y complejidad de cada área.

Y en relación al Comité Mexicano de la Moda indicó que la complejidad es mayor, debido a que se trata de generar una dinámica de sinergias hacia la clusterización entre trece cámaras, las que estima están en el proceso de adecuarse a la forma de trabajo creando procesos de entendimiento y capacitación, por lo que cree se llevará el doble de años para lograr resultados, que en el caso de Jalisco. Sin embargo, observa que las cámaras del vestido como del calzado del estado de Guanajuato, han desarrollado la dinámica de clusterización, por lo que pueden generarse cambios significativos por regiones.

4.6 Comercio exterior de la joyería de Guadalajara

En cuanto al comercio exterior de la joyería de Guadalajara, como se puede apreciar en la Tabla 12, se obtuvieron los datos de Jalisco respecto de la exportación de joyería y bisutería 1999-2017. El comportamiento de estas cifras dan cuenta de la importancia de la actividad joyera del estado hacia el exterior a partir del 2007 y hasta el 2011, los años posteriores aunque reflejan una importante disminución en las cifras a partir de 2012, son reflejo de la complejidad que representó para los exportadores de joyería fina la conjugación de factores como el incremento del valor del metal, el valor del dólar, como diversificar en diferentes metales el producto para no perder productividad.

De esta manera es como se aprecia que desde 1999 se muestra el comportamiento a las condiciones económicas del país, de apertura y expansión del comercio internacional, por lo que se observa que de acuerdo a los datos la exportación de joyería de Jalisco registra en ese año cierto dinamismo mayor que la importación, ya que exportó un poco más de 18 000 000 (mdd) mientras que importó 12 555 495 mdd.

Lo anterior, permite que el comercio de importación no superara a la exportación y la diferencia fuera por más de 5 mdd, para el año 2000 esta cifra se revirtió aunque todavía existió superávit, pero fue menor que el año anterior y apenas alcanzó 3 700 mdd, con un monto de exportación de 10 453 mdd, esta cifra muestra una reducción de exportaciones de alrededor de

8 000 dólares, este decrecimiento se mantuvo los tres siguientes años paulatinamente; en 2001 sufrió un déficit de 240 mdd, en 2002 el déficit alcanzó 2 mdd y en 2003 llegó a 3 mdd, de manera que con estos tres años esta industria tuvo que hacer alguna modificación, debido a que el déficit se volvió superávit para el siguiente año 2004, que alcanza a exportar más de 7 400 mdd y se consiguió un superávit por casi 2 mdd.

En el año 2005 se triplicaron las exportaciones que fueron de 17 700 mdd y también incrementaron las importaciones a 11 500 mdd, de manera que en 2006 las exportaciones llegaron a estar casi a la par, pero hubo un déficit de 376 000 dólares, lo que representa una situación de complicación para la industria joyera de Jalisco.

A partir de este momento, se observa un dinamismo constante ya que en 2007 las exportaciones de joyería alcanzaron 120 mdd y las importaciones también se superaron al llegar a 34 mdd, entonces el superávit llegó a 85 mdd, el siguiente año, 2008 se incrementaron las exportaciones a 149 mdd, mientras las importaciones incrementaron a 49 mdd, marcando superávit de los 100 mdd, en 2009 se incrementó el superávit en 294 mdd, es decir, que casi se triplicó lo que el año anterior se registró, y en 2010 nuevamente se incrementó el superávit por el doble del año anterior en 583 mdd hasta llegar al año 2011 con un superávit de 1 171 mdd, este año significó el año de mayor superávit, es decir duplicó las exportaciones del año anterior de 648 mdd a 1 251 mdd frente a 79 mdd de importaciones.

El comportamiento de crecimiento y dinamismo fue revertido nuevamente para 2012, cuando inicia un proceso de decrecimiento de las exportaciones, en el que registra 915 mdd, de importaciones 88 mdd y de superávit 826 mdd, se observa que el decrecimiento es menos acelerado, puesto que al siguiente año en 2013 se reducen las importaciones a 78 mdd, pero las exportaciones se reducen a menos de la mitad del año anterior, registró 408 mdd y sostienen el superávit de 330 mdd, en 2014 la situación continúa con reducción de exportaciones de 371 mdd y las importaciones se incrementaron con respecto al año anterior en 129 mdd y superávit de 241 mdd, la misma experiencia de reducción de exportaciones de casi 100 mdd en 2015 con 284

mdd e incremento de las importaciones en 127 mdd y manteniendo el superávit de 157 mdd, experiencia que se vivió entre 2008 y 2009; sin embargo, se puede dar cuenta del crecimiento sostenido de las importaciones, frente a un variable comportamiento de las exportaciones las que se reconoce su importancia, pero es determinante también el incremento del valor del oro, como del dólar en la organización de la industria a su interior para mostrar un comportamiento tan importante como lo alcanzó en 2011, cuando la onza de oro alcanzó un precio internacional de 1 900 dólares.

Las cifras de 2016 y 2017 se presentan con la finalidad de percibir la tendencia de esta industria en Jalisco y confirmar el crecimiento constante y sostenido de las importaciones, frente a la variación de las exportaciones, que a pesar del incremento que experimentaron en 2016 en 2017 se reducen al índice de 2015, se incrementan nuevamente las importaciones y el superávit de este año es menor al que registró en 2015.

Tabla 14. Comercio exterior de la industria joyera de Jalisco (Dólares)

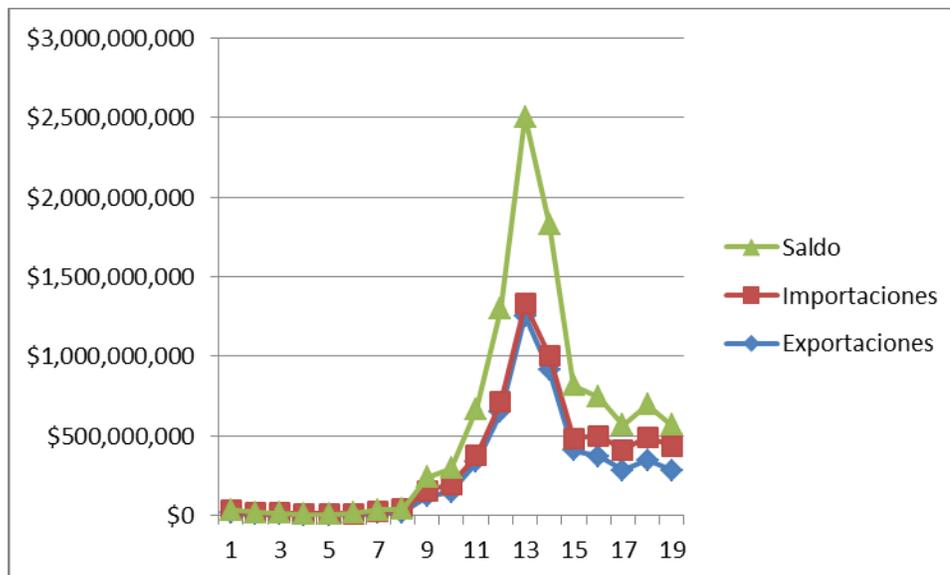
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo
1999	\$ 18,242,023	\$ 12,555,495	\$ 5,686,528
2000	\$ 10,453,228	\$ 6,747,566	\$ 3,705,662
2001	\$ 7,468,816	\$ 7,709,762	-\$ 240,945
2002	\$ 5,206,062	\$ 7,316,197	-\$ 2,110,135
2003	\$ 4,492,124	\$ 7,554,154	-\$ 3,062,030
2004	\$ 7,431,151	\$ 5,472,275	\$ 1,958,876
2005	\$ 17,708,344	\$ 11,590,205	\$ 6,118,138
2006	\$ 20,109,483	\$ 20,486,073	-\$ 376,589
2007	\$120,378,311	\$ 34,413,016	\$ 85,965,294
2008	\$149,362,866	\$49,007,109	\$100,355,757
2009	\$334,818,879	\$40,356,210	\$294,462,668
2010	\$ 648,247,890	\$64,732,596	\$583,515,294
2011	\$1,251,733,506	\$79,846,204	\$1,171,887,302
2012	\$915,093,260	\$88,584,635	\$826,508,625
2013	\$408,299,635	\$78,008,379	\$330,291,255

2014	\$371,757,874	\$129,978,085	\$241,779,789
2015	\$284,654,202	\$127,500,970	\$ 157,153,232
2016	\$347,887,160	\$146,404,993	\$201,482,167
2017	\$284,289,998	\$152,077,771	\$132,212,297

Fuente: (Instituto de Información Estadística y Geográfica del estado de Jalisco (IEEG), 2017), con datos proporcionados por la SHCP. La información se obtiene de la sección 14, capítulo 71. Incluye perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos y manufacturas de estas materias, bisutería y monedas.

naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos y manufacturas de estas materias, bisutería y monedas.

Figura 16. Comercio exterior de la industria de la joyería de Guadalajara



Fuente: (Instituto de Información Estadística y Geográfica del estado de Jalisco (IEEG), 2017), con datos proporcionados por la SHCP. La información se obtiene de la sección 14, capítulo 71. Incluye perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos y manufacturas de estas materias, bisutería y monedas.

El comportamiento del comercio exterior para la industria de la joyería de Guadalajara como se puede apreciar tanto en los datos como en la figura 1, que la industria alcanzó un nivel de exportación de 2007 a 2011 muy importante, sin embargo este incremento tiene relación directa con el valor de los metales preciosos, lo que significa que el proceso de comercialización al exterior que iniciaron en 2007 les ha dejado un aprendizaje muy importante porque aunque en la gráfica se representa una disminución a partir de 2012, refleja parte el comportamiento del valor de los metales, pero también que la variación del precio de los metales genera que la industria es muy sensible a este valor, por ello en cuanto sube el valor del oro y de la plata como baja su venta, inmeditamente se cambia la producción a otro tipo de metal y materiales que disminuyan

el costo y permitan vender. En este sentido, el presidente de la CRIJPEJ, Cotero Ochoa en entrevista ³⁵ llamó a este cambio inmediato en la producción como una industria “camaleónica”; en el que entendieron que su trabajo consiste en especializarse en transformar el metal en diseños de piezas de joyería.

4.7 Reflexiones parciales

En los datos históricos de Guadalajara, lo primero que resalta es que a pesar de que la región no fue beneficiada en términos de la industria minera, esta situación no fue obstáculo para que se desarrollara el proceso artesanal de la joyería que posteriormente se fue tecnificando como industria y en la actualidad se pueden encontrar talleres con procesos segmentados de la producción. Asimismo, en la parte histórica se puede identificar cómo el proceso de reconstrucción del territorio y la ciudad, con la transformación de edificios como el mercado San Juan de Dios, la más importante zona de distribución industrial y comercial de Guadalajara, la llegada del transporte como el tren, hasta los años ochenta la Plaza Tapatía, tras este momento, el cambio de uso de algunos edificios a centros joyeros y los cambios que suscitaron los mismos en torno a la organización de la industria, es decir, de aglomeración productiva y comercial, en consecuencia se fueron marcando los cambios de los factores locales que tienen que ver con la asociatividad productiva y comercial, como con el crecimiento regional.

En cuanto al comportamiento económico resalta la participación del sector comercio como servicios en cuanto al apoyo a los negocios por ser de los sectores que mayor valor agregado aporta al PIB, situación que refleja cierta madurez en el sector de la joyería en Guadalajara a diferencia de otros. Como muestra de este comportamiento, en la industria de la joyería de Guadalajara se revela en los antecedentes históricos que la formación y surgimiento de los centros joyeros en la zona centro marcó un importante dinamismo comercial como se percibe en la descripción que especifican los aportes de los estudios inéditos, posteriormente los cambios en relación a la descripción de las clases productivas identificadas por el SCIAN, en la que hasta el censo económico de 2004 se consigue una clasificación más apropiada a las características de comportamiento de las clases del sector y el contraste de los censos económicos de 1999 y 2014 revelan en los datos cuantitativos la complejidad económica que enfrentó la industria en el país, pero en particular es sobresaliente que a pesar de mostrar esta misma situación el caso de

³⁵ Entrevista realizada el 19 de noviembre de 2018.

Guadalajara, y que se comparan sus datos como municipio frente a los estados, exhiba un significativo crecimiento la variable de producción bruta total, como valor agregado mayor, a pesar de exponer reducción de unidades económicas como de personal ocupado. Al respecto, la aparición de empresas grandes y medianas en el censo de 2014, en contraste con los censos anteriores, se explica como resultado del surgimiento de los centros joyeros de la zona centro que propició el fortalecimiento de las redes de interacción y asociacionismo entre productores, proveedores y comercializadores de la industria, entre los que se considera que se trata de empresas que se consolidan, que en vez de permanecer mejoraron sus procesos de producción y en consecuencia incrementaron de tamaño de empresa.

De la misma forma los ejercicios experimentales realizados con el sistema de análisis regional: TAREA; precisamente con la variable del valor agregado censal da testimonio del avance sostenido y crecimiento regional, en el que los factores locales como la interacción entre los productores y comercializadores son los que determinan el crecimiento regional del municipio de Guadalajara.

En otras palabras, son factores específicos que determinan cierta competitividad local y regional, así como explican la dinámica regional de crecimiento. Por el contrario, los estados con crecimientos inferiores e inclusive negativos como el Distrito Federal que manifiestan la debilidad entre sus factores locales y la falta de competitividad en ese periodo, además de la incongruencia de registrar entre las unidades económicas de joyería fina un valor negativo, pero en el comercio al por mayor la cifra más importante, sin embargo, muestra decrecimiento de 1999 a 2014 esto hace pensar que precisamente el aparato productivo para el crecimiento regional es opuesto al de Guadalajara, lo mismo con los datos que refiere Guerrero.

En el mismo tenor, se puede señalar respecto al índice de especialización obtenida del personal ocupado, al mostrar Jalisco un incremento discreto, pero sostenido que demuestra mayor especialización que el caso del Distrito Federal, Guerrero muestra una disminución de quince puntos, no obstante sigue mostrando su liderazgo en personal ocupado después de Yucatán. En este sentido Jalisco ocupa el tercer lugar.

Asimismo, en cuanto al comercio al exterior, los datos de crecimiento regional como de competitividad local, respaldan el dato que se alcanzó en 2011 y los elementos que permiten determinar un importante crecimiento en ese año. No obstante, el comentario sobre los datos existentes en la información del INEGI y con relación a la seguridad y protección que mencionó

Cotero Ochoa, permite intuir que entonces el crecimiento es mayor de lo que muestran los datos, sin embargo, a pesar de la complejidad para acceder a la información, situación que se espera avance a otra etapa de seguridad y protección, como se puede ver en la construcción de la estructura de este capítulo, se trata de fuentes de información hasta cierto punto limitadas y con las que se puede contar hasta reconstruir el contexto, como se pretendió hacer en este capítulo.

Por ello, el siguiente capítulo despliega en términos cualitativos el comportamiento de la industria de la joyería de Guadalajara a partir de la versión de los actores sociales seleccionados para este estudio, entre los que se observa desde el lente de la experiencia vivida por los mismos joyeros las etapas que explican el proceso de reconfiguración de la industria de la joyería de Guadalajara. Información que integra una visión más completa de la información y la realidad.

5 Estudio de caso de la industria de la joyería de Guadalajara

Este capítulo es resultado de la integración de conceptos, variables, indicadores e información que se derivó de las entrevistas semi estructuradas realizadas a productores, proveedores y comercializadores de joyería fina y de quienes estuvieron en el surgimiento de los CJ ³⁶ para en conjunto realizar el análisis de las fuentes primarias y con ello enfocarse en el objetivo de mostrar la relación entre el proceso de aglomeración productiva al de reconfiguración del SPL a partir del surgimiento de los centros joyeros de Guadalajara.

Lo anterior se logró a través del trabajo de campo cualitativo, es decir, de las personas entrevistadas a las que se hizo una clasificación de sus características y se muestran en la Tabla 15. Estas características son elementos que se consideran para el desarrollo pertinente de esta investigación, en relación a la asociatividad y la formación de redes formales e informales dentro de la industria y que dan explicación a la trayectoria de los momentos que marcan las etapas por periodo de años en la reconfiguración del SPL de Guadalajara que se muestran en los siguientes apartados.

Tabla 15.

Empresarios entrevistados de la industria de la joyería de Guadalajara

Fuente	Año de inicio de actividad en la joyería	Familiares en la Joyería	Trabajadores	Ubicación inicial y
	Año con marca registrada			Ubicación reciente
Productor 1	1980 1995	Inicia como trabajador Hijos (2)	50	Sector Libertad CJ MCJSD
Productor 2	1978 1991	Papá Hijas (2)	16 4	Diferentes ubicaciones CJ República
Productor 3	1968 1968	Papá Hijas (3) Nietas (2)	30 4	Centro Histórico de Guadalajara

³⁶ Se llevaron a cabo algunas entrevistas desde 2015, otras se aplicaron en 2016 y las últimas entre marzo y abril de 2018. Los nombres de los empresarios y nombres de sus empresas no aparecen en razón de la discrecionalidad solicitada para la aplicación de la entrevista. Sin embargo, todos son empresarios y empresarias joyeras con aproximadamente más de treinta y cinco años de experiencia en la industria de la joyería.

Proveedor 1	1978	Papá Hermanos (4) Hermanas (4) Hijas (4)	22 5	Av. Hidalgo 1426 Varios CJs
Proveedor 2	Nació en familia de comercializadores joyeros Inicia negocio en 2012	Papás Tíos (9)	2	Sector Libertad CJ Guadalajara
Proveedor 3	1980	Sociedad de joyeros (5)	5	Sector Libertad
Comercializadora 1	1970 2003	Iniciadora Hijos (3) Nietos (1)		Sector Reforma CJ Galería y WTC
Comercializador 2	1980 1990	Iniciador Hermanos (3) Hijos (2)		Tlequepaque CJ República
Comercializador 3	1975 1991	Papá Hermanos (2)		Diferentes ubicaciones CJ República
CJ 1. Hijo de un fundador de CJ	1985	Papá Hermanos (6) Hijos (2)		Sector Libertad y CJ MCSJD ³⁷
CJ 2 Fundador CJ	1980	Iniciador Hijos (2)		CJ República
CJ 3 Fundador CJ	1978	Papá Hermanos (2)		Varios CJs

Fuente: Elaboración propia con datos de las características del diseño de la estrategia metodológica, capítulo IV.

5.1 Auge de la joyería de Guadalajara en la SGM (1945) y Juegos Olímpicos (1968)

La etapa que marca gran importancia a la industria de la joyería fina de Guadalajara fue el periodo de la Segunda Guerra Mundial (SGM), tiempo que despliega un importante dinamismo de la industria, en particular para los productores de plata, más que los de oro puesto que de

³⁷ Centro Joyero Magno Centro Joyero San Juan de Dios (CJ MCSJD)

acuerdo a los casos entrevistados en la explicación, señalan que esta situación de la guerra hizo que toda la producción así fuera la más elaborada, o la menos detallada se compraba por el mercado estadounidense, entre las razones que se indicaron, debido a que las personas confiaban más en el valor del metal, en este caso la plata, que en el valor del dólar.

En este sentido, la demanda de joyería por el consumo estadounidense provoca un factor de cambio y modificación en la trayectoria productiva de esta industria que se marca en los patrones de vínculos en la estructura de las redes de relaciones, entre las más identificadas en este periodo son las formadas por redes familiares ya que fue importante el incremento de mano de obra porque “en los años de la Segunda Guerra Mundial (SGM), se formaron los grandes talleres y capitales joyeros en Guadalajara porque toda la plata que se hacía iba para Estados Unidos y era bien pagada; prácticamente estaba pedida, todo se hacía sobre pedido, la gente que trabajaba en la joyería le iba muy bien, les fue tan bien que no sabían valorar, así como ganaban, malgastaban”: *CJI*.

De manera que “los talleres de joyería tienen mucho trabajo, todos exportaban anillos, brazaletes con insignias de identificación, fue de gran impulso la guerra, así que en aquellos tiempos las jornadas eran de dieciseis horas, y después de la guerra, se siguió produciendo cantidades tremendas, por los pedidos de joyería que se empezaron a repartir en toda la República Mexicana”³⁸.

Así se puede señalar que quien inició en la joyería en ese tiempo, por lo general, le fue bien y consiguió quien lo enseñara en el proceso de la producción, ya que como existía el sistema de aprendices la información circulaba, pero con algunas excepciones³⁹ como para localizar a los proveedores o a los comercializadores se trataba de información más selecta que se proporcionaba si existía algún conocido con recomendación y nombre. De todas formas, las personas que se interesaron en esta industria rápido encontraban trabajo o era común cambiarse de otra industria a esta por la necesidad de contratar mano de obra por la demanda de la producción.

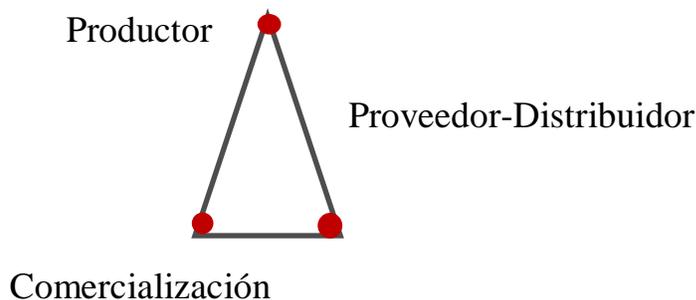
³⁸ Descripción del Señor Jesús Peregrina, empresario de joyería fina de Guadalajara.

³⁹ Cómo por ejemplo se hacían las ligas, es decir la proporción de metales para fundir y obtener un terminado en oro, en plata o platino.

De manera que las experiencias de los empresarios entrevistados se refirieron a que al padre de familia le hicieron la recomendación de trabajar en la joyería y ésta fue hecha por un hermano y/o por un amigo, así fue como se convirtió en iniciador en la joyería (ver Tabla 13: *CJI*) y por quien se involucra en esta actividad, sólo un caso de los entrevistados provenía de padre relojero y joyero en consecuencia el conocimiento y práctica de la industria es familiar y proviene de una generación anterior, los demás son del padre dedicado otra actividad antes que a la joyería, como la fabricación de calzado, el tejido de guarache ó el molino de arroz:

Uno de los iniciadores en la joyería, de acuerdo con la versión del *Proveedor 1* que se cambia del molino de arroz propiedad de su padre, empieza a encargar mercancía con el primer joyero que conoce y viaja para vender en la ciudad de México, se sorprende cuando los cincuenta ó cien anillos que llevaba se los compró el primer judío que encontró, entonces empezó a vender joyería que encargaba en algunos talleres y se iba a vender a México y luego se traía mercancía para Guadalajara, es decir, piedras preciosas que los judíos le vendían para distribuir, entonces fue un negocio doble, de ida y de vuelta, así que se volvió proveedor de piedras preciosas a los mismos joyeros a los que les compraba mercancía para vender (Ver Figura 17).

Figura 17. Organización inicial de la red productiva de la industria de la joyería



Es un caso en el que se puede apreciar el inicio del vínculo entre la red de productores, comercialización y proveeduría en ese tiempo y el grado de integración es inicial, pero ya se empieza a desarrollar el dinamismo del patrón de vínculo para una red productiva como de proveeduría que con la demanda del consumo de Estados Unidos por la guerra se entiende que una red que alcanza un patrón de vinculación mejor integrado.

Posteriormente, existe otro evento importante que algunos joyeros supieron aprovechar, no sólo para venta local, sino también nacional e internacional como los Juegos Olímpicos de 1968, momento que se considera por el consumo que genera, como en el caso de Estados Unidos o Canadá que ya se conocían sus gustos de consumo, así que hubo quien solicitara un préstamo al Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) para comprar material para exportar y crecer la producción. Posteriormente, a este suceso la dinámica económica disfrutaba de la “época de oro” por lo que el *Productor 3* joyero llegó a tener en ese tiempo 30 trabajadores y la secretaria para que hiciera las facturas, porque llegó a vender su producción en la tienda *Sanborns* en la ciudad de México en los años setenta, les entregaba mercancía cada semana hasta que llegó el señor Carlos Slim y pidió todo a consignación, de manera que pagaba tarde o con devoluciones, por lo que ya no continuó.

Como se puede observar en las décadas de los años cincuenta, sesenta y setenta los productores joyeros describen una situación muy próspera con patrones de vínculos en los que el grado de integración en las redes sociales son débiles, pero para quien trabaja la joyería en ese tiempo, se presentan experiencias, tanto de casos en que se trata del padre de familia sin problema, también existen casos en los que son la primera generación que inician como empresarios en la joyería y la oportunidad con la que pueden abrir un negocio de joyería en esos años. Y en condiciones más favorables si se contaba con la experiencia de haber trabajado anteriormente en un taller de manera que se genera un proceso de producción especializada con redes productivas con cierto grado de integración, así como se forman las redes de comercialización en las que se daba un periodo inicial de 30 días de pago, pero podía extenderse hasta 60 y 90 días según el monto de la compra y el tiempo de ser cliente.

Las condiciones favorables también se identificaban en el consumo de joyería de la comunidad local y nacional, así lo expresa la *Comercializadora 1* de joyería quien indica: “en el año setenta estaba -de lleno (*sic*)- la venta de joyería, todo mundo compraba oro o brillantes y se los podían poner. En ese año empecé a vender joyería porque yo quería comprar para mí, cuando hice la primera compra le dije al fabricante que no me diera tanta mercancía, pero me piqué (*sic*), me tuvo confianza y me dijo: en un mes Usted ya lo vendió, si no lo vende me lo trae. Pero en menos de quince días ya había vendido todo, así que el fabricante me fue aumentando el

volumen de piezas que me prestaba para que yo buscara clientes con la misma facilidad que me daba para pagar”.

En este periodo se puede dar cuenta de la existencia de un área local donde empiezan a proliferar las personas dedicadas a la misma actividad y se empiezan a formar los patrones de vínculos en las redes de relaciones que forman el área de producción especializada de joyería formada por pequeños productores que responden a una amplia demanda entre las exportaciones a Estados Unidos, Canadá y la venta en el país.

5.2 Dinamismo de la industria joyera en contraste a la incertidumbre económica de Guadalajara. De 1970 a 1979.

El patrón de vínculos de redes sociales en un espacio en el que se fueron localizando negocios dispersos entre el Sector Libertad y algunos en el Sector Reforma, al adaptar sus casas en talleres, permitió que los joyeros formaran en gran medida las redes familiares que implican una relación más estrecha, entre los miembros de un mismo hogar, pero también redes amistosas de trabajo, en segundo lugar, que se integran por conjuntos de relaciones sociales que ligan individuos u organizaciones en “grupos” y asocian un conjunto de actores con un conjunto de acontecimientos, tienen interacción, comunicación e intercambio de información (Sanz, 2003), esta estructura de frente al fenómeno de abundancia que se vivió en esos años el *Productor 2* lo describe “en el Sector Libertad y Sector Reforma se ubicaban muchos talleres de joyería distribuidos por la Calzada Independencia, entre Federación y Revolución hasta la calle 40, y se trabajaba de forma muy segura, con las puertas abiertas, saludaban al que pasaba en los años cuarenta, cincuenta y sesenta”.

En el caso del *Proveedor 1*, se refiere a esos años porque trabajó con su papá desde los quince años en un taller para fabricar joyería fina a la cera perdida. El taller estaba en un lugar separado de todos los joyeros tradicionales del Sector Libertad; en la avenida Hidalgo 1 426 muy cerca de la avenida Chapultepec, ahí hasta que murió el papá en 1984 se acabó el taller en el que llegó a tener 50 trabajadores. Todos los hijos se dedicaron a la joyería, cinco varones y cuatro mujeres, los nueve trabajaban en la joyería; después una hermana le llevaba las cuentas.

Este mismo *Proveedor 1*, cuando trabajó con su papá, vendía junto con un tío y también controlaba la producción de mercancía de brillantes que su papá compraba las piezas con un proveedor judío de la ciudad de México. En 1978 se independizó de su papá y para ello buscó al proveedor judío que le vendía a su papá, fue quien prestó mercancía para la venta en

Guadalajara, así que proporcionó esmeraldas, zafiros y rubíes, para vender en Guadalajara y regresaba a la ciudad de México, y así hizo otros más proveedores quienes al saber quien era el papá, proporcionaban la mercancía por ser “gente conocida”, así se hizo el proveedor de piedra preciosa en Guadalajara.

En estos casos, se refleja la importancia de la relación familiar para ejecutar los puestos de mayor responsabilidad a la familia, pero también en este caso se trata de un grado de integración de la red en la que se puede llamar de acuerdo comercial porque se establece un patrón de vínculo más sólido a partir del tiempo de la relación laboral que se sostiene en la proveeduría de la piedra y el tiempo de financiamiento para pagar la mercancía desde el tiempo del padre y esta situación genera el fortalecimiento de la red.

En cuanto al flujo de las ventas el *Comercializador 3* indica que en la década de los setenta, Guadalajara se volvió un importante centro de distribución hacia el Pacífico Mexicano, porque especifica que se trabaja bien la “orfebrería” de oro, hay habilidad para montar diamante y la gente es creativa para el diseño y la vocación del comercio de la ciudad, por ello su papá viajaba con su tío a ver lo que la gente necesitaba en la ciudad de México, en Monterrey, en Guerrero. Por eso tuvo que entrar a trabajar con su papá en 1978, al terminar la carrera de arquitectura, profesión que dejó a un lado porque había mucho trabajo en la joyería con su papá.

5.2.1 El ciclo de producción de la industria de la joyería.

Para el proceso del ciclo de producción se presenta un ejemplo del número de trabajadores que se pueden requerir, no obstante, mientras más artesanal sea el proceso mayor número de trabajadores se va a requerir en un taller de joyería, de acuerdo a la versión de un *Productor 2*⁴⁰ en cuanto a lo primero que se hace es *el diseño*, antes no se cobraba se hacía el dibujo a lápiz, o se tenía de copia de catálogos, así se generaba la piratería, ahora está muy castigado porque se crearon los derechos y protección de autor. Recientemente, también se hace con máquinas que hacen diseños tridimensionales, tienen cuchillas de cera, ya tienen ocho años en el mercado, por lo general son máquinas italianas.

Posteriormente, se pasa a *la fundición* proceso que antes se hacía con gas butano, ahora se usan hornos eléctricos, el costo varía por el volumen de material. Se continua con *el vaciado* a

⁴⁰ Fabricante que se independiza del negocio de su papá en 1985. Entrevistado el 31 de marzo de 2016.

cera perdida que se usó a partir de 1975, se empezó a usar para modelar y hacer el diseño, este trabajo lo hacían los escultores, eran los más especializados, pero los joyeros siempre tratan de hacer todo el proceso, porque antes se hacía de forma manual, ahora se usan máquinas de vaciado en cera pero se sabe que *existen sólo dos máquinas en Guadalajara* y tienen un valor altísimo. Lo que hacen los dueños es vender los modelos para recuperar la inversión. Aunque la gran mayoría sigue haciendo el proceso manual para reducir costos, también ahora lo malo es el producto de China porque traen hasta los moldes y aquí se reproduce la copia.

Después viene el proceso de *montado* y que anteriormente se hacía manual, pero ahora se usa el proceso de *engarzado* al salir de la cera a base de instrumentos como el cautín, que proporciona calor al poner la piedra y en cuanto la toca queda la pieza, su costo no es muy alto. Para todos los procesos, al país primero llegan las máquinas importadas luego aquí se implementan las copias con ingenio y adaptación a la mexicana.

Se sigue con el proceso de *pulido y lustrado* en el que se usa una pasta para que brille, antes se hacía con máquinas extranjeras, pero ahora ya existe la versión de barriles a la mexicana, los torneros han realizado la adaptación, son quienes adaptan las máquinas que tenemos.

El lavado de pieza antes usaban productos como agua con detergente y amoníaco, ahora eso pasó a la historia y se lava a base de ultrasonido, con químicos importados de Estados Unidos, en este caso no hay productos chinos porque los que los han usado han quemado la pieza. También hay unos aparatos que hacen una vibración sónica que lavan el metal a través de pulsaciones, es como una lavadora a base de vibración de sonido, son italianas o estadounidenses.

Estos seis procesos se han transformado con la apertura de los mercados e importación de maquinaria e insumos del extranjero, no obstante, es común encontrar que todavía existen talleres que utilizan el proceso artesanal para reducir costos, así lo señalan, sin embargo en este periodo lo que más se conocía es el proceso artesanal de producción.

5.2.2 La inseguridad pública y la joyería fina de Guadalajara

A finales de los años setenta se genera un ambiente de inseguridad compuesto por bandas de asaltantes que roban a los joyeros porque fue notorio que los joyeros crecieron de forma exponencial, de acuerdo con la versión de *CJI*, afirma que sobre todo en el Sector Libertad, por ello se entorpeció el dinamismo de este sector porque los negocios no contaban con seguridad y

estaban en la mira de las organizaciones delincuenciales, los asaltantes llegaban con pistola, estudiaban el lugar y luego asaltaban o secuestraban.

“Los talleres que había empezaron a perder su capital por la fuerza de la delincuencia, así fue el asalto más importante a la joyería de mi papá en 1977, entraron encañonados, se hizo una trifulca, se perdió mucho, alcancé a sacar un rifle porque sonó la alarma y apenas alcancé a darle a uno pero eran más ellos, mataron al guardia que teníamos”: *Productor 3*.

“Hubo una ola de delincuencia en donde los talleres cada semana eran asaltados y como el oro era equiparable a la liquidez del dinero porque en esos años empezaron las crisis económicas del país. Los talleres se encontraban en domicilios particulares, en una sección de la casa en la que habilitaban la fabricación y no se contaba con seguridad, así los asaltantes llegaban a la casa, secuestraban algún familiar o trabajador e ingresaban”: *Productor 2*.

Esta situación generó cambios y modificaciones a la trayectoria de la producción en la joyería.

5.3 De 1980-1989. Formación del primer CJ y primera exposición joyera.

La situación de inseguridad que vivieron los joyeros los llevó a formar el primer Centro Joyero de 1983, lo que significó un trabajo de organización y de asociatividad entre los joyeros, en los que el patrón de vínculo de sus redes tomó mayor grado de integración y ya no sólo recurrieron a sus redes familiares, si no que alcanzaron a sus redes amistosas e institucionales. se asociaron un conjunto de actores con el conjunto de acontecimientos, los más importantes los asaltos y robos en sus casas y talleres de joyería.

El inicio del primer CJ Guadalajara fue a iniciativa de varios joyeros que buscaron la seguridad por la situación de delincuencia que experimentaron, establecieron un proceso de cambio de redes familiares y sociales a acuerdos productivos y comerciales: “por esa razón, los joyeros resolvimos adquirir un edificio, y decidimos dividirnos los locales, los pisos, los gastos, con tal de contratar seguridad privada, controlar el acceso al personal que iba a visitar, buscar medidas para cuidar el trabajo, crear cambios por nuestra seguridad”: *Productor 2*.

“Un grupo de joyeros dijo vamos a buscar una forma de trabajar, pero más segura, donde tener nuestra comercialización, pero sin riesgo para el taller y para los clientes, entonces se pensó en un centro joyero. En aquel tiempo la Plaza Tapatía estaba en remodelación y de algunos edificios que se quedaron en desuso y vacíos se escogió un edificio que pudiera remodelarse y reacondicionarse para ser el primer centro joyero”: *CJI*.

La forma de proceder atendió a resolver un acontecimiento que como grupo todos compartían y significó para algunos remediar lo sucedido y para otros evitar que les suceda. Por ello, “sin ningún tipo de instrucción y sin planeación clara, se hizo el CJ Guadalajara, muchos lo vieron con buenos ojos, otros dijeron que estaba muy encerrado y finalmente no iba a reunir las condiciones para hacer la comercialización adecuada, pero lo importante es que tendría buena seguridad porque iba a ser como un bunker ⁴¹ gigante en donde hubiera puertas blindadas y acceso restringido, medidas de seguridad en las entradas para que la gente que llegara fueran personas que iban a comprar, que no hubiera puertas abiertas a la delincuencia organizada, se pensó primeramente en la seguridad, después se pensó en un lugar en donde se pudieran hacer locales para la comercialización”: *CJI*.

El grupo de joyeros que comenzó con la idea de este centro joyero antes visitaron otros centros joyeros en otras partes del mundo como Estados Unidos e Italia en donde estos eran cerrados precisamente por las medidas de seguridad extremas. Se tomó esa idea de tener los CJ cerrados porque en aquellos lugares también había problemas de seguridad y delincuencia y por eso contaban con las medidas de seguridad, por ejemplo, señalan que en Italia para entrar al centro joyero solicitaba una serie de requisitos y credenciales que escaneaban, también hacían una serie de revisiones, con cámaras por todos lados para que la gente no se atreviera a cometer ningún tipo de delito o asalto. Entonces esa idea la aplicaron lo más parecido a esos elementos para la seguridad: *CJI*.

Así fue como en el primer CJ Guadalajara se cuidó para estar a salvo de la delincuencia en la parte comercializadora y en los talleres todos empezaron a tener medidas de seguridad como cámaras, servicio de patrulleo, servicio de alarmas, algunos con policías dentro de su taller, para tener seguridad, se formó un grupo de policías para salvaguardar la mercancía: *CJI*.

Las mismas condiciones se llevaron a los talleres: empezaron a instalar cámaras, sistemas de patrulleo, sistemas de alarmas, algunos con policías dentro de los talleres para tener seguridad, se formaron grupos de policías exclusivamente para salvaguardar y proteger talleres en el sector Libertad y en el CJ para seguridad de la parte comercializadora: *CJI*.

⁴¹ Refugio de protección subterránea. <http://dle.rae.es/?id=6I7XYVS>

Cuando los fundadores ⁴² formaron el primer CJ para tener condiciones seguras y poder comercializar la mercancía, ellos pusieron parte de su capital para comprar el edificio, lo empezaron a remodelar, les ayudó una inmobiliaria porque le tenían que hacer modificaciones, para hacer ese tipo de movimientos se requirió mucho dinero, aunque de pronto no sabían si iban a estar de acuerdo con todos los joyeros que querían entrar, pero cada quien aportó ideas, porque había que congeniar con todos, y sobre todo buscar las normas de seguridad: *CJI*.

Sin embargo, los fundadores del centro joyero después de haber hecho su inversión y haber dejado listo el edificio para la venta de los locales recurrieron con el presidente de la CRIJPEJ con el objetivo de presentar el proyecto del centro joyero y solicitar su apoyo para promover la venta de los locales, en este momento los fundadores se apoyaron del patrón de vínculo de acuerdo institucional como un acuerdo formal en el que su red de relaciones alcanzara a mayor número de joyeros a los que les podía interesar participar en su proyecto.

En ese caso, los iniciadores del CJ Guadalajara visitan al presidente de la CRIJPEJ, pero además lo invitan a comprar un local, debido a que se trata de un proveedor de ellos, de manera que hay una red productiva, así como institucional para que en primera instancia cuando ya habían construido le ofrecieron que comprara un local, pero también solicitaron el apoyo institucional porque no habían vendido ni un local, de manera que el presidente en turno dijo “me sentí comprometido a defender los intereses de los CJ como presidente de la CRIJPEJ hice la propuesta institucional de hacer un coctel de pre venta para invitar a los que conozcan”, enseñar el plano de los locales disponibles y ahí al iniciar la primera compra, se interesen los demás, así fue porque se vendieron en ese momento 28 locales.

Posteriormente, al venderse los locales los fundadores ya no fueron los dueños, si no que todos los que compraron se hicieron condóminos, dueños de su local, formaron una asociación civil, establecieron una mesa directiva para el continuo mantenimiento y compromisos de convivencia. Al final se vendieron 40 locales, después crecieron el espacio y terminaron 56, porque abrieron una parte hace tres años al público. El concepto empezó como un edificio cerrado y seguro, después se pensó en concentrar a los fabricantes de la joyería y dar un servicio de venta más ágil, apropiado, más cómodo en condiciones de seguridad : *CJI*.

⁴² Jacinto Vázquez, Salvador Casanova, Manuel Peregrina, Manuel Monroy y Alfredo Azpeitia

En este momento se inicia una dinámica de asociatividad formal, factor que permite avanzar en la formación de un SPL (Rendón y Forero, 2014) y (Paunero, 2001) en la que por los acuerdos que decidieron entre los que iniciaron en este centro joyero, establecieron por escrito condiciones de organización del grupo que formaron y con el que generaron un tipo de pertenencia al centro joyero, asimismo con ello se dieron los cimientos que fortalecen la red de cooperación en los procesos de producción como de comercialización y por las medidas acordadas; aunque en este caso la comunicación e intercambio de información entre los que integraron el grupo sea limitado debido al carácter del tipo de locales cerrados que crearon en ese momento.

En ese sentido, la inseguridad los motivó a establecer acciones de reciprocidad para reducir la incertidumbre al riesgo y a la entrada de extraños, por lo que también se considera que se observa el elemento de *arraigo productivo* en esta situación, en el que también realizaron transferencia de información refinada, en este caso sobre los procesos de producción, los materiales de proveeduría y distribución, seguridad y control del lugar, como mecanismo para la solución de los asaltos y robos.

En estos años, también de principios de los ochenta, además del problema de asaltos y robos a los talleres y áreas de producción, había otros problemas que también enfrentaron los joyeros en 1982 puesto que la economía de México estaba en crisis, el oro era una especie de divisa, por lo que no se distribuía oro para los joyeros y casi no se podía producir, por eso en 1983 se organiza la primera exposición de joyería para resolver otra problemática por el cambio del precio del oro y con ello resolver en conjunto el problema con los agentes viajeros con quienes se registraban pérdidas por las características de su trabajo, de manera que los fabricantes buscaron tener trato directo con el cliente.

Es decir, el productor se autodeterminó para también ser comercializador y dejar de contratar a los agentes viajeros para la distribución de la mercancía a través de la primera exposición ⁴³ de joyeros, en la que conocieran directamente a los clientes sin intermediarios. Posteriormente, al término de este evento de acuerdo con *CJ3*, se evaluó y se decidió continuar cada año, así que

⁴³ Un evento que se llevó a cabo en el salón Las Flores del Hotel Fiesta Americana con 60 stands y 40 joyeros.

desde entonces se empezó a organizar cada año ⁴⁴. Los resultados de la evaluación realizadas por los mismos expositores de las primeras exposiciones fueron:

1. Se identificaron como grupo los joyeros.
2. Se aprendió a convivir juntos.
3. Se reconocieron y respetaron los modelos y las mercancías de todos los expositores.
4. Descubrieron que juntos podían organizarse como no lo habían hecho antes.
5. Diseñaron estrategias para que todos tuvieran las mismas oportunidades de venta como circular por un camino obligado para que todos los visitantes pasaran por todos los expositores y tener todos las mismas oportunidades de venta.
6. Entregaron invitaciones para incrementar sus visitas y ventas pero al repartir las invitaciones a los clientes, había expositores que no invitaron a sus clientes con la creencia de no perderlos, entonces los clientes reclamaban porque algún expositor no los invitó y entendieron, que la exclusividad con sus clientes no existe.
7. El mercado y los clientes tienen derecho a elegir.

La experiencia de reunirse por primera vez para exponerse y acercarse a los clientes de forma directa marcó en el proceso de reconfiguración del SPL un nuevo patrón de vinculación con el grado de integración de las redes del grupo de joyeros que empezaron con las exposiciones generaron una dinámica de asociatividad que formó el inicio de un tejido más sólido de relaciones de cooperación en comercialización e innovación en la forma misma de hacer la comercialización con la primera exposición colectiva de joyería, en las que se establecieron relaciones entre ellos, desde el rasgo más simple como reconocerse como grupo, compartir unos días en un mismo espacio con quienes formaban su competencia de mercado en ese momento; no obstante, respetar esa situación, así como procurar las mismas condiciones de venta para todos.

Las expos y el inicio del CJ Guadalajara fueron dos situaciones que cambiaron la trayectoria de las redes de asociación entre productores, proveedores y comercializadores de la industria de la joyería de la ciudad, porque posteriormente las exposiciones fueron muy importantes para todos aquellos joyeros que tuvieran ganas de exponer su mercancía en un lugar abierto de otro nivel donde los invitados podían ser gente de todo el país, así como a escala internacional.

⁴⁴ A la fecha es una actividad que se sigue realizando, pero dos veces por año en la ciudad de Guadalajara, como en la ciudad de México.

5.4 De 1990-1999. Apertura y aglomeración de Centros Joyeros

En este periodo empezó a subir el valor del precio de los locales del CJ Guadalajara, de acuerdo con la versión de *CJ3*: a pesar de ser puras oficinas cerradas, se vió el edificio de enfrente que estaba vacío y en obra gris, no tenía nada, y pensé este puede ser otro CJ, me di a la tarea de buscar a los dueños y les dije que si me dan la oportunidad de ver si puedo hacer un CJ, para pagar todo el costo del edificio, les expliqué pagar una parte inicial y solicité seis meses de plazo para ver si se paga con la venta de locales, me dijeron que si.

Se inició con un plano para ver como iba a estar y de Estados Unidos se trajo la idea de los mostradores para la venta al público, ahora todos los CJ tienen mostradores, pero el primer CJ con mostradores a la calle y que permitió la entrada al público fue el CJ República. Con la ayuda de un arquitecto para tomar medidas de las divisiones se hizo el diseño del plano adaptado a las columnas hasta que quedó, inclusive sobrado de la estructura que soporta las columnas de concreto. Al final lo que se pensó fue tener una pre venta de 50 locales, pero se vendieron 90, posteriormente subió mucho el valor de este edificio por ser un punto de venta muy bueno”: *CJ3*.

A partir de ese momento empezaron a proliferar los CJ, en la Plaza Tapatía porque se vendían espacios a personas que empezaron a sufrir de seguridad, fue un factor que siguió presente. Después se construyó el CJ Portal Joyero porque era un terreno baldío y el CJ Galería Joyera otro terreno baldío que compraron entre varios al ver el auge de la joyería: *CJ3*.

Cuando se abrió el CJ República las rutas de transporte foráneo de comerciantes llegaban a la hora que abrían los CJ, se hacían filas de personas para entrar, se hizo evidente que a la gente le gustaron los CJ con muchos locales ubicados en un mismo lugar, con diferentes joyeros, la gente de fuera venía a un solo lugar a conseguir todo.

De esa forma, en ese tiempo los centros joyeros empezaron a albergar a toda la comunidad joyera porque se difundió el sistema de seguridad que se manejaba y el sistema de condóminos al compartir los gastos de seguridad y mantenimiento. Entonces, muchas personas se empezaron a cambiar a esta industria de ser zapateros se cambiaron a la joyería, de manejar telas se pusieron a vender joyería, de la construcción o de otro negocio si no les iba bien se cambió a la joyería porque vieron que esto fue un negocio muy noble vieron que a la gente le iba bien, se hizo un *boom* a fines de los años ochenta y a inicios de los noventa hubo un auge económico muy fuerte, por eso los mismos trabajadores empezaron a poner taller y compraban su local, los mismos

trabajadores si tenían las condiciones, el capital y las ganas lo compraban. Hubo talleres que tenían 50 trabajadores, y entre 10 ó 15 ponían su local o taller así empezó a crecer por los trabajadores y ex trabajadores y la gente que se metió a la actividad en los noventa: *CJI*.

La joyería de oro fue más accesible para que comprara la gente, se podía conseguir una esclava de oro, por dos razones para portarla y como inversión. La gente en ese tiempo tenía su inversión de oro. Eso provocó que el sector joyero más creciera, e indujo a que las empresas extranjeras empezaran a voltear a México, empresas de insumos para joyeros de maquinaria y tecnología, en Italia, Alemania y España decían: vayan a Guadalajara ahí está creciendo la joyería. Guadalajara empezó a surgir como productor joyero de México y del mundo porque decían en Italia vamos a Guadalajara porque les vamos a ofrecer tal o cual mercancía, todas las empresas de tecnología de joyería de Italia, en Estados Unidos y en España voltearon a ver a Guadalajara porque se vio el dinamismo del sector.

Sin embargo, los asaltos continuaron, por ello diferentes experiencias de asaltos, que a pesar del riesgo que significa, ha sido razón para poner en marcha estrategias y alternativas para seguir en la industria de la joyería y generar nuevas formas de trabajar con sistemas de seguridad, pero precisamente las alternativas parten de las redes familiares, en primer lugar; y productivas en segundo lugar, es el caso de la *Comercializadora 1* que después del asalto que tuvo en su despacho de joyería en una casa particular en 1992, indica que vivió “el gran robo de su vida”, pero para recuperarse con su trabajo realizó ajustes como cambiar de tipo de material de producción, de joyería de oro a joyería de plata, esta medida fue la estrategia de reducir costos, y se puso a tocar puertas con su estuche para vender joyería con conocidas y a veces en salones de bellezas, y con las señoras que le recomendaban para hacer la cartera de clientes invitando a vender, así trabajó y ahorró hasta que logró tener tres vendedoras a las que les ofreció un buen porcentaje de ganancia para que se mantengan y poder llegar a más personas para que vendieran joyería, de tal forma que con este mecanismo de redes para comercializar llegó a tener 120 vendedoras.

Sin embargo, luego viene la devaluación de 1994 una situación en la que señala que se volvió imposible vender oro, por que cuando apenas se estaba recuperando del robo, para pagar todas las deudas surte mercancía de oro que se pagaba en dólares, pero como el día que citó a sus clientes para vender mercancía de oro, la venta la hizo en pesos, y para ella la deuda sería en

dólares puesto que al día siguiente fue la devaluación, nuevamente vuelve a experimentar y a recuperarse de la quiebra con la misma estrategia.

Las experiencias de robo fue el principal motivo para cambiarse a trabajar a los CJ, es el caso del *Comercializador 2*, que tenía un negocio en ese tiempo que se ubica en una zona como Tlaquepaque en donde señala ser buen punto de venta, hasta que experimentaron cuatro intentos de asalto, el último ocurrido en 1994, por eso buscaron su cambio al CJ República para protegerse de los asaltos, lo que se buscó fue tener una bodega para guardar joyería, describe ese año, como un año de muchas ventas hasta diciembre de 1994.

Posterior a la devaluación de 1995, lo que se tenía para vender a los mayoristas se vendió a los que venían a surtir compras de 100 a 200 gramos, hasta que nuevamente la joyería se empezó a vender con regularidad, fue un tiempo muy complicado porque el *Comercializador 2* cerró la tienda de San Pedro, Tlaquepaque y compró dos locales en el CJ República, dos locales separados, al principio se pensó que no iba a llegar gente al local que estaba más lejos y más arriba en la distribución del edificio o subir las escaleras porque estaban los locales solos, puesto que un local funcionaría como oficina y otro como bodega, sin embargo, los dos locales se tuvieron que abrir desde el mes de marzo de 1995 porque en abril no cabía la gente en el local más cercano a la entrada, ni en el que se ubicaba más lejos y escondido.

El comportamiento de la comercialización de joyería para esos años fue que por la inseguridad y la devaluación de 1994 se detuvo totalmente el trabajo de los agentes viajeros, de manera que los comerciantes se organizaron con choferes de camiones foráneos para realizar las compras de sus mercancías, como venían al mercado de San Juan de Dios, también vinieron al CJ República porque sabían que Guadalajara es productor de joyería, de tal forma que el *Comercilizador 2* llegó a tener cinco locales de venta de oro en los que las principales clientas eran las “señoras aboneras” que venían de diferentes partes del país y de la ciudad de Guadalajara, personas con iniciativa de vendedoras como el caso de una señora de Chihuahua, que dijo: ¿Usted es el dueño? le doy las gracias porque estoy a punto de abrir mi tercera tienda de joyería, así venían señoras muy sagaces que realizaban compras para las ventas; también hubo hombres, como un joven de San Luis Potosí que tenía un taller de reparaciones pequeño y desde hace 20 años viene a comprarnos, ahora tiene un local más grande en la zona céntrica de San Luis Potosí. Recientemente los clientes que consumen son del país y de la producción, se exporta 10 por ciento.

En la parte de la comercialización, de acuerdo con el *Comercializador 2* lo que cambió fue que se impulsó la venta al mayoreo para dar oportunidad a la gente que tenga trabajo y genere su ingreso. En estas circunstancias, se quejaban los demás joyeros, me decían es que vendes muy barato, y lo que les contesté fue: que se trataba de vender para que hicieran negocio, había que generar trabajo, porque estaba terrible, había mucho desempleo y de esta forma les empezó a ir mejor y la gente vio la posibilidad de trabajar y vender y vender, entonces llegaron cada vez más camiones que se estacionaban aquí cerca, al principio se les empezaba a vender de contado luego que ya se les conoce se les da crédito, es decir, se otorgan plazos de pago de un mes, luego hay gente que se toma hasta dos meses, según sus compras, se les hizo un registro.

Entonces se empezó a dar oportunidades que en otros lugares no les querían vender, porque los veían que no tenían dinero. En mi caso, *Comercializador 2*: lo que se hizo fue creer en los clientes y crear grupos de clientes mayoristas. A partir de ese tiempo, muchos productores de oro lo empezaron a hacer, en este caso, lo importante fue no encarecer la mercancía sino hacer mercancía ligera para que se venda. La gente copió esta forma de venta y sirvió para fortalecer la industria joyera de Guadalajara, por que a partir de entonces tomó otro lugar la joyería de oro, de plata y hasta empezó la bisutería. El momento en que incrementó el riesgo para esta industria, por el encarecimiento del metal y al mismo tiempo el riesgo de asalto y robo; por parte de los productores, comercializadores y proveedores se establecieron redes con sus clientes

El proceso productivo anterior a estos años consistía en palabras del *Productor 2*: en que la persona que sacaba un modelo hacía un análisis de costos, es decir, se trabajaba por pieza para sacar el costo, se cotizaba por separado el oro, la piedra, la mano de obra, los gastos generales y la utilidad, entonces se trabajaba por piezas, cada pieza tenía un precio diferente. Luego de la devaluación de diciembre de 1994 se adoptó el proceso estadounidense y europeo que se empezó a vender la joyería por gramos, fue un cambio que abarató la mercancía, ya no importó lo elaborado o bien trabajado, o el diseño, porque lo que cobró relevancia fue el precio, los clientes empezaron a decir: “en otro lado lo hacen más barato...”, entonces aprendimos que los clientes que quieren un buen terminado regresan, y para ello, se hizo imperativo el registro de marca, pero de todos modos para llegar a este aprendizaje pasaron de dos a tres años, y se cambiaron los costos de la comercialización, se redujeron los márgenes de utilidad, así muchos talleres se acabaron y tuvieron que cerrar.

En este tiempo fue un periodo en el que entre los mismos joyeros se hicieron daño, por vender joyería con la desventaja más grande, es decir, la mayoría de los joyeros y familiares, así como de los que desconocían el proceso, sin una capacitación profesional o sin estudios y por lo mismo sin saber cotizar para desarrollar la comercialización o para identificar los costos de cada pieza, el valor de la mano de obra, del diseño, como de los costos de inversión, así como sin separar los costos de seguridad y de mantenimiento; sólo se vendía el producto y la aglomeración ayudó a que todo se hiciera en un mismo núcleo, por eso no se pudo crecer más, si no que los mismos comercializadores no sabían que estaban malbaratando el trabajo y sin tener preparación precisamente de comercialización, sin darse cuenta que la inversión inicial se debía multiplicar, porque solo se contaba el costo del material, sin considerar el porcentaje adicional del proceso de producción de la mano de obra, compras de insumos; el que se estima en veinte por ciento aproximadamente: *Productor 2*.

Entonces la aglomeración de los Centros Joyeros fueron un contraste entre beneficios porque permitió tener todo cerca, ayudó en ahorrar tiempos, en comparar mercancías, obtener crédito o plazos de pago, pero al mismo tiempo los mismos joyeros provocaron la desventaja más grande que consistió en malbaratar (*sic*) el trabajo. Hasta que con esta misma situación se entendió la importancia del desarrollo de marcas: *Productor 2*.

El aprendizaje del funcionamiento de los CJ, consistió desde que un dueño o grupo de dueños adquiere el edificio, lo divide en locales y los pone a la venta y los que compran son dueños del local, así que desde la invitación y selección de primera referencia que se hace es de boca en boca a los conocidos y amistades de la joyería, se busca a los que se conocen y después se busca ser selectivo para evitar a quien ha hecho negocio fraudulento. Lo que se procuró es concentrar empresas exitosas y honestas que cumplan con la Norma Oficial Mexicana (NOM-033)⁴⁵ del

⁴⁵ NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-033-SCFI-1994 "ALHAJAS O ARTICULOS DE ORO, PLATA, PLATINO Y PALADIO - ESPECIFICACIONES Y METODOS DE PRUEBA - INFORMACION COMERCIAL". Fuente: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4713485&fecha=12/07/1994

La presente Norma establece los requisitos de calidad que deben de cumplir las alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio que se destinen al uso o adorno personal y al ornato en general; además determina la información que deberán contener dichos artículos.

Quedan fuera del campo de aplicación de esta Norma todos aquellos objetos, piezas y antigüedades (considerando para los efectos de esta Norma como antiguo 75 años como mínimo) fabricados con los materiales que se establecen en la presente, en la inteligencia de que las empresas dedicadas a la importación y comercialización de estos objetos tendrán la responsabilidad de la veracidad de los atributos en cada uno de sus artículos, ya sea vía certificado y por medio de la factura correspondiente, frente al consumidor; haciéndose acreedoras a las sanciones que establecen la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y la Ley Federal de Protección al Consumidor, en caso de no corresponder lo que se anuncie con la realidad de lo que se comercializa.

quilataje, por que si alguno trabaja mal luego se difunde que todos los del lugar son deshonestos, por ello es importante mostrar el tipo de línea que trabaja, ser innovador, trabajar y algunas referencias.

Los dueños de los locales de un CJ llevan un sistema de control y orden en las asambleas, los objetivos principales son la seguridad permanente, con elementos armados, cámaras de circuito cerrado, se trabaja con redes sociales, al iniciar un negocio se invita a estar innovando de acuerdo con la tecnología que se transforma de acuerdo a la situación, estar en continua atención con los cambios en la joyería en lo local, lo nacional y hasta internacional. La presencia de los CJ ha creado joyeros con diseño de marcas de su producción y con experiencia en la atención al cliente.

Las ventajas de los diferentes CJ, es de que se crearon algunos para comercialización y otros que concentran en un mismo edificio talleres que se dedican a maquilar diferentes procesos del ciclo de producción de la industria de la joyería, se ubican talleres que trabajan a puertas cerradas con negocios con diferentes áreas que se puede encontrar por tipo y especialidad, como vaciadores, acereros, venta de insumos, piedras y metal con seguridad.

Antes de que existieran los CJ, cada quien tenía su proveedor de metal sin trabajar, no había una oficina para comprar como ahora que en los CJ se concentran los metaleros, se formalizó la venta, la forma de comprar y mejoró el servicio que brindan, porque antes a los proveedores se les veía en su casa o en la esquina porque existía un conocimiento previo, si no había que pedir que alguien recomiende un proveedor al que se le hablaba para traer el pedido, y llegaba a la media hora con lo pedido. Antes se le hablaba y esperar si contestaba para mostrar los tipos de piedras, pero no había servicio a domicilio, todo este proceso se formalizó a partir de los CJ, antes sólo había dos tiendas de proveedores de los joyeros, en cambio ahora hay más variedad, atención y servicio y se formalizó el gremio. También con los proveedores de antes era más limitado seleccionar lo que se buscaba, y había gente “más sentida”, si se daba cuenta que comprabas en otro lado, ya no te volvía a vender. Ahora, existen más proveedores que incluso no saben de joyería, pero tienen los medios para comercializar o vender algún insumo y con los CJ se adaptaron a las necesidades, por ello los CJ detonan a la industria porque se convirtieron en un escaparate en todos sentidos, procuran ir a la par de la demanda del mercado.

La mayoría de los dueños de los CJ han sido joyeros y los que no son joyeros lo han visto como desarrollo inmobiliario, pero para que sean aceptados se han asociado con joyeros para que lo dieran a conocer y lo difundieran en el proceso de compra-venta, y eso pasó de forma contraria con el fracaso del CJ Pabellón (ver Tabla 16), debido a que no era joyero el dueño y no se dedicaba al giro, tampoco se relacionó o asoció con nadie de la industria de la joyería, de manera que no sabía a quién invitar o cómo darse a conocer y cómo relacionarse, no tenía como llegar a los joyeros, ni el contacto, porque lo que se promovió posterior a la venta de los edificios del CJ Guadalajara y CJ República, se hacía una invitación de pre venta a la que se llamaba en primer lugar a la familia joyera y se decía la fecha de apertura y los servicios que se ofrecían como un extra, en el edificio esto es adicional y en varias ocasiones la pre venta garantizaba la venta del 50 ó 60 por ciento del condominio.

Los CJ que están a puerta cerrada, en versión del *Productor 2*, que pueden maquilar o tener registro de maquila de mercancía cambiaron las formas de producir, porque cuentan con personas especializadas en los diferentes procesos de producción de manera que se especializaron los talleres y se trabaja por maquila, en vez de que cada quien tenga su taller se contrata el servicio de maquila, entonces se hizo más fácil, en mi caso el terminado me los hace otras personas de mi confianza en otro lado, entonces ya solo los coordino, lo que hago es hacer mis propios modelos, revisar el terminado, y si no me gusta lo que me hicieron tengo otras dos personas que me ayudan a terminar porque todos los demás procesos de vaciado a la cera perdida esta por fuera en estos talleres, debido a que esos negocios son un negocio aparte especializado; es decir, se seccionó el trabajo. Esta forma de trabajar empezó a tener bastante aceptación a partir de los años noventa; sin embargo, en mi caso lo empecé a utilizar hasta el 2008 que me di cuenta que ya no era la forma de producir, tener una casota, con unas rejotas, con su jaulota, con sus cajotas (*sic*) para guardar la mercancía, porque como no se terminaba la producción en un día, los trabajadores entregaban sus charolas con el trabajo en proceso para guardarse, lo que transformó la forma de producir cuando empeoró la situación económica a partir del 2000, que hubo mayor baja en la venta de joyería, esa situación nos llevó a trabajar en células independientes, y contratar maquilas con tres o cuatro talleres que conocemos, se les habilitan los metales y piedras y lo hacen en el taller. Se tienen contra entregas, como convenios de palabra, en el papel se anota el proceso de encargo y la fecha de entrega, este es el proceso más común entre los joyeros, entre nosotros nos recomendamos, los que hacen las mejores formas de trabajo.

El CJ Industria es el más reciente en su identificación y fue resultado como los anteriores por la seguridad que buscan los locatarios en el proceso de producción de joyería, así como por la demanda de producción; aunque en este caso se trata de un edificio que se encuentra en una ubicación distinta a la Plaza Tapatía, pero está a una cuadra, de manera que es muy rápido llegar y desde esta ubicación tiene sus ventajas de acceso a pie, no es necesario atravesar la Plaza Tapatía y cuenta con un estacionamiento a un lado del mismo. En este edificio los locatarios comparten procesos de lavado y equipo para la producción, todos se benefician.

El CJ *World Trade Center* (WTC) tiene una ubicación muy diferente de cuatro kilómetros y medio del resto de CJ de la Plaza Tapatía, por lo mismo se trata de un CJ con características distintas en cuanto a distribución de espacio, así como al cliente al que se dirigen. De acuerdo al costo de mantenimiento la *Comercializadora 2* señaló que aunque sea dueña de tres locales en este edificio, además por cada local paga entre 7 a 9 mil pesos mensuales, por los servicios de luz, internet y los gastos fijos que son altos y representan lo más caro; la seguridad, es decir, se cuentan con los policías profesionales, con actualización continua para ellos, como también a sus familiares.

Tabla 16

Los centros joyeros fueron surgiendo en el siguiente orden:

Número	Centro Joyero	Fecha de inicio
1.	Guadalajara	1983
2.	República	1990
3.	<i>World Trade Center</i> (WTC)	1993
4.	Diamante	1994
5.	Occidente	1996
6.	El Tianguis Joyero	1998
7.	Tapatío	1996
8.	El Dorado	1997
9.	Aguamarina	1998
10.	La Joya	1998
11.	Portal Joyero	2001
12.	Galería Joyera	2001
13.	Calzada	2000
14.	Pabellón Joyero	2000
15.	Metropolitano	2001
16.	Cabañas	2000
17.	Magno Centro Joyero San Juan de Dios	2002
18.	Industria	2005

Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo.

5.5 De 2000-2006. Cambia el proceso de producción e inician los diseños de joyería fina muy ligeros e ingresa el comercio de bisutería.

A partir del año 2000 se promovió con señalizaciones la Zona Joyera de Guadalajara por la avenida Hidalgo, a un costado del Teatro Degollado en el puente que se dirige hacia el Hospicio Cabañas y la parte central como los alrededores de la Plaza Tapatía, debido a la aglomeración de los CJ, con este tipo de señalamientos viales como de acceso a los CJ, se identificó esta área para el control de la seguridad pública, así como la localización de proveedores, comercializadores y en forma más restringida productores y algunos proveedores, puesto que se localizan estos dentro de los CJ que trabajan con puertas cerradas y alrededor del Sector Libertad, entre 10 a 20 cuerdas a espaldas del Hospicio Cabañas.

En el siguiente año, para la devaluación de 2001, todo el tipo de producción de joyería de oro sufrió significativas modificaciones, por lo que la mayoría de la gente cambió a la producción de joyería de plata, sin embargo, de esa forma para los fabricantes de joyería de oro tampoco fue posible sostener el taller, de acuerdo a la experiencia del *Productor 3*: entonces se buscaron otras alternativas como hacer cosas más ligeras, con volumen, pero con poco peso, además se tenían que hacer los cambios rápidos en menos de un año, así que se empezó por producir la mayoría de piezas huecas, algunos se cambiaron de la joyería fina y empezaron a traer y a vender bisutería de otros países, fue cuando dicen que “el dragón despertó”.

Pero en nuestro caso (*Productor 3*) tuvimos que sacar fuerzas de flaqueza, usar mejor la inteligencia, nos hicimos más empresarios, debimos resolver más desafíos, entonces nos juntábamos entre varios joyeros y nos reunimos para resolver como eficientizar gastos, cómo reducir las mermas, qué hacer en términos fiscales, porque se veía muy difícil el escenario inmediato, de manera que sólo así aprendimos a hacer nuevas líneas y todos los cambios necesarios en menos de un año.

Entonces, se empezó a usar la tela, el cuero, el hule, el caucho, en joyería de oro, había posibilidad de utilizar oro con muchos materiales, se empezaron a utilizar las tendencias y tuvimos que buscar preparación, así como crear un cambio de actitud para poder seguir, autoexigirse disciplina en todo el proceso, por esta razón algunos desaparecieron, otros con el paso del tiempo han fallecido y han surgido nuevos. Mucha gente vendió toda su joyería, a talleres, casas de empeño, porque el metal se funde, se afina y se vuelve a procesar.

En el caso del *Productor 2* describe este periodo con los cambios en el proceso que realizó: Ahora, ya no tengo un taller con todo el proceso como antes, ha cambiado la producción de la joyería; algunos trabajan desde su casa una parte, otros rentan un localito en algún centro joyero, en mi caso, les llevo trabajo, pero ya no trabajamos todos juntos en un taller para evitar asaltos, como antes de los años noventa que se tenía reunido todo desde el diseño, hacer las ceras para meter el metal fundido, realizar el vaciado, limado, montado, terminado y todos esos pasos en un lugar. Cambié la forma de producir y consiste en este momento que voy al CJ Diamante, en la parte de arriba hay talleres que prestan servicio de cereras, otros trabajan el vaciado, el terminado lo contrato con otras personas, de modo que uno va y solicita el servicio de los diferentes procesos de producción de la joyería porque se volvió a las maquilas.

Posteriormente, creció la venta de la joyería extranjera y el uso del diseño para la joyería cambió rápidamente, así lo señala el *Comercializador 3*, quien le apostó en estos años al diseño de joyería, se especializó en diseño de joyería y para lograrlo se involucró en promover convenios entre algunos compañeros con diferentes instituciones, se llevaron a cabo eventos como la semana de la capacitación del diseño, se desarrolló el centro de diseño de la cámara y muchas fábricas empezaron a desarrollar diseño porque se hizo una gran campaña del diseño y hasta hubo casos en los que los mismos clientes llegaron a creer que no era diseño mexicano.

Cuando se apostó por la capacitación en diseño, se compraron máquinas italianas, se trajeron diseñadores de otras partes del mundo hasta que se alcanzó a formar un grupo de productores que participaran en el Pabellón de Las Vegas, como expositores de joyería fina desde 2005 y han participado de forma continua desde entonces 20 pabellones, es decir, cada uno es un expositor y lo que se ha buscado es que se volteara a ver la joyería de Guadalajara.

En este caso, Pro México como institución de gobierno apoyó con la aportación de las instalaciones para este tipo de exposiciones que apoyan la exportación. Al principio, las exportaciones fueron muy difíciles, porque el Pabellón de Turquía se presentaba con gran fuerza, también el Pabellón de Brasil participa con todo el presupuesto gubernamental, así que se solicitó apoyo al gobierno estatal para modificar la exposición a través de una pasarela, se buscó desarrollo de diseño, al grado que ahora hay más empresas exitosas que participan.

Estas actividades, como los efectos de los centros joyeros en la versión del *CJI*: llevaron a que se creara una comunidad de joyeros en la que entre todos nos cuidamos, procuramos mantener cierto contacto como recomendar el trabajo de unos con otros, pero si alguien hace

algo indebido nos avisamos o cuando entra alguien nuevo al sector joyero, tiene que darse a conocer y si queda bien al respetar las formas de trabajar se le abren las puertas. Es un código de seguridad dar a conocer cuando una persona paga mal o no hace buen trabajo, también si no entrega a tiempo.

De acuerdo con estos elementos y estas características se realizó un levantamiento de datos como parte de la observación y registro de croquis de un centro joyero (ver Figuras 18-21, páginas 177-180), se llevó a cabo esta técnica como una herramienta en la que se puede identificar el conjunto de servicios y productos que en ese momento (noviembre 2016) se pueden obtener en un área como un centro joyero, en el que de acuerdo a la información con la que se contaba se puede decir que son reflejo de la diversidad de servicios que se demandan en ese momento en uno de los centros joyeros más grandes del área de la Plaza Tapatía, en el que se observa cómo en un mismo edificio de cuatro niveles se pueden concentrar una amplia variedad de productores, comercializadores y proveedores de joyería fina de oro, plata, platino, bisutería y todo tipo de insumos para armado de bisutería, entre los que es posible identificar por tipo de pieza como de las diferentes variedades y estilos, así como para todo tipo de ocasiones, en las que resalta la joyería conmemorativa que se refiere a las ceremonias religiosas.

El nivel del Sótano (ver Croquis página 177) al que se puede ingresar del estacionamiento de la Plaza Tapatía o desde la calle Dionisio Rodríguez, frente al mercado San Juan de Dios, se observa que cuenta con diversidad de locales que comercializan joyería de oro y plata como bisutería, sin embargo, se observó que la venta de joyería de plata rebasa a la joyería de oro y la parte de armado es muy importante porque se trata de negocios que invitan a la producción de bisutería para consumo personal como para la venta y los vendedores promueven los cursos y respectivas capacitaciones de forma gratuita con la compra del material. Llama la atención que en ese nivel cuenten con servicio de guardería o estancia infantil en la que lo único que se solicita es una identificación oficial sin una cuota específica de costo y mostrar la nota de consumo, de manera que se percibe que es muy importante este servicio espacialmente para las mujeres para generar consumo del lugar.

En el nivel Piso 1 (ver Croquis página 178), es un nivel que también cuenta con el servicio de guardería o estancia infantil con las mismas características del piso anterior, pero en este caso también se cuenta con el servicio bancario, como de cafetería. El tipo de venta es básicamente de joyería fina, en este caso resalta la joyería de oro y platino, también en menor medida de plata y

todavía menor medida de bisutería, los locales que se refieren al armado de joyería o insumos se observa que son dirigidos a la joyería fina, tanto en pedrería como en complementos de exhibición, como de empaque. Entre las características de este nivel se observan que las medidas de los locales son más grandes que los del nivel del Sótano, así como la presentación de las marcas de cada joyería fina es un tanto sobresaliente en este nivel. En relación a la proximidad de los negocios, al grado de estar uno al lado del otro.

El *Productor 3* señala que la cercanía en los CJ nos permite responder de forma más ágil a los clientes y a los compañeros, antes nos veíamos muy de vez en cuando, ahora es común compartir ideas, tendencias, unidos para dar al cliente lo que están esperando, mantenemos una relación más confiable, la comunicación es fluida para bien y podemos dar al cliente lo que espera de nosotros. En cuanto a la competencia que provocan los CJ por la cercanía, hacen que se supere, se necesita que estén, si no hay competencia no se progresa, con esta característica, se busca encontrar la forma de convivir.

Desde este nivel se percibe en la esquina superior izquierda otro nivel intermedio al que le llaman mezzanine un área de talleres, esta área es muy importante debido a que son un grupo de talleres que cuentan algunos con maquinaria, herramienta y materiales que apoyan y asisten a los locales del mismo centro joyero como de otros lugares, tanto en reparaciones como en la producción de algún producto o pieza de algún productor. También resalta en este nivel intermedio la ubicación de una estética que se presenta de color morado en el croquis, como un servicio adicional dentro del mismo centro joyero. Es característico encontrar en cualquier parte del edificio personal de seguridad por los pasillos, en las puertas de acceso, escaleras y salidas.

El siguiente nivel, el Piso 2 (ver Croquis página 179) es un área que se observa una dinámica similar al nivel del Sótano, debido a que se observa joyería fina de oro, pero sobresale más la venta de joyería de plata, como de bisutería, así como de armado de todo tipo de joyería, en este caso la invitación a comprar insumos y complementos de armado resalta la promoción de cursos para armar bisutería para consumo personal como para la venta; al consultar sobre el precio de una pieza, inmediatamente la persona que atiende accede a mostrar el producto e indica el precio del producto al menudeo y el de mayoreo, más aún subraya que si es para vender ofrece más facilidades de compra y asesorías para armado. En este mismo nivel se ubican en las esquinas la localización de las mensajerías para envíos de joyería o cualquier insumo a escala nacional e incluso internacional. Los locales de este nivel vuelven a ser con las características de tamaño del

nivel del Sótano, inclusive los locales son más pequeños, como islas de cuatro locales, no como pasillos largos del nivel del Sótano, por lo que da la impresión de que son muchos más negocios. Además al recorrer los diferentes pasillos es perceptible el ambiente de compañerismo que se da en el lugar.

El Piso 3 (ver Croquis página 180) y último piso con acceso al público es un nivel muy diferente a los anteriores debido a que lo que se puede observar es que los locales no son abiertos como los demás niveles en este caso se aprecia que son de joyería fina como el oro, cuentan con mayor privacidad, están abiertos al público pero tienen puerta de acceso y el tipo de negocios están identificados por su marca, en los que se identifican algunos con joyería de importación. Este nivel cuenta con otro tipo de servicios especializados como un despacho de abogados, laboratorio de metales, así como con mensajería. También se puede observar un espacio de salón de usos múltiples y un restaurante para los visitantes.

Figura 18. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. 4 Pisos. Piso Sótano.

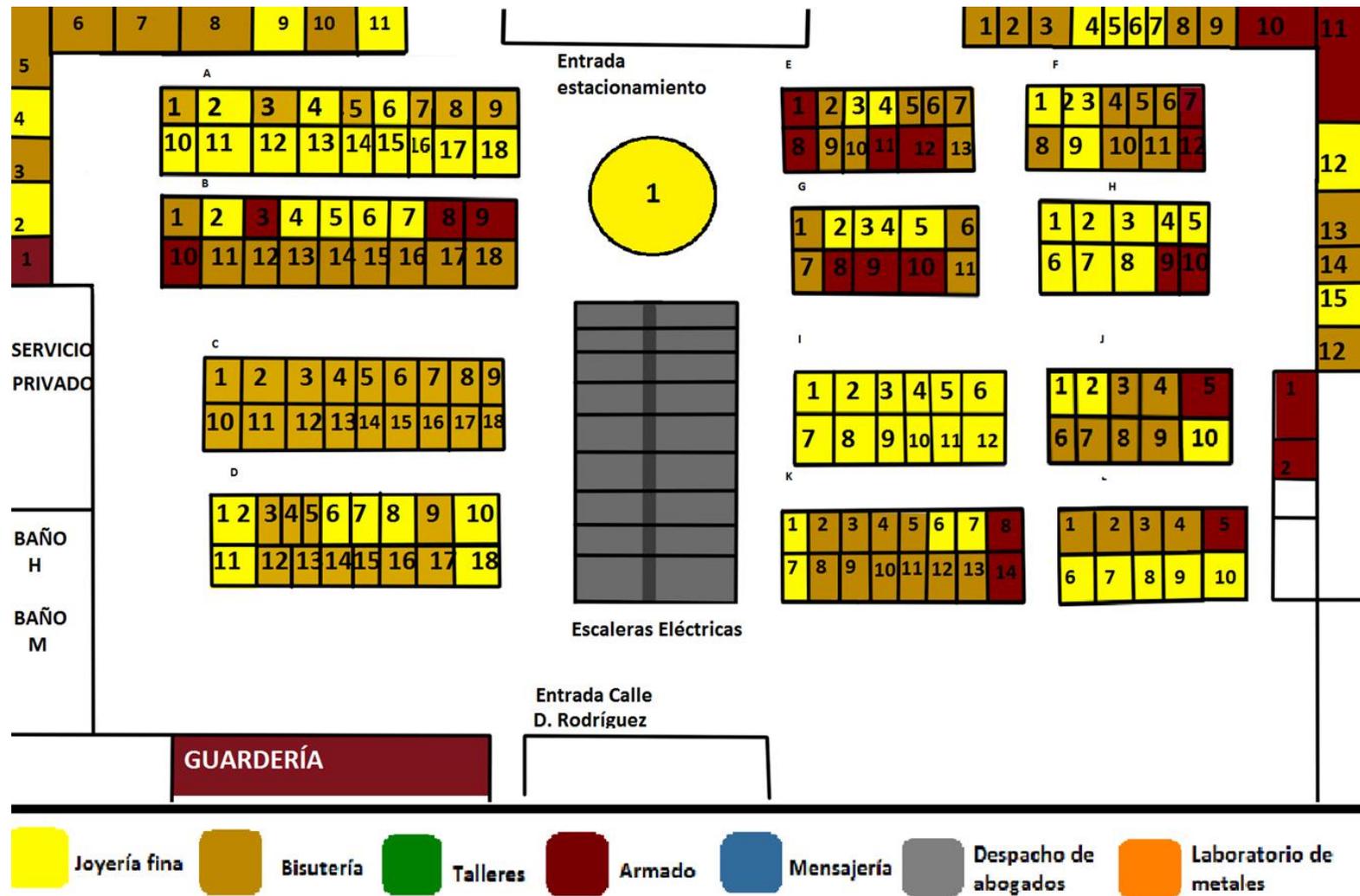


Figura 19. Croquis Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Piso 1.

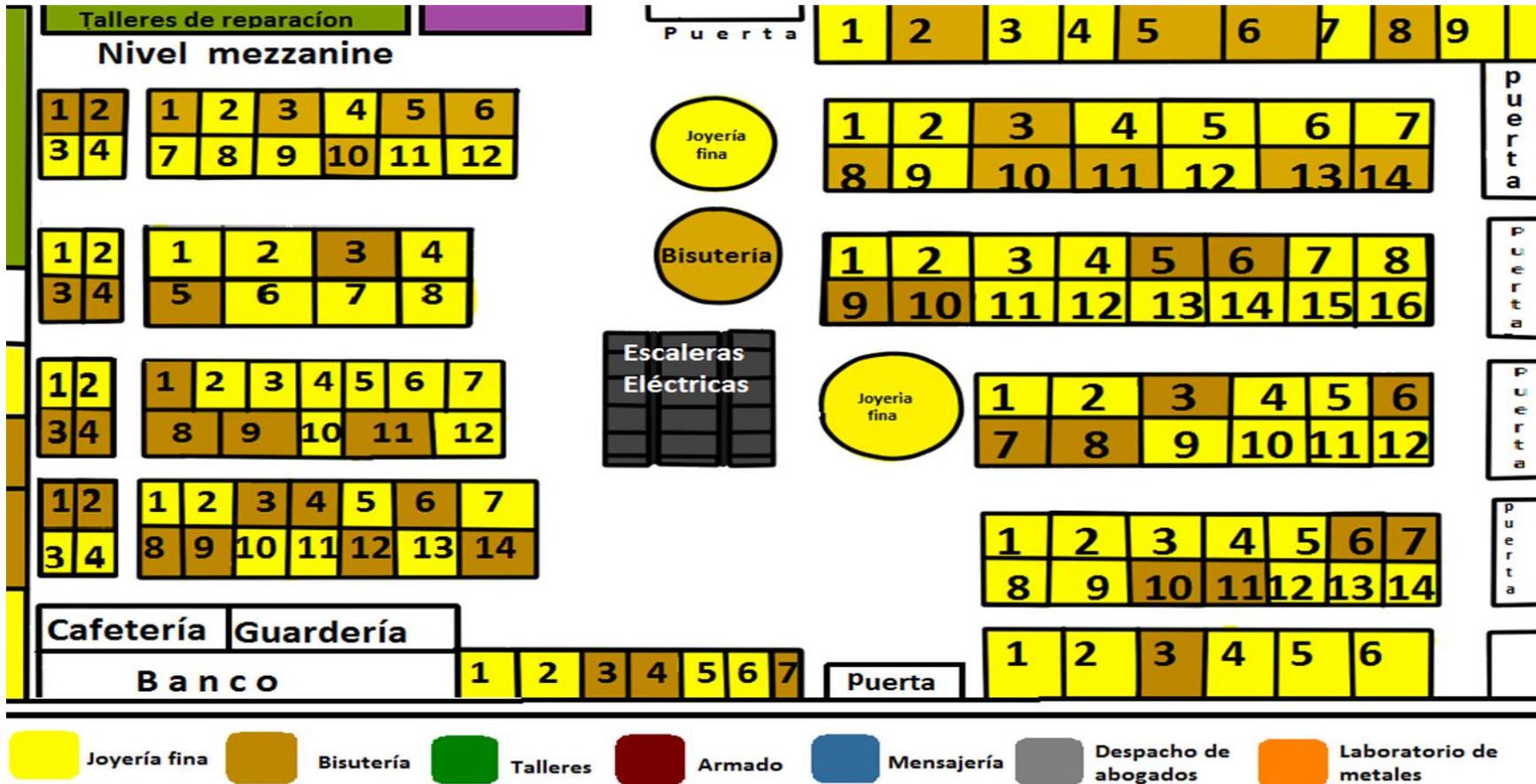


Figura 20. Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Piso 2

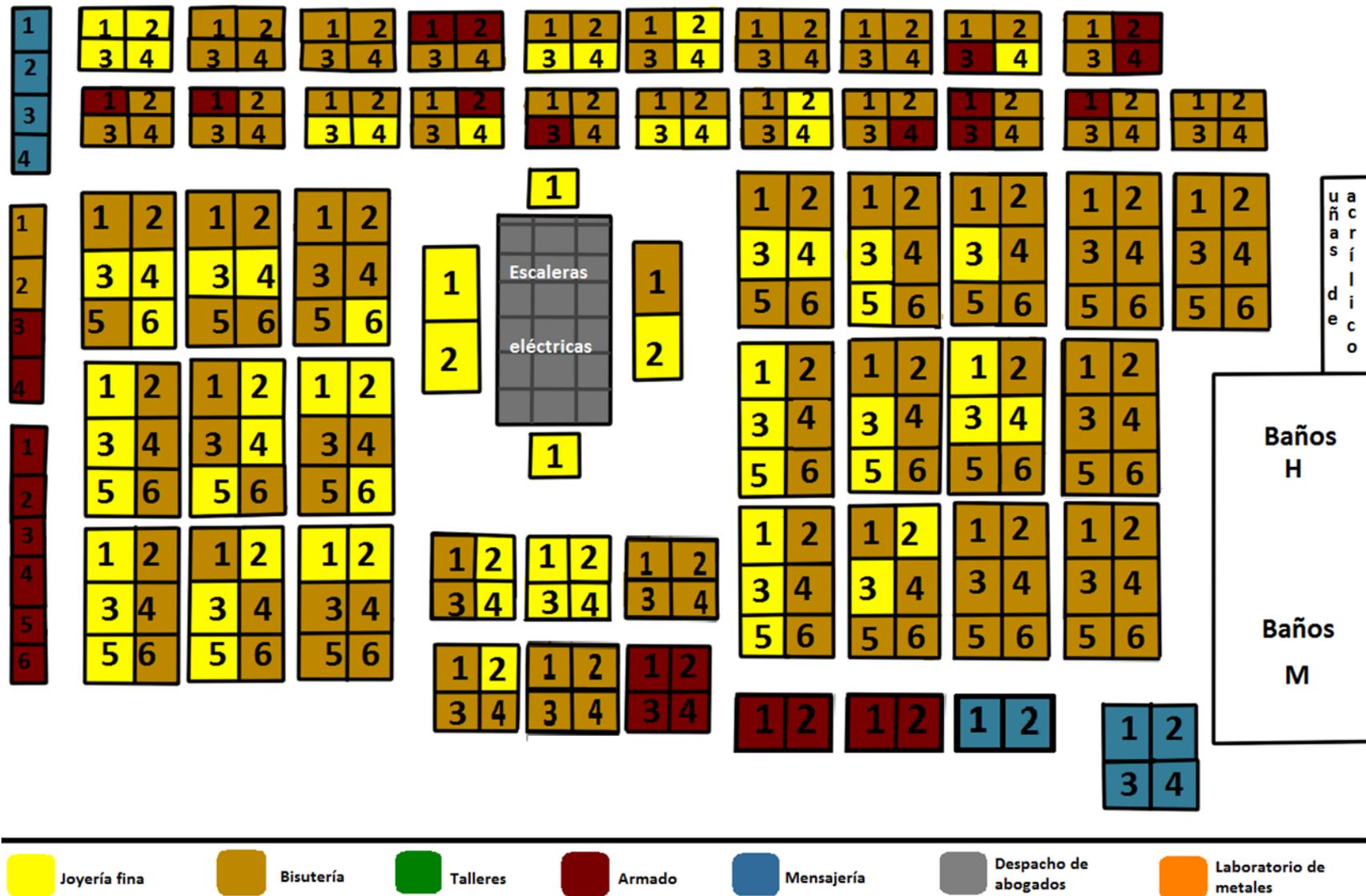
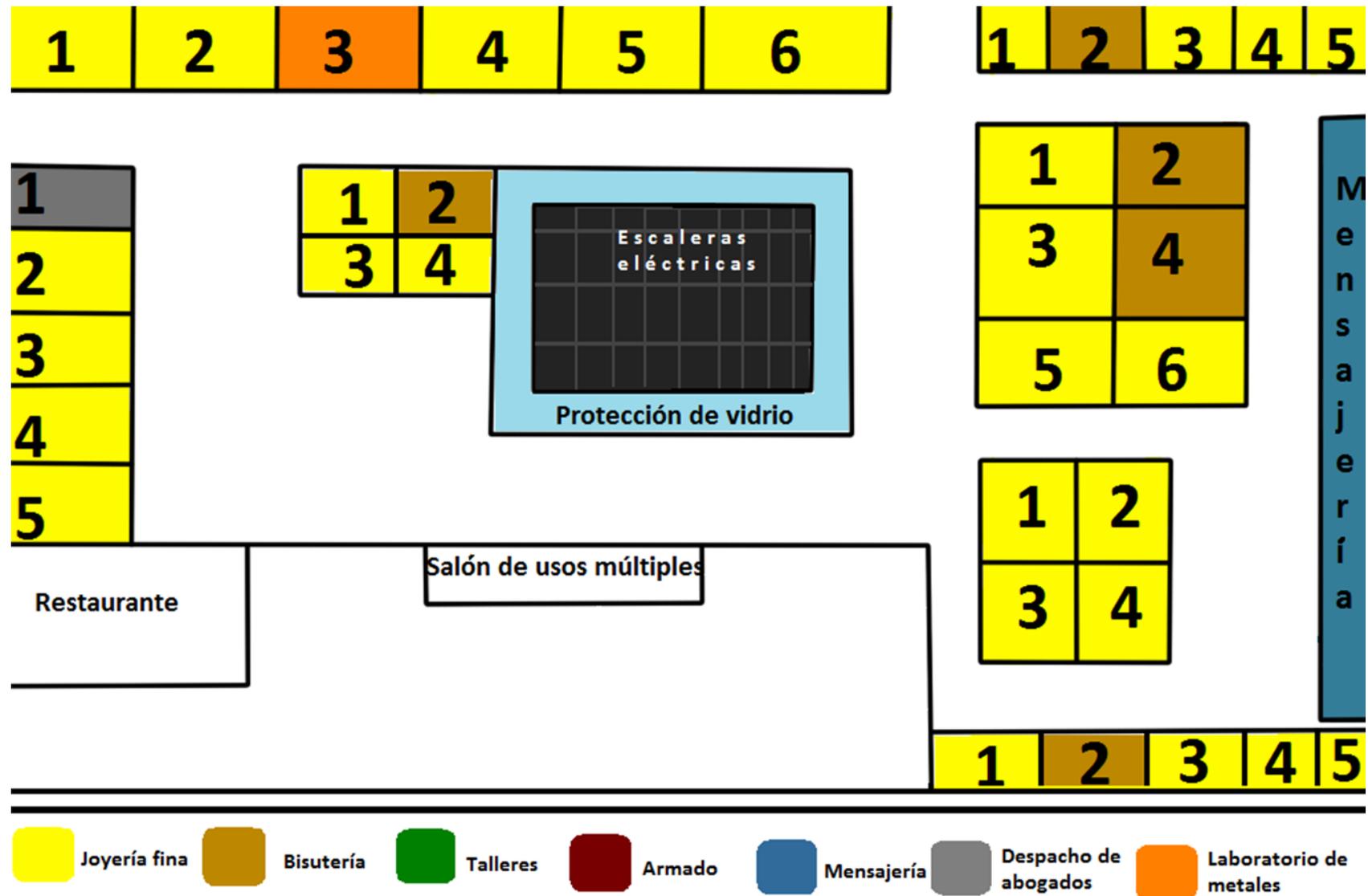


Figura 21. Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Piso 3.



Rutas de transporte foráneo que se ubican entre el Mercado San Juan de Dios y el Magno Centro Joyero San Juan de Dios

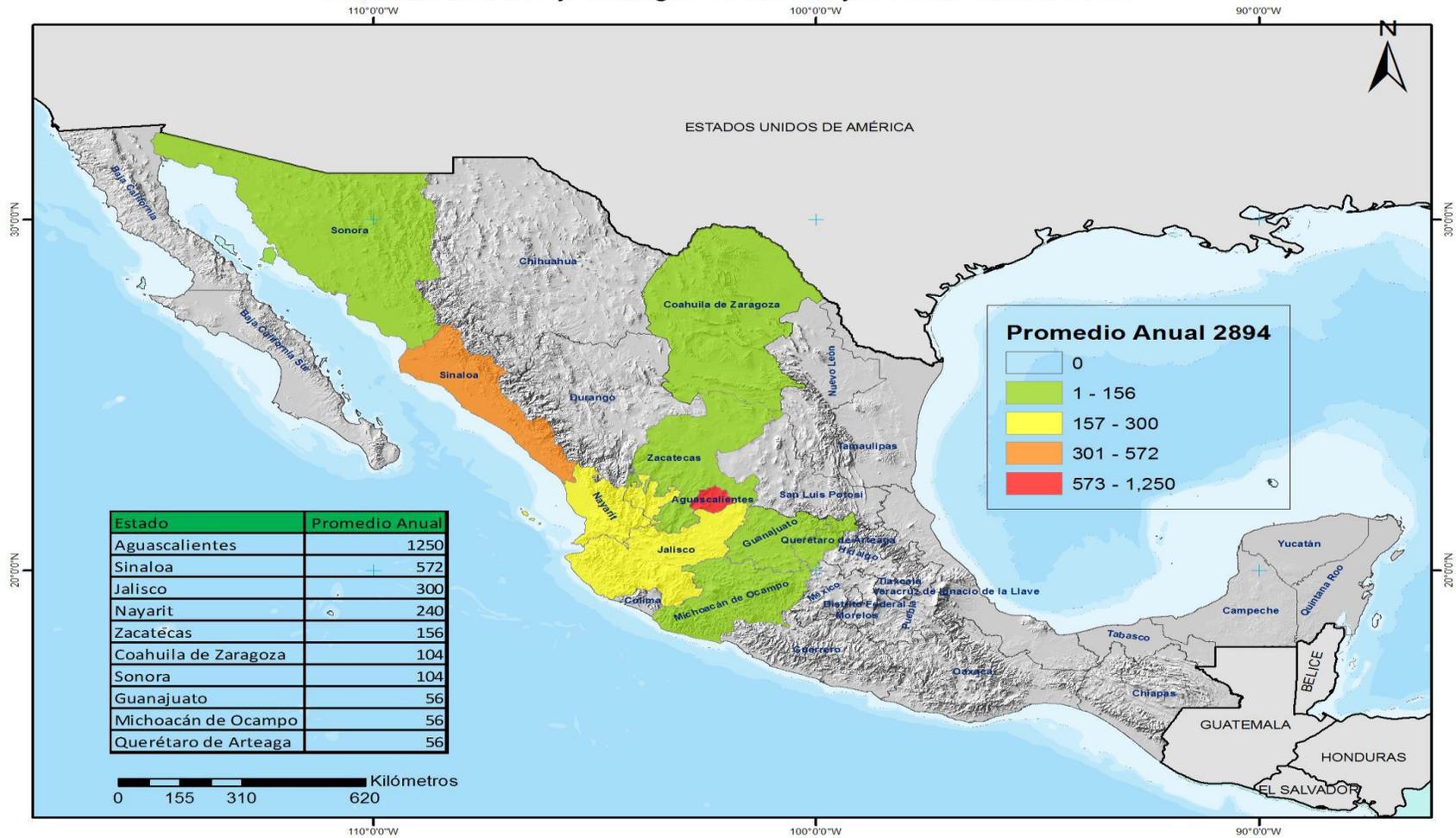


Figura 22. Promedio anual de rutas foráneas que se ubican entre el Mercado San Juan de Dios y el Magno Centro Joyero San Juan de Dios. Datos obtenidos en Noviembre 2016.

El objetivo del mapa o la Figura 22 es mostrar los resultados del trabajo de campo de observación de la dinámica de comercio que se genera en este lugar ⁴⁶, puesto que el promedio anual de 2 894 camiones que se señala en la tabla de rutas de transporte foráneo que llegan de diferentes puntos del país, pero sobre todo de los estados del Pacífico, fueron obtenidas por medio de un censo que se obtuvo por semana ⁴⁷, y se ubican en esta área un promedio de tres a cuatro horas para que los pasajeros que utilizan este tipo de transporte, en su mayoría se trata de un estimado de 40 comerciantes que vienen a realizar compras para surtir de mercancía sus negocios en el mercado de San Juan de Dios, como a los Centros Joyeros, el horario en que llegan al lugar es de ocho de la mañana a seis de la tarde, en este caso, se trató de una fecha próxima a la temporada de la venta navideña ⁴⁸ (de acuerdo a la versión de los comerciantes); no obstante, en las semanas del mes de diciembre la llegada de autobuses es más continua, es decir alcanzan a llegar mayor número de camiones.

Desde este lugar se registraron los siguientes elementos que explican el funcionamiento del arribo constante de estas rutas de transporte. Aunque el área de la Plaza Tapatía cuenta en el nivel del sótano con amplio estacionamiento no está diseñado para recibir autobuses de transporte foráneo, por lo que se identificó que por esta razón se estacionan a lo largo de la calle de Dionisio Rodríguez de los dos lados de la calle hasta llegar al Hospicio Cabañas en donde la calle hace cerrada y por ello les dan permiso de estacionarse y se trata de un servicio reconocido por los choferes de este transporte para comerciantes ⁴⁹ y que cuentan con muchos años de funcionar de la misma manera, quienes se apoyan para la organización preventiva y orden vial de llegadas y salidas con un grupo de personas que llegaron al lugar con la intención de buscar

⁴⁶ En el espacio de ciento cincuenta a doscientos metros aproximadamente.

⁴⁷ El registro muestra las rutas que se observaron entre el 14 y el 18 de noviembre de 2016.

⁴⁸ El comportamiento del comercio responde a las ventas por temporadas que se presentan a lo largo del año; como al inicio del año empieza en febrero la venta por el mes del amor y la amistad o día de San Valentín, en abril; el día del niño, en mayo; el día de las madres, en agosto el ingreso escolar, en septiembre el mes patrio, en octubre ; el halloween y en diciembre la navidad.

⁴⁹ Información obtenida a través de una entrevista informal a un chofer que venía de Zacatecas, quien señaló que antes iba a la ciudad de México a hacer estos viajes, pero dice que se estresaba mucho porque llegaba a Tepito y todo el tiempo era cuidar de los robos y asaltos a uno, como a los comerciantes que uno trae por eso me cambié para Guadalajara, ya que dice que no le ha sucedido.

ingreso o trabajo y con la idea inicial de lavar carros. Estas personas ⁵⁰ solicitaron permiso a los agentes de seguridad vial que les permitieran trabajar, como los agentes viales no podían permanecer todo el horario en el mismo lugar por las características de su trabajo de vialidad es moverse y no permanecer en un mismo lugar a esperar a que lleguen los camiones de los distintos horarios; por lo que han permitido el apoyo de estas personas, además que les mencionaron que “de esa forma se atiende al turismo”.

De acuerdo a la dimensión del movimiento de este tipo de transporte, que en promedio en temporada previa al día de las madres o navideña llegan aproximadamente 50 camiones por día, porque vienen de más lugares como Tamaulipas, Monterrey, Chihuahua y hasta Arizona ⁵¹, por ello es que son alrededor de quince personas que asisten a los camioneros para otorgar un espacio de estacionamiento a lo largo de toda la calle hasta la calle Cabañas, las personas que apoyan al transporte tienen aproximadamente diez años realizando la misma actividad y reciben aproximadamente de setenta a cien pesos como propina por la llegada de cada camión, además de la llegada de algún carro particular que conoce o sabe del servicio que prestan estas personas.

El tiempo que han permanecido estas personas en el mismo lugar ha generado entre ellos cierto compañerismo y redes de trabajo, ya que entre ellos se han llegado a apoyar si a alguno le pasa algo o falta le cubren su lugar, si no cuentan con lugar para algún camión se avisan, así como si se dan cuenta de algún accidente o problema como robo o asalto se avisan de alguna manera, en este caso, se puede señalar un caso de una red de implicación conjunta en la que se señala que se da una red social cuando se asocian un conjunto de actores con un conjunto de acontecimientos (Sanz,2003).

Por otro lado, se identificó a tres calles de Dionisio Rodríguez, la calle Gómez Farías en la que se ubica un lote muy amplio que se utiliza también como estacionamiento de camiones de transporte para comerciantes; sin embargo, este lugar es de mayor recurrencia por los compradores que van a la zona de la calle Obregón.

⁵⁰ Información obtenida en entrevista informal a una mujer de 38 años que señaló que se dedica a esta actividad de acomodar camiones desde el año 2005 y que conoce a los demás compañeros que trabajan como ella hasta llegar a la calle Cabañas, así como comentó que fueron llegando alrededor de la misma fecha en que ella llegó.

⁵¹ Información proporcionada por la misma mujer de 38 años, quien se identificó como madre soltera y mantener a cuatro hijos con esta actividad.

5.6 De 2007-2015. Destaca la exportación de joyería fina de Guadalajara y nombran a “Guadalajara Capital Joyera de América”.

La dinámica de los centros joyeros de la Plaza Tapatía de acuerdo con la visión del *CJI*, provocó que el sector joyero creciera, así empezó a surgir la capital joyera porque se notó el dinamismo del sector no solo en el comercio local, regional y nacional; si no también en el comercio al exterior.

De acuerdo con el *Productor 2*, señala que los joyeros que no hicieron cambios en el momento oportuno se les acabó el capital y no pudieron evitar gastos fijos, porque los gastos más importantes están regulados como son el valor del metal, así como cumplir las exigencias mínimas de calidad y moda para lo que solamente a través de la capacitación, actualización en la tendencia de la moda, asistir a conferencias, internet, renovar tecnología, revisar tutoriales y pláticas; fue como asistí a una exposición en Las Vegas, de ahí me hice clientes que compran joyería y venden en Estados Unidos, se trata de una amplia gama de situaciones, tanto del mercado nacional, tenemos de diferentes clientes de todo el país, como 18 años exportando.

Por su parte, la *Comercializadora 2* refiere que la red de maquiladores con que cuenta son de producción de joyería fina, más algunos maquiladores artesanales, para la línea de bisutería que hacen todo con calado a mano y trabajan en sus casas, se les da el metal y nos cobran, en este caso se paga por pieza, y por el trato que se les da calificamos como empresa joyera socialmente responsable. De esta producción, envía una parte al extranjero, para ello se beneficia de que ha estado en muchas exposiciones internacionales en España y Estados Unidos en las que captó clientes interesados en su mercancía; por ejemplo, en España a un diseñador de joyería le hace sus piezas, y tiene clientes en Florida, como en Las Vegas. También indica que el mercado nacional es maravilloso si se trabaja bien, es decir, como el caso de la hotelería en donde han encontrado clientes que buscan marca y joyería innovadora, además de que es muy buen mercado porque paga bien las piezas, en cambio; advierte que vender de lo que tienen todos, como un producto genérico es meterse a la competencia más difícil, pero si eres creativo y tienes tu propia marca con una propuesta de producto especial, se logra mejor competencia.

En relación a la proveeduría, el *Proveedor 3* señala que su forma de trabajo se respalda en las alianzas estratégicas que estableció con sus clientes joyeros, a las que aclara no son sociedades formales ante documento, si no que son de palabra y tiene como garantía la amistad que los relaciona y la llevan más allá del negocio, porque argumenta que todo está platicado y estipulado

con acuerdos de trabajo, como en su caso es diseñador de joyería en tercera dimensión (3D), al adquirir una máquina estadounidense recientemente para su trabajo, estableció con dos de sus clientes el acuerdo de vender su trabajo por cinco años, en el que les garantizó su trabajo y ellos garantizaron su inversión, ya que a estos clientes no les va a faltar el diseño en tercera dimensión, con estrategias y desarrollo en la fabricación.

Por otra parte, se trata de una empresa que realiza la recolección de los desechos, los concentramos en un contenedor de mermas de cera y de alcohol y se paga por el servicio de recolección de desechos sin ser certificada y regulada. También se revisan los estándares del software, se utilizan materiales de mejor calidad, porque como se trata de desarrollar marcas y otorgar incentivos del valor agregado, por lo que las marcas internacionales no se trabajan para fomentar productos nuevos con esencia propia y competencia sana.

En el caso del *Productor 1*: Dijo que desde hace quince años exporta 45 por ciento de la producción a Estados Unidos y desde hace tres años se exporta a Europa, Centro América, Chile, Uruguay, Canadá y Asia. Y con respecto al mercado nacional, envía mercancía a tiendas departamentales y el proceso para llegar a este mercado fue a través de la participación continua en la exposición de joyería de Las Vegas, como a la continua capacitación.

Desde hace 25 años se perciben como joyeros con hijos de segunda generación e hijos externos, formamos un negocio corporativo con gente con ideas jóvenes, quienes interactúan en la parte internacional, precisamente “los milenials”, han creado mercados diferentes y una nueva condición de negocio, aunque sólo trabajamos con gente que conocemos, somos una sociedad con mi hermano, quien se encarga de la parte industrial. Mi responsabilidad es la parte financiera, y hemos formado la parte interna de diseño y desarrollo, contamos con laboratorio de metales, elementos necesarios para proporcionar a los diferentes mercados de acuerdo a sus características de consumo, tratamos de tener en casa los elementos básicos, también hemos tenido temporalmente procesos con otras empresas, cosas mínimas pero es muy escaso, aunque hemos creado proyectos conjuntos. Es decir, hemos formado una cadena más madura de producción, aún no hemos firmado acuerdos, sólo tenemos acciones conjuntas de palabra, buscamos autosuficiencia y este tipo de colaboración se ha mantenido desde 1990.

Por otro lado, la *Productora 2*: Al expresar su experiencia en la producción de joyería desde cuando inició, señaló que en los años ochenta le bastaba con hacer cadenas, aretes, collares y dijes con cierta identidad, pero ahora las marcas de joyería de Guadalajara, como la de ella,

pretende un impacto en la vida del otro, generar más comunicación con sus clientes a través de la pieza en la que transmite un sentimiento que busca concebir joyas con identidad, así se trata de una joya que transmite un mensaje claro. Por ejemplo: explica que si están de moda las hormigas, también tiene hormigas pero trata de revelar el sentido de una colonia de hormigas, las que no tienen el concepto del yo y del bien individual, sino de un bien común y en ese sentido se trata de generar una conversación, trata de rescatar la conciencia de lo natural de dónde venimos, que da identidad como habitantes del planeta, es tratar de hacer una conversación de valores con sus clientes y aprovechar las redes sociales, como los punto de venta en los que se expone sus diseños.

En términos comerciales puede ser mucho más fácil y redituable económicamente importar insumos de Asia y ponerles una cadena y ya está, pero para ella, especifica que lo que más disfruta de su trabajo es generar un concepto, investigar un tema, encontrar a las personas claves, expertos en temas o líderes de una comunidad, en el proceso de generar una nueva colección de piezas lo primero que hace es vincularse con personas más que nada, más porque sea una moda, una tendencia o un negocio. Con esta estrategia de venta de joyería, que cuenta con ocho puntos de venta, dirige sesenta por ciento al mercado nacional y cuarenta por ciento al extranjero, principalmente: Estados Unidos, Canadá y Europa.

5.6.1 Fluctuante intervención institucional del gobierno municipal

La intervención del gobierno municipal en esta etapa se observa que ha sido fluctuante e interviniente, sin embargo se incorpora ya que esta institución ha puesto atención en algunas líneas de acción para que la actividad genere mayor movimiento económico, debido a que el gobierno reconoció la pérdida de dinamismo productivo en el municipio ⁵² y por lo que considera a esta industria uno de los cinco sectores más estratégicos para la derrama de empleo, de manera que hasta 2013 estableció un comportamiento de beneficio mutuo, en acuerdo de responsabilidades con los representantes de la industria de la joyería de Guadalajara, así lo señaló Cotero Ochoa al consultarle sobre la relación con el municipio, con los que en conjunto tratan asuntos relacionados con:

⁵² <https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/PMDGuadalajara2012-2015.pdf> Consultado el 12 de noviembre de 2018.

5.6.1.1 Seguridad y protección del área de los centros joyeros.

Respecto de la seguridad y protección del área de los centros joyeros, por ley el municipio otorga el servicio de seguridad a toda el área pública, pero la forma de operar en los años previos al 2012, consistió en un acuerdo en el que cada centro joyero o empresa contrataba su seguridad privada interna, por su parte la policía municipal se hacía cargo del exterior y de la zona de los centros joyeros y si era necesario se llamaba a la seguridad del estado, de manera que se trabajó por niveles y áreas de ingerencia desde el área de empresa, centro joyero, zona joyera en el que constaba en que cada parte atendía la parte que le correspondiera; no obstante, los asaltos a la zona persistieron a pesar de la seguridad contratada, no alcanzaron los niveles de los años anteriores a los centros joyeros, pero todavía se consideraba problemática la zona hasta que en 2013 se establece un nuevo acuerdo de seguridad del área joyera entre los involucrados del lugar, el que se diseñó y tardó un año para ponerse en marcha, debido a la metodología de trabajo que se implementó a través del Comandante Alfredo Jiménez, coordinador del área de seguridad privada de la zona joyera, con experiencia de protección en el sector privado del estado de Jalisco, entrevistado el 13 de noviembre de 2018.

Este acuerdo reveló el comandante Jiménez, consistió en crear una estrategia de seguridad pública que respondiera a las necesidades específicas que requería el área de los centros joyeros y toda persona que se relacione con esta actividad en la Plaza Tapatía. La estrategia consideró desde hacer diferentes recorridos de la zona e identificar las características de riesgo e inseguridad de cada centro joyero con todos los espacios y rincones. Asimismo, se estableció una dinámica para conocer y crear una estrategia de capacitación sobre prevención y seguridad dirigido a los trabajadores, dueños de negocios y personal de seguridad, para posteriormente trabajar en conjunto con los responsables de los centros joyeros, la cámara de la industria de la joyería, los dueños de los negocios, trabajadores tanto de la joyería como de las respectivas empresas de seguridad privada, con el fin de clasificar las zonas de riesgo para contar con un diagnóstico mejor definido del problema de seguridad, prevención y riesgo.

De manera que se diseñaron reportes, guías de observación, llenado de formularios, manuales operativos, cuestionarios y se realizaron continuas reuniones con grupos de trabajo, grupos de *whatsapp* para reconocimiento y capacitación de la serie de protocolos, cambios y modificaciones en la forma de operar todos los días en conjunto para la protección de las

personas y los valores que se manejan, asimismo se instalaron en lugares estratégicos un promedio de 200 cámaras de video para el control de la vigilancia.

Al respecto de la metodología y los cambios en la forma de proceder y de los requerimientos de esta estrategia, se llevó a cabo en un año para lograr un resultado de ningún de reporte de robo, asalto e incidente de seguridad; inclusive se detectaron áreas de riesgo y se pusieron señalizaciones, iluminación y áreas de primeros auxilios por el tipo material flamante o área de trabajo que desempeña esta industria.

Sin embargo, a pesar de lo laborioso de la estrategia y de generar una nueva rutina de trabajo en la forma de pensar y de coducirse el personal implicado, indicó el comandante Jiménez, que no fue fácil llevar a cabo todo el proceso, debido que no siempre mostraron el mismo interés, así como fue complejo establecer el acuerdo entre todos los que participaron, aunque al final se dieron cuenta de la importancia de la implementación de los protocolos de seguridad y del cambio de mentalidad en cuanto a la seguridad, para cooperar por el beneficio de todos y especialmente de la zona joyera.

5.6.1.2 Limpieza y jardines del área donde se localizan los centros joyeros.

La limpieza del área y arreglo de jardines como cuidado de las fuentes de la Plaza Tapatía son responsabilidad compartida entre el ayuntamiento de Guadalajara y los centros joyeros, entre los que se encargan de vestir el lugar en las fiestas decembrinas, así como dar mantenimiento de limpieza a la zona.

5.6.1.3 Turismo y promoción del nombramiento de Guadalajara como Capital Joyera de América.

La cámara de la industria joyera, como los integrantes de los centros joyeros proponen al ayuntamiento el nombramiento de Guadalajara como Capital Joyera de América, identificación que fue aprobada en sesión de cabildo el 28 de septiembre de 2012 por la razón de alcanzar una producción que representa el setenta por ciento de la joyería nacional, la capacidad exportadora que alcanza a más de treinta países, el diseño y la exposición Joya. Posterior a esta fecha se solicita la inclusión de los centros joyeros en los mapas de guía turística del Centro Histórico y recorridos turísticos.

En 2013 los centros joyeros y la cámara de la joyería gestionaron con el ayuntamiento, en lo referente a la promoción turística del Centro Histórico, tanto la incorporación de los edificios de los centros joyeros en los mapas, como en los recorridos a pie la inclusión de visita de los turistas

por los centros joyeros, en los que puedan ingresar a los diferentes edificios y áreas de comercialización, como de producción para que se identifique a la joyería como una actividad productiva característica de Guadalajara.

5.6.1.4 Tratamiento de aguas y residuos tóxicos.

Esta actividad es un servicio que se paga y se realiza regularmente con el ayuntamiento a quien se paga un servicio de recolección, debido a que precisamente por las características de esta industria en cuanto al pulido y manejo de los metales no se tiran los residuos y se realiza un tratamiento del agua, debido a que de esa forma se puede recuperar y recolectar los metales que se usan en los procesos de producción con los que se recuperan cantidades muy importantes de metales preciosos.

5.6.1.5 Aportación económica en ferias y exposiciones.

Este presupuesto es una aportación que se ha venido haciendo desde el año 2005 a veinte expositores en ferias internacionales de joyería, así como desarrollo de diseño de los módulos de exposición para los pabellones de las ferias internacionales especializadas de la industria joyera; de lo que se puede señalar que ha sido dirigida a los principales exportadores de joyería, socios de la cámara de la joyería y que han venido trabajando la capacitación y diseño para la exportación.

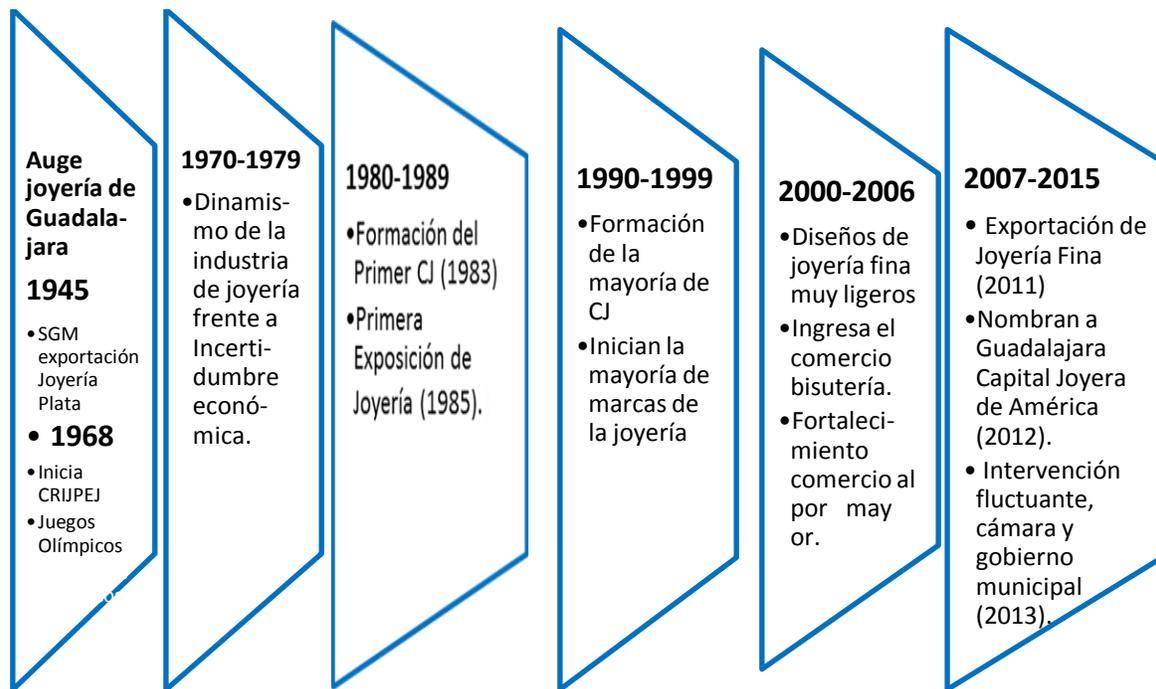
5.7 Discusión conceptual de las etapas de reconfiguración del SPL

Las etapas se presentan en la siguiente figura (ver Figura 23) a manera de identificar los principales momentos por etapa y periodo de años que identifican la reconfiguración de la industria en términos de mostrar la práctica del arraigo productivo como recurso de asociatividad, que dio los indicios para que se generara cooperación, así como rasgos de competitividad e innovación.

El proceso que muestran estas etapas es el ejercicio que en años les llevó hacia un cierto ordenamiento en el territorio para alcanzar cierta especialización de su producción, como comercialización y proveeduría. Cada etapa señala la complejidad de la interacción entre diferentes personas, sin embargo; con la singularidad de compartir la actividad productiva.

Figura 23

Etapas de la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de información primaria (entrevistas a dueños de negocios de joyería en el área de los Centros Joyeros de la Plaza Tapatía).

A través de las etapas de la reconfiguración del SPL de la industria de la joyería de Guadalajara se aprecia los momentos más significativos de la línea del tiempo en periodos para su formación, desde las etapas previas como se marcaron en 1945 a 1968, periodos en los que se observan las características de producción propicias para la formación de un área de especialización productiva al competir por los mismos mercados; porque las condiciones económicas mostraban un ambiente más próspero y seguro que en los subsiguientes años, en los que portar joyas e inclusive diamantes fue más accesible.

Las características de esta etapa se marcan por el inicio de compromisos conjuntos de trabajo en primer lugar en la familia y en segundo para “la gente conocida”, se puede decir que son los inicios del arraigo productivo, ya que son las primeras redes que se observan puesto que es en quien primordialmente más confianza se tiene, pero se trata de las principales familias dedicadas a esta industria, posteriormente se le transmite la información refinada como la liga de metales, el procedimiento para establecer clientes, recomendado por el papá y entonces se le considera

“gente conocida” para confiar los contactos, como para conseguir insumos como piedras preciosas y clientes, o por ejemplo aunque el hijo estudió arquitectura, se dedica al negocio de joyería del papá, porque es la forma de trabajar el negocio.

En esta etapa también se caracteriza por cierto dinamismo de la industria que alcanzaron a generar comercio exterior con la SGM y los Juegos Olímpicos de 1968 en el país. Se vivía un ambiente de seguridad y por tanto se considera que se daba un consumo confiable.

Después en el periodo de 1970-1979 se continua con la red familiar lo que establece en los primeros años todavía un ambiente de consumo confiable; sin embargo en los años posteriores se marcan las condiciones de inseguridad que se dan los primeros cambios en el ambiente con asaltos, crisis económicas, el oro incrementa de precio, con el dinamismo que se presenta en la industria al que le beneficia el crecimiento demográfico de aquellos años, sin embargo, esta misma situación propicia un ambiente de incertidumbre económica en la que se desarrollan los factores extraeconómicos que señala Méndez (1997), de tipo psicológico, social, cultural y político.

Es decir, se da una mezcla de los cuatro factores extraeconómicos debido al momento de vivir un asalto afecta emocionalmente a las personas, pero al ser más constante el fenómeno entre las empresas se genera un efecto de grupo o social, ya no sólo entre los familiares, si no que se lleva a otro nivel de afectación y esto genera una transformación inmediata para crear formas de operar ante una situación como esta de asalto e inseguridad de manera que genera una forma de enfrentar la situación con las características de la identidad de grupo en lo cultural y por último, en lo político se genera una cierta mancuerna entre el gobierno municipal y los empresarios al ir buscando espacios para ubicarse como grupo y sea en un espacio que en los años en que iniciaron los ocupaban otras empresas muebleras y algunos espacios estaban abandonados. Por lo menos se considera que hubo cierto acuerdo, para los años posteriores que fueron varios edificios.

La etapa posterior entre 1980-1989, al inicio se da la preparación de la posterior localización espacial de la industria joyera de la ciudad de Guadalajara, por los asaltos y robos a sus negocios, algunos buscaron alternativa en un edificio abandonado de la Plaza Tapatía, la primera forma en que reaccionaron de forma colectiva para crear cambios en las redes de relaciones productivas, organizándose para identificar las acciones necesarias para protegerse de asaltos y robos que los llevaría a crear el primer centro joyero de la zona céntrica de la ciudad y que se iniciaría bajo

circunstancias adversas para la economía del país, de esta manera encontraron la forma de compartir gastos para cuidar su trabajo, para algunos fue la forma de remediar, para otros evitar los riesgos, una situación de inercia en otras partes del mundo de donde se trajeron el modelo de centros joyeros como Italia y Estados Unidos.

Este ambiente creó el fortalecimiento de las redes de asociación con la formación de compromisos conjuntos de trabajo, como el hecho de reunir capitales por parte de cinco empresarios para la compra del edificio que los llevó entre sus capacidades de resolución como parte de la información con que contaban acercarse a la cámara de la joyería para avanzar en la venta de locales y aminorar su inversión y en ese sentido legitimar la compra y venta de espacios. En este momento, es cuando se fortalece de manera formal el compromiso de asociación, ya que acuerdan las formas de convivencia y orden en el edificio, formalizan por escrito condiciones de grupo y de pertenencia al lugar, deciden los criterios, aunque en ese momento todavía muy limitados para formar parte del centro joyero. Sin embargo, se avanza con este tipo de acuerdos hacia el fortalecimiento de redes laborales que va dando inicio a la asociatividad en la industria como formas de arraigo productivo al crearse mecanismos de mercado o mercados de consumo, puesto que la situación de restricción del metal precioso como el oro y la plata para la joyería, generó la organización conjunta productiva y comercial de esta industria, como grupo se organizaron y encontraron con creatividad una alternativa de dirigirse a sus clientes a través de las exposiciones comerciales, así como ampliar el potencial de distribución comercial de sus productos, precisamente a través de las redes que en lo particular cada productor tenía, a pesar de que algunos no lo hicieron; de manera significativa, aún más aprendizajes obtuvieron al entender que su competencia no es el productor de a lado sino cada vez el que se encuentre más en el exterior. De esta forma se reconocieron en el grupo como productores, identificaron sus diferencias y similitudes, de manera que encontraron sus competencias, y que se iniciaron en el proceso de la cooperación y la competitividad, establecieron con características propias relaciones más sólidas de cooperación en la comercialización e innovación en la comercialización al procurar las mismas condiciones de exposición y competencia para la venta.

Esta forma de organización en red, los llevó de manera fortuita a continuar con la inercia espacial, como lo señala Méndez (1997), al congregarse la mayoría de centros joyeros que surgieron en el periodo que va de 1990-1999, estableciendo por cada centro joyero que se

formara una serie de compromisos como grupo, entre los que se presentan procesos de conflicto para lograr el acuerdo de grupo, pero que terminaron a final de cuentas creando una serie de compromisos formales que se estima que es la etapa en que se fortalece todavía más el arraigo productivo, puesto que al abrir un centro joyero e invitar a establecerse en este espacio, los responsables invitan a las personas de mayor confianza, que manejen la información más refinada y dispuestos a solucionar problemas dentro del sector, debido a que entre las condiciones más importantes de ingreso a un centro joyero se solita cumplir con la Norma Oficial Mexicana 033, de calidad en el quilataje, establecer un compromiso de trabajo conjunto entre los locatarios, con referencias y recomendaciones para cuidar las formas de trabajo. Asimismo, al ingresar a un centro joyero se adquieren compromisos en los que se lleva un control y un orden en las asambleas conforme a los objetivos que establecen de trabajo, de mercado, de seguridad, de diseño como registro de marca, innovación, como servicio al cliente.

Por otro lado, se experimenta la transición a una forma de producción seccionada y de aprendizaje en los nuevos esquemas productivos de flexibilización y especialización en los que los mismos locatarios de los centros joyeros se formaron ofertando un tipo de especialización, entre los que se identifican los que trabajan con puertas abiertas al público se especializan en ofertar el mejor servicio en la comercialización de todo tipo de artículos y productos de joyería y bisutería, algunos que trabajan con puertas cerradas se especializan exclusivamente en los procesos de producción, talleres de producción con maquilas de cada tipo de proceso productivo, otros de proveeduría de materia prima, que se especializan en la distribución y venta del metal, piedras preciosas y semipreciosas, maquinaria. En este caso, sobre la proveeduría de los insumos y materiales para la producción de joyería, como la mayoría de maquinaria es de importación es muy alto el precio, de manera que en este sentido se ha generado el fortalecimiento de asociatividad informal como forma, ya que se desarrolla la búsqueda de crear maquinaria local entre torneros y personas de mucha experiencia en la industria que se han dedicado a a la proveeduría de este tipo de equipo e insumos entre los que han logrado la generación de diferentes máquinas para diferentes procesos, tratando de obtener el proceso que realiza la maquinaria importada y esta actividad es muy socializada dentro de los centros joyeros, para recomendar a quien hizo alguna de forma exitosa como de forma contraria, con el fin de reducir costos. Asimismo, se han conseguido máquinas de otras industrias como la del calzado que

sirven para algún proceso en la joyería. Sin embargo, no se menciona nada sobre el registro de patentes de este trabajo.

Este tipo de orden entre los edificios o centros joyeros estableció la forma de vincularse en redes compactas y organizadas que le otorgan un dinamismo al sector, en este caso desaparece a los que no alcanzaron a realizar cambios en sus procesos de producción como de comercialización, es decir, en sus redes productivas y de arraigo productivo.

Este tiempo y sus características permite que se crearan las condiciones de capital e inversión productiva por la compra-venta de varios edificios como centros joyeros que incrementó el valor de los edificios por ser buen punto de venta al ubicarse en el centro de la ciudad, de acuerdo a las descripciones de los entrevistados. Este ambiente de inercia espacial también genera que se presenta el interés tanto entre empresarios del área inmobiliaria que al coordinarse bajo los elementos de asociatividad formal como de arraigo productivo, como entre los trabajadores de negocios de joyerías, como trabajadores de otros sectores productivos del calzado, del textil, la construcción, para establecer un edificio en sociedad con algún empresario, o como comercializador con un local de joyería. Así que se identifica un periodo de dinamismo en la industria, además de un cambio en los tipos de materiales para reducir costos de producción, se hicieron piezas huecas con menor peso y de otro metal, en este caso no sólo se partió de las estrategias de producción si no también de comercialización, en este caso hubo un cambio de información refinada al incrementarse la venta de la joyería al por mayor, esto consistió en abaratar tanto el producto para obtener porcentajes de ganancia más altos al crear e incrementar las redes de venta entre vendedores al mayoreo y al menudeo, esto se refleja más significativamente en la crisis de 1994, que hizo cambiar lo que quedaba de agentes viajeros u oficinas de comercialización, se formarían los grupos de señoras aboneras con sistemas de crédito por la venta de mayoreo, asimismo, esto fortalecería las redes de asociatividad formales como informales, de manera que se generó una cadena de esquemas de financiamiento que mientras más relación en función del consumo se crearía mayor fortalecimiento de la asociatividad y de la misma manera tenía mayor fortaleza al conducirse con las características del arraigo productivo, en que se cuidaba la confianza al retornar el cliente, se daba mayor relación, se transmitía mayor información refinada y se solucionaban los problemas en conjunto.

La etapa siguiente entre 2000-2006 confrontó a la economía desde el 2001, en el caso de los joyeros la devaluación de ese año, hizo que la mayoría de producción de joyería sufriera

diferentes cambios en el menor tiempo posible, como de producir joyería de oro se cambiara a la de producción de joyería de plata, se buscaron otras alternativas como hacer cosas más ligeras, huecas, con volumen, pero con poco peso, algunos otros empezaron a vender bisutería de otros países, así como emplear otros materiales como tela, caucho, hule y cuero. Sin embargo, entre estos cambios, el acercamiento entre los mismos joyeros fue más fácil al estar reunidos por medio de los centros joyeros, en los que se podían ver de forma continua, estaban reunidos en los mismos centros joyeros y ser más eficientes, para resolver el nuevo desafío, el resultado de la interacción se puede observar mediante los croquis que se presentan en los que se muestra cómo se incrustan los diferentes actores y lo que les permite establecer modificaciones para mantener nuevas líneas de acción. Lo mismo cambió y se trasladó al ámbito de los diferentes compradores y comercializadores de joyería en las rutas foráneas que llegan a surtir mercancía a un costado del Mercado San Juan de Dios. Es significativo el uso del arraigo productivo a través de las formas de relacionarse, protegerse y recomendarse unos con otros para no dejar entrar extraños y como medida de seguridad y protección de su trabajo a la par del uso de la seguridad privada.

En este sentido, el ambiente que continua en el periodo de 2007-2011 empuja a los productores como comercializadores de joyería fina a seguirse capacitando y reuniendo para buscar nuevos mercados en el comercio exterior, sin dejar de dar respuesta al mercado local, regional y nacional a través de estrategias de comercialización al mayoreo, como al menudeo, adaptándose a los cambios por el valor del metal. Asimismo, como mantener el desarrollo en la capacitación y actualización de productos para innovar en el acercamiento a nuevos mercados y el mejor reconocimiento de su mercado, en el que algunos alcanzan mejor interlocución, al ofertar piezas con mayor valor agregado, incorporar modificaciones consecuencia de la investigación y desarrollo de producto.

Aunque estos rasgos y características son referidas por actores que trabajan la joyería fina y que son en quienes se enfocó este trabajo, se obtuvo en la mayoría un sentido de respeto y apoyo a productores y comercializadores de bisutería, en quienes confían que de acuerdo con su forma de trabajo y organización posteriormente terminarán formando parte de la joyería fina. De la misma manera, también los productores de joyería fina, incorporando cambios de materiales en sus piezas inclusive del tipo de bisutería, este cambio desde la joyería es el que más se considera puede significar en las etapas sucesivas y por lo tanto generar asociatividad con estos productores.

Las acciones que realizan las instituciones en su intervención para consolidar las relaciones del SPL como se revisó en este capítulo reflejan una dinámica similar a la que se revisó en el capítulo anterior, se observan etapas que presentan un proceso de reconfiguración que también experimentaron las instituciones, en el caso de la cámara de la industria joyera la transformación va a la par de las etapas de la industria joyera de Guadalajara, de ahí la razón de llamar a esta institución de tipo socio-institucional, debido a que se integra por los mismos empresarios que se organizan para resolver y representar las necesidades y problemas que enfrentan como industria.

Inclusive el origen de formación y creación de esta institución es el momento del auge económico y productivo, en el que el motivo de reunión precisa un orden y organización de las maneras de proceder en la industria en 1968. Es significativo, que la institución experimentó a la par de la reconfiguración de la industria las etapas que marcaron el cambio más importante como fue la creación del primer centro joyero y la primera exposición joyera de la ciudad, estos momentos fueron los que le dieron el campo de intervención institucional a la cámara, así como en este caso, se considera que forman los lineamientos de la política industrial que hacen de esta industria las directrices de competitividad al trabajar en red o de forma asociativa dentro o relacionado con el área de los centros joyeros y dirigido a la exposición local, nacional e internacional.

Lo que se descubre después de esta revisión institucional, es que las acciones señaladas atendieron y reforzaron el proceso de comercialización y es muy positivo haber resuelto la forma de salida de la mercancía, la que como se observa por etapas es atendida desde el ámbito local, el estatal, regional y hasta internacional.

Sin embargo, el mismo representante gremial, Coter Ochoa manifestó en la entrevista realizada en relación a la situación que se vive en el área de producción de esta industria, que a pesar de la cercanía que se tiene entre los talleres de producción distribuidos en los centros joyeros, como los que se localizan en el sector Libertad, como sector Reforma, falta replicar el ejercicio que se hizo con los centros joyeros, porque como están generan mayor sinergia de comercialización, que de producción, de forma que falta todavía concentrar más a la productividad joyera en un mismo centro productivo, como un área especializada en la que se compartieran gastos de seguridad, de servicios, lo que significaría estar juntos en toda el área productiva, permitiría mayor especialización ahora que están surgiendo nuevos jugadores y que se han diversificado los mercados de comercialización.

Aunque algunos centros joyeros se convirtieron en maquiladores, todavía no es suficiente la aglomeración en la producción, lo que aún falta es crear un parque industrial, cercano a los centros joyeros, como la zona de la Ciudad Creativa Digital recientemente establecida en el Parque Morelos, se buscaría que fuera como una gran manzana, en la que se ubiquen los centros de producción, una gran escuela de joyería con las diferentes áreas y procesos de capacitación en la producción, áreas de recreación y descanso para los trabajadores, de tal forma que se logre estar todos unidos en un solo lugar, para maximizar resultados y minimizar gastos.

Sobre la etapa final de la reconfiguración que se presenta en el capítulo anterior de 2007-2015 se observa la sinergia que ha tomado la industria no sólo al interior de la industria, si no que también se presenta en el ámbito de la cámara al cambiar su lugar de operación al edificio MIND en donde se reúne con otras cámaras, como con las que forma el cluster del Consejo de la Moda, en este sentido, se aprecia también la reconfiguración de otras nuevas redes de relaciones y asociatividad con las que se retroalimentan las demás industrias, en las que se crea una sinergia de trabajo y permite establecer conexiones a escala nacional o por lo menos regional, como el Comité Mexicano de la Moda, una plataforma que se aprecia cierta revelación para mostrar flexibilidad de la organización gremial de los demás estados del país, para entender las diferencias para asociarse o proponer otras estrategias productivas del país. A pesar de la tardanza para alcanzar estas interrelaciones camarales, se evidencia, por lo menos un cambio significativo.

En cuanto a la participación de la intervención institucional gubernamental ha ejercido un apoyo especializado y dirigido a los empresarios de esta industria del gobierno municipal, aunque aparenta discreto el presupuesto es un respaldo significativo a la industria joyera para la exposición internacional de veinte expositores, de los que se considera se le financia a las empresas que más posibilidades tienen de crecer y de proyectarse en estos mercados. Por otra parte, el apoyo a la industria en la que permite la proyección e identificación de la industria en la Plaza Tapatía con el mensaje de “Guadalajara capital joyera de América” en 2013, así como la coordinación del proyecto de seguridad en la Plaza Tapatía refleja la importancia que le asigna el gobierno para el desarrollo y crecimiento de la misma en la localidad.

Además, de acuerdo con la forma de operar la estrategia de seguridad llevada a cabo con el Comandante Jiménez, se percibe una metodología de trabajo y organización en red, en la que se despliega infraestructura humana como tecnológica que involucra a todos los sujetos que

intervienen en la industria de la Plaza Tapatía, de manera que se percibe que este sistema de operación participa de la reconfiguración que se señala del sistema productivo de la industria de la joyería de Guadalajara, ya que se trata de un factor que permite el desarrollo y crecimiento de la actividad en el lugar, así como se refiere la estrategia a un cambio en el procedimiento y rutinas de los involucrados en el área, ya que no sólo son ahora responsables los agentes de seguridad, si no que precisamente se convierten todos en agentes de seguridad con un nuevo rol y desempeño de la actividad apoyados con tecnología de vigilancia en la que se cuenta por lo menos con 200 cámaras de video para el control del territorio.

En el siguiente capítulo se presentan los elementos espaciales en los que se observa la reconfiguración del sistema productivo local en el territorio.

6. Elementos o factores que determinan la organización de la industria de la joyería de Guadalajara desde el punto de vista espacial en la concentración.

Este capítulo consiste en mostrar lo que se ha estudiado respecto de los cambios en la organización de la industria de la joyería de Guadalajara en el periodo de 1980 a 2015 en el espacio, es decir, visualizar el proceso de reconfiguración en el territorio y realizar un análisis de los cambios que generaron el fortalecimiento de las redes productivas, como resultado del arraigo productivo en el territorio, estos hallazgos se traducen en el espacio en el que han ido formando los cambios en el territorio y en el que se puede revisar la reconfiguración del sistema productivo local de la industria a través de las etapas que se señalaron en el capítulo anterior.

6.1 Orden cronológico del surgimiento de los centros joyeros

De acuerdo con el inicio de formación de los centros joyeros se puede observar en el territorio la formación y orden territorial que fueron formando en el periodo de estudio. En este sentido, las características de ubicación de la producción, comercialización y proveeduría, apenas se pueden identificar por los dos momentos más importantes que marcaron el inicio de la aglomeración de centros joyeros. En este caso se puede señalar que el sector productivo se localizaba distribuida en los sectores Libertad y Reforma, hasta la zona centro de la ciudad, en este caso la proveeduría también podemos considerar que tenía esta localización.

La localización de los edificios en estos años de los ochenta son respuesta de las primeras acciones de asociatividad que crearon los joyeros, en el caso del centro la organización del primer centro joyero llamado Guadalajara en 1983 (ver Figura 24) y que marca las condiciones que se establecieron posteriormente para el dinamismo y localización de la industria en años posteriores. La segunda ubicación del centro joyero *World Trade Center* responde a la segunda actividad que caracteriza la etapa de reconfiguración de la industria de 1980-1989, aunque en este edificio no orgnizan la primera exposición si responde a la meta de crear un espacio potencial de comercio, exposición, venta e intercambio de información, pero sobre todo dirigido a un mercado más amplio.

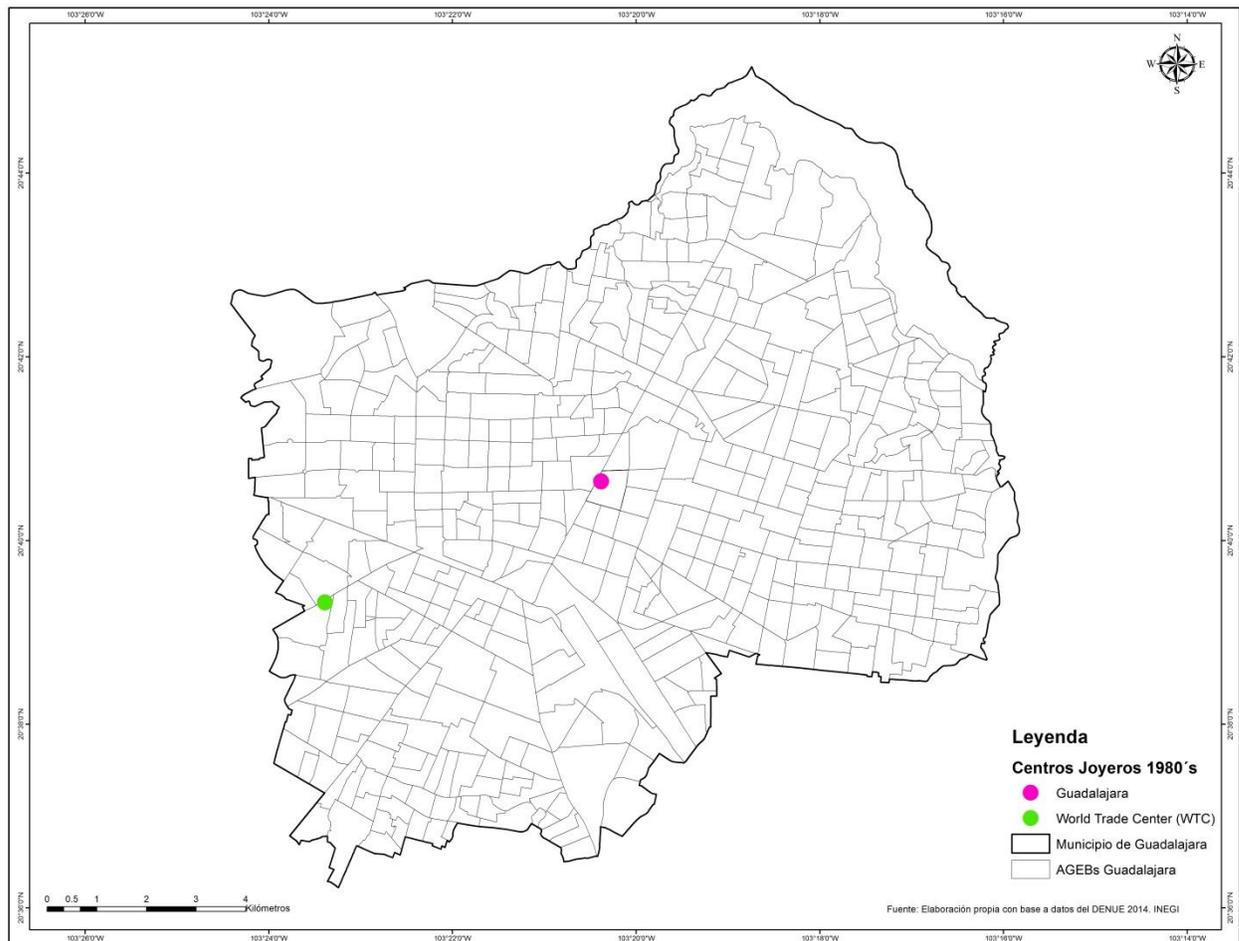


Figura 24. Localización de los primeros centros joyeros que se formaron en la ciudad CJ Guadalajara en el centro de la ciudad y CJ World Trade Center.

El siguiente mapa o figura muestra las características de comportamiento en el tiempo del orden que fueron tomando los centros joyeros en el territorio, en el que se pueden visualizar por etapas de años la reconfiguración que se presentan por décadas y ayudan a entender el comportamiento del arraigo productivo, como de asociatividad que se da en los años ochenta y en el que se observa mayor auge y dinamismo en los noventa, debido a la creación de nueve centros joyeros en este periodo, que hasta 1998 se cuenta con diez edificios de este tipo, por ello se estima que al desarrollarse la asociatividad con la práctica del arraigo productivo lo que genera otros niveles de observación por la generación de productores, proveedores y comercializadores, principalmente en el área de la Plaza Tapatía, también se forman nuevos empresarios inmobiliarios por la

compra de bienes inmuebles, situación que coadyuva a la responsabilidad compartida entre los locatarios, como otros compromisos consecuencia del mantenimiento y organización al interior de los edificios, por otra parte se crea con el tiempo el uso del territorio al que se le identifica como área de los centros joyeros y en consecuencia se atribuyen las responsabilidades del espacio. En estos elementos lo que se puede observar es que casi cada año se fue formando un centro joyero en este periodo, estos elementos a lo que llevan es a alcanzar un mayor mercado de consumo para el sistema productivo local de la industria.

En la etapa que continua a partir del año 2000 se crean ocho centros joyeros que en suma con los anteriores alcanzan a ser dieciocho de los que podemos encontrar que empiezan a surgir con un tipo de especialización en relación al sistema productivo ya que se identificó que por el tipo de actividad de locatarios que integran el centro joyero se da un tipo de coincidencias y definición por proceso de actividad que le otorga en consecuencia una especialización al edificio o centro joyero, entre lo que se puede decir que el sistema productivo trata de contar en su área de trabajo con los procesos e insumos necesarios para desarrollar su negocio y en este caso invertir el menor tiempo posible para la generación de la mayor productividad.

De la misma forma se puede observar en la Figura 24, como en secuencia con las Figuras 25 y 26, la formación por décadas de los centros joyeros, permite definir que de acuerdo con las etapas de la reconfiguración lo que se trabaja principalmente en los dos periodos fue en crear las condiciones de organización y compromiso dentro del centro joyero, como al exterior con las redes de proveeduría, distribución, producción y comercialización. Y en el siguiente mapa (ver Figura 27) se puede dar cuenta del orden cronológico en el que se fueron estableciendo en el territorio.

Como se aprecia en la Figura 25, los centros joyeros de los años noventa se ubican en el primer círculo de la Plaza Tapatía, muy cerca uno de otro, con distancias menores a una cuadra, es decir se alcanzan a ubicar hasta seis centros joyeros en una manzana. Sin embargo, también en esta década surgieron los centros joyeros más retirados de este espacio de la Plaza Tapatía, como son el centro joyero *World Trade Center* en 1993 y el Tianguis Joyero en 1998. Posteriormente se puede decir que todos estos centros joyeros se encuentran trabajando todavía, desde la fecha en que iniciaron.

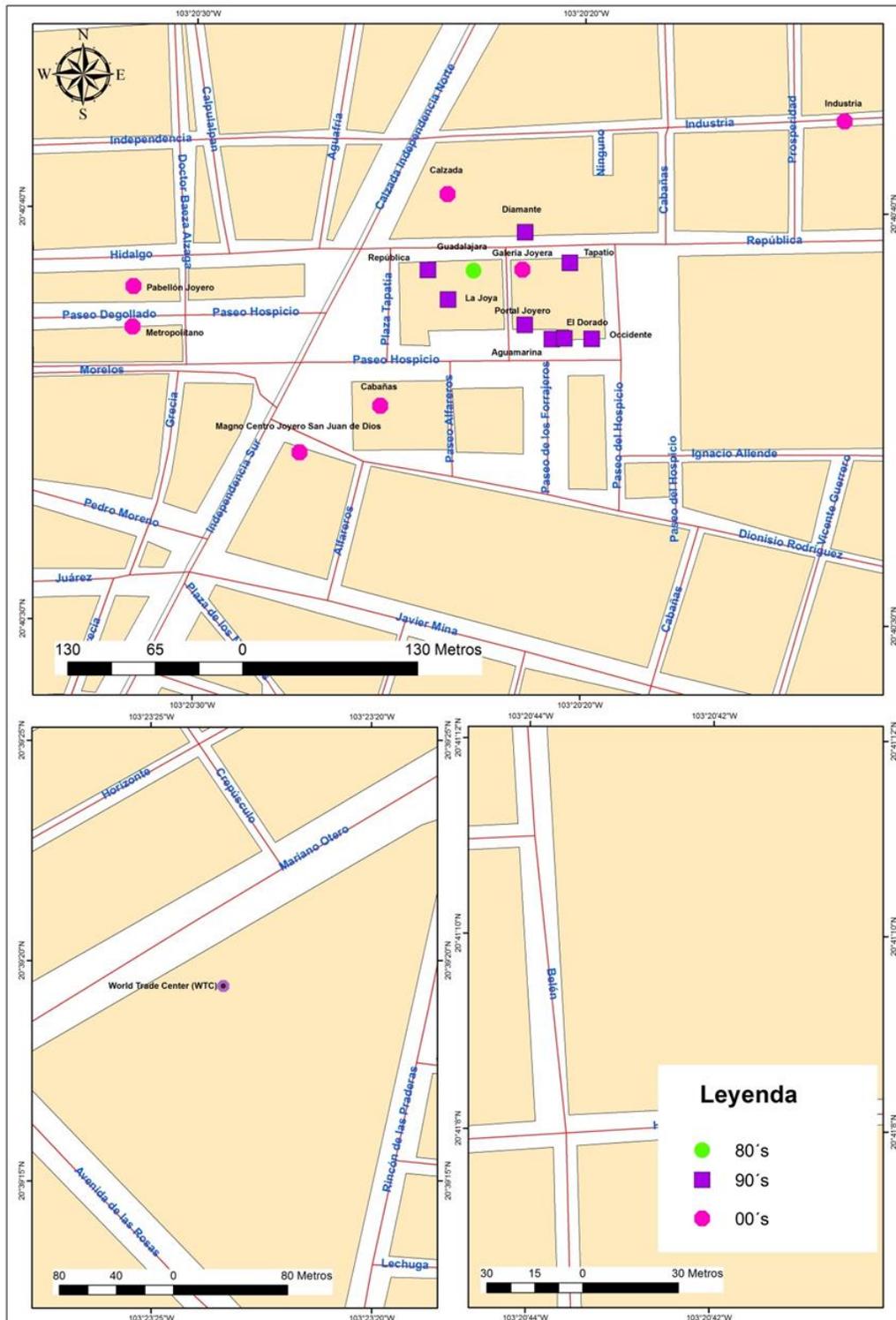


Figura 25. Localización de los centros joyeros de Guadalajara por décadas.

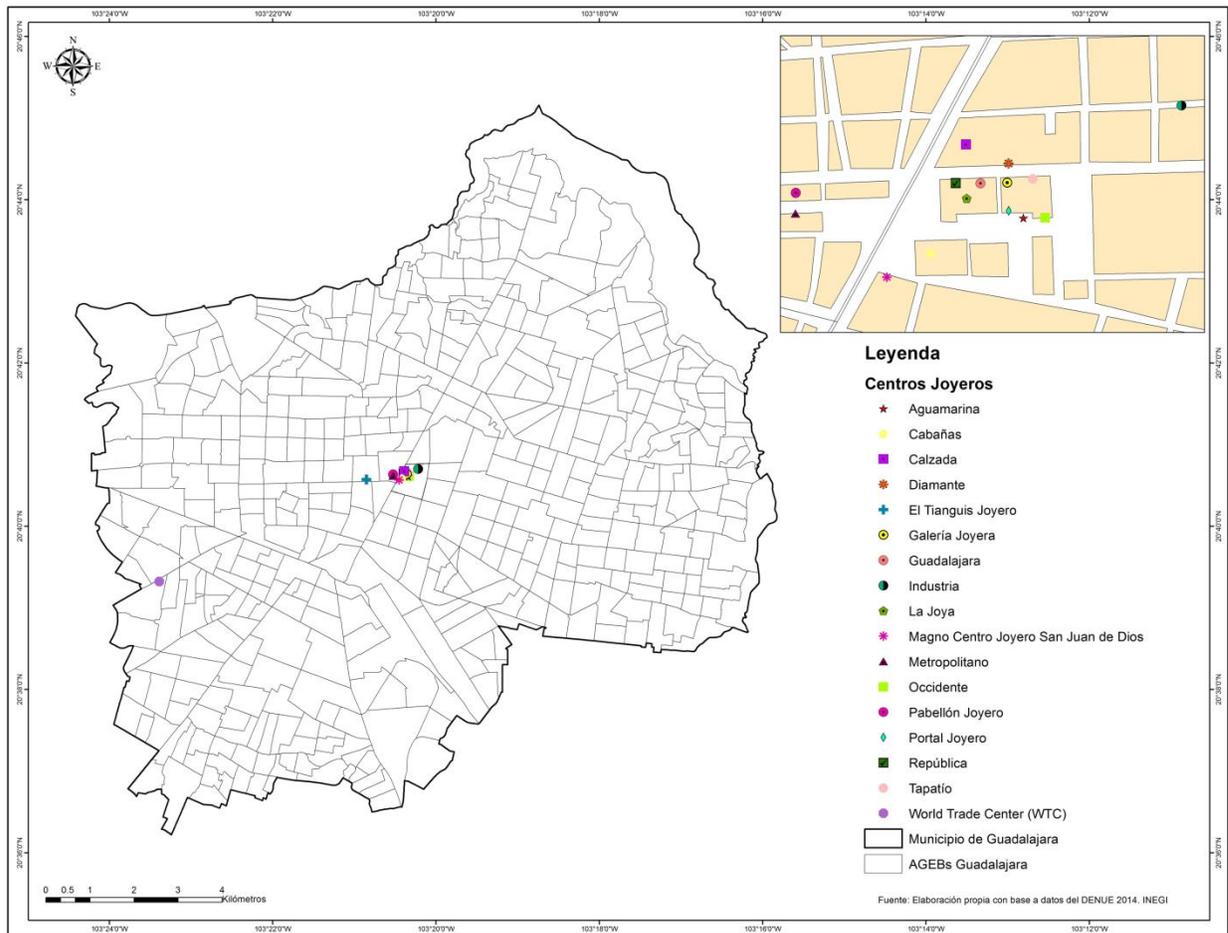


Figura 26. Muestra en el municipio de Guadalajara la localización de los centros joyeros de la Plaza Tapatía.

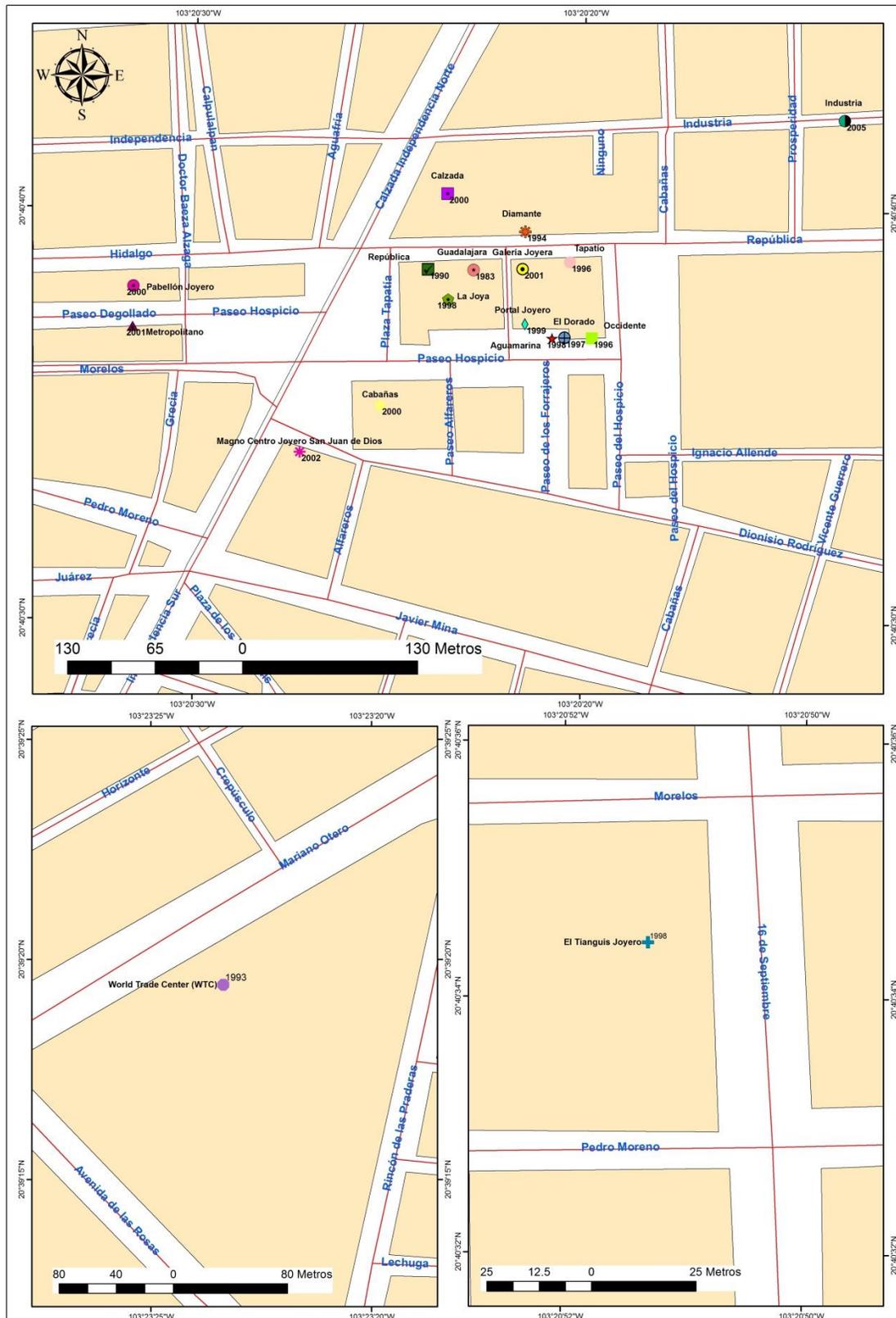


Figura 27. Localización de los centros joyeros de Guadalajara en orden cronológico 1983-2005.

6.2 La especialización en los centros joyeros

La especialización de la actividad o proceso de la cadena productiva de la industria de la joyería por cada centro joyero se refiere a proveeduría, producción y comercialización como se presenta en la Tabla 17 en la que se observa que el tipo de proceso o actividad de especialización más constante es mixta y esto responde a que cada espacio requiere condiciones mínimas para desarrollar el trabajo, en este sentido lo que se observa más constante es que se cuente con comercialización y proveeduría; cabe señalar que los centros joyeros que cuentan con proveeduría se trata de insumos y materiales de importación en la gran mayoría, como solventes, moldes, pegamentos, pinzas; y algún metal precioso o no como el latón o algunas resinas, la gran mayoría de insumos y materiales provienen de Estados Unidos, China, Italia, Alemania, estos últimos países sobre todo en cuestión de maquinaria, aunque normalmente visitan empresas de estos lugares la ciudad para exponer cuando se realizan las ferias para realizar demostraciones con la máquina y contar con un amplio grupo de posibles compradores ⁵³.

Tabla 17

Los centros joyeros por tipo de especialización:

Número	Centro Joyero	Fecha de inicio	Especialización por Centro Joyero
1.	Guadalajara	1983	Comercio Proveduría
2.	República	1990	Comercio Proveduría
3.	World Trade Center (WTC)	1993	Comercio Proveduría
4.	Diamante	1994	Producción Maquilas
5.	Occidente	1996	Comercio Proveduría
6.	El Tianguis Joyero	1998	Comercio
7.	Tapatío Comercio	1996	Comercio Proveduría
8.	El Dorado	1997	Producción Maquilas
9.	Aguamarina	1998	Comercio
10.	La Joya	1998	Comercio
11.	Portal Joyero Comercio	2001	Comercio Proveduría Producción

⁵³ Información obtenida en trabajo de campo con los empresarios productores, proveedores y comercializadores de la joyería.

12.	Galería Joyera	2001	Comercio Proveeduría Producción
13.	Calzada	2000	Proveeduría
14.	Pabellón Joyero	2000	
15.	Metropolitano	2001	Producción Comercio
16.	Cabañas	2000	Proveeduría Comercio
17.	Magno Centro Joyero San Juan de Dios	2002	Comercio Proveeduría Producción
18.	Industria	2005	Producción Maquilas

Fuente: Elaboración propia con datos del registro de observación realizada en trabajo de campo. Noviembre 2016

En relación a los centros joyeros más pequeños como La Joya y el Aguamarina se especializan en la comercialización, en tanto los centro joyeros como el Metropolitano, el Diamante, el Dorado, como el Industria (ver Figuras 28, 29 y 30) se especializan en producción, en este sentido es característico que se encuentran trabajando con puertas cerradas y tienen el acceso restringido para quien los va a buscar para producción exclusivamente por previa identificación, si no, el ingreso es negado, como se puede ver en el caso del centro joyero Industria, el centro joyero de más reciente formación en 2005, con una clara especialización en producción en el que se observan áreas de servicios compartidos como son algunos procesos con máquinas y lavados, como el servicio de seguridad es de los más importantes gastos fijos que les representa mayores beneficios al pagar en forma colectiva.

En este caso se puede decir que los centros joyeros especializados en producción se identificaron dos dedicados a las maquilas el Diamante y el Dorado. De manera que estos centros joyeros reflejan el dinamismo del territorio a pesar de estar con puertas cerradas, al interior de sus espacios emerge el tejido entre productores, proveedores y comercializadores (ver Figuras 25-27).



Figura 28. CJ Industria trabaja a puertas cerradas. Edificio de acceso restringido para visitantes, sólo recibe trabajadores y personas que contratan los servicios de maquila y producción de joyería. Visita Noviembre 2016.



Figuras 29 y 30 CJ Industria comparten entre los talleres las instalaciones de algunos procesos de producción.

6.3 Evidencia del asociacionismo en los centros joyeros

Se puede identificar como otro indicador de asociacionismo en el territorio el centro joyero Pabellón Joyero, un edificio que se creó desde el año 2000, con instalaciones amplias con diferentes pisos, pero a la fecha se encuentra vacío (Ver Figura 31), aunque llama la atención que cuente con puertas abiertas y se aprecia al frente del edificio dos locales para venta de alimentos como de otro tipo de productos y alguna joyería (Ver Figuras 32 y 33).

Este edificio cuando fue creado contó con una inversión muy valiosa, ya que cuenta con mobiliario como mostradores, elevadores, iluminación, pero es resultado de una falta de organización y relación con el sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara, puesto que demuestra abandono y descuido, como rasgos de que quienes lo construyeron no formaban parte o vínculo con el grupo de joyeros, debido a que ellos mismos dicen que acercándose a ellos y ejercer un comportamiento para hacer el proceso de acciones, como el arraigo productivo, es decir que les de confianza, realicen intercambio de información refinada, y solución de problemas, pero lo que se observa que no actuaron el o los empresario(s) dueños de este edificio con estos procesos, además se percibe que el empresario o grupo de empresarios inversionistas del edificio tenían interés de darle un enfoque desde el área de la tecnología, ya que entre sus letras en la fachada se lee: Tablets, Pantallas, Entretenimiento y Laptops de forma que se observa que le llamaron Pabellón Joyero como forma de entrar al sector y sobre todo aprovechar el mercado de consumo para su beneficio, pero de acuerdo con el sentido del arraigo productivo para el asociacionismo y formación de redes productivas, este ejemplo demuestra la falta de confianza como de asociatividad. Y de acuerdo al año de formación de este centro joyero y por el espacio, la industria de la joyería siguió formando centros joyeros hasta el año 2005.

Lo que llama la atención, es que es evidente la inversión en infraestructura del bien inmueble, como mobiliario, pero no se ocupó por ningún joyero, el mobiliario inclusive se encuentra en condiciones aceptables y hasta numerado, pero es un desperdicio de espacio si está desaprovechado sin el uso del mismo, al crearse cuatro centros joyeros después de este e inclusive dos con especialización en producción y otro con especialización mixta, precisamente al que se le conoce como el centro joyero más grande de todos por contar con cuatro pisos y cada piso presente una especialización por tipo de metal en cada piso.

Figura 31. Instalaciones del CJ Pabellón Joyero



Frete edificio del CJ Pabellón Joyero con falta de algunas letras en su anuncio de identificación.



Figura 32. Edificio Pabellón Joyero con instalaciones e infraestructura abandonadas. Visita Diciembre 2016.



Figura 33. Edificio que muestra uno de los locales con una vitrina con venta de productos de belleza y otra con algunos productos de joyería.

6.4 Comportamiento en el territorio del comercio de joyería y bisutería

El comportamiento del comercio de joyería como de bisutería en el territorio se puede visualizar en las siguientes figuras (Ver Figuras 34 y 35) en las que se presenta en la primera imagen la localización de negocios de bisutería y después la joyería de comercio al por mayor como al por menor, de acuerdo con estas figuras se puede mostrar que el comercio al por mayor de los dos casos tanto joyería como bisutería se ubican principalmente en el área de los centros joyeros y precisamente entre los que se encuentran en el primer círculo, en los que se ubican alrededor de 600 unidades de cada tipo de metal en el área de los centros joyeros, de manera que se confirma la centralidad de los centros joyeros, en la comercialización. Por otro lado también se observa que en todo el municipio se cuenta con negocios de los dos metales. Sin embargo, los negocios que se dedican al comercio al por mayor son los más localizados en los centros joyeros esta relación de estar los que más se interesen en este tipo de organización son los negocios dedicados al comercio al por mayor, se podría decir que son los que más les interesa lograr mayores lazos y más sólidos entre las empresas y sus clientes, de manera que su

localización sirve para promover y fortalecer las relaciones de cooperación-competencia, esta sinergia les conviene porque se puede decir que son las empresas que crean mayor complementariedad para mantener mercados de consumo a través de las rutas de comerciantes de transporte foráneo (como se vio en el capítulo anterior), lo mismo se puede decir de los productores, que también se encuentran más localizados en esta área para mantener activo el territorio, ya que son empresas que se sienten que pertenecen al territorio, cuidan de él y le dan mantenimiento, por lo que eligen una lógica territorial y como dice Maillat y Kebir (1998) son los que resultan más significativos para el desarrollo local.

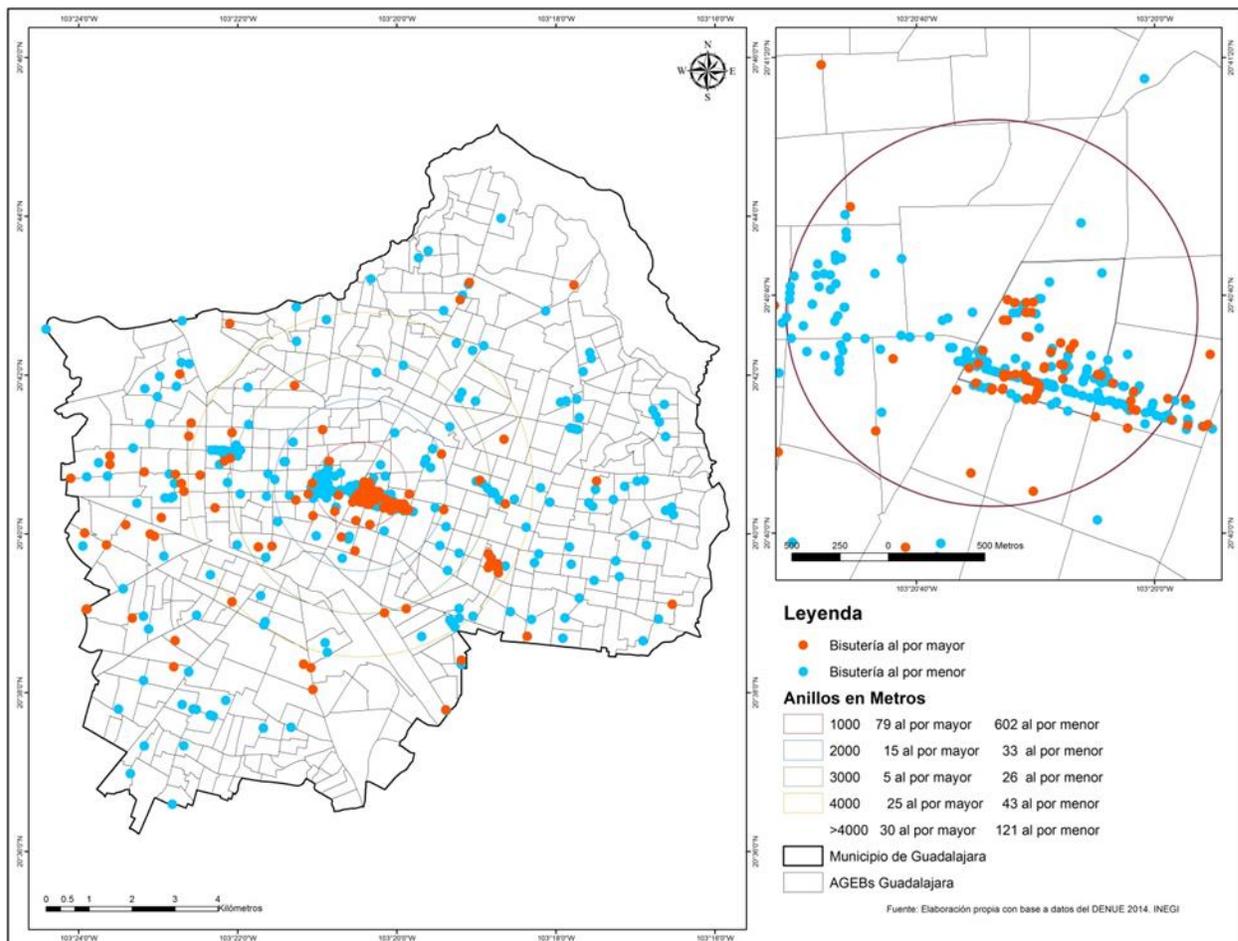


Figura 34. Comercio al por mayor y al por menor de bisutería en el municipio de Guadalajara. INEGI, 2014

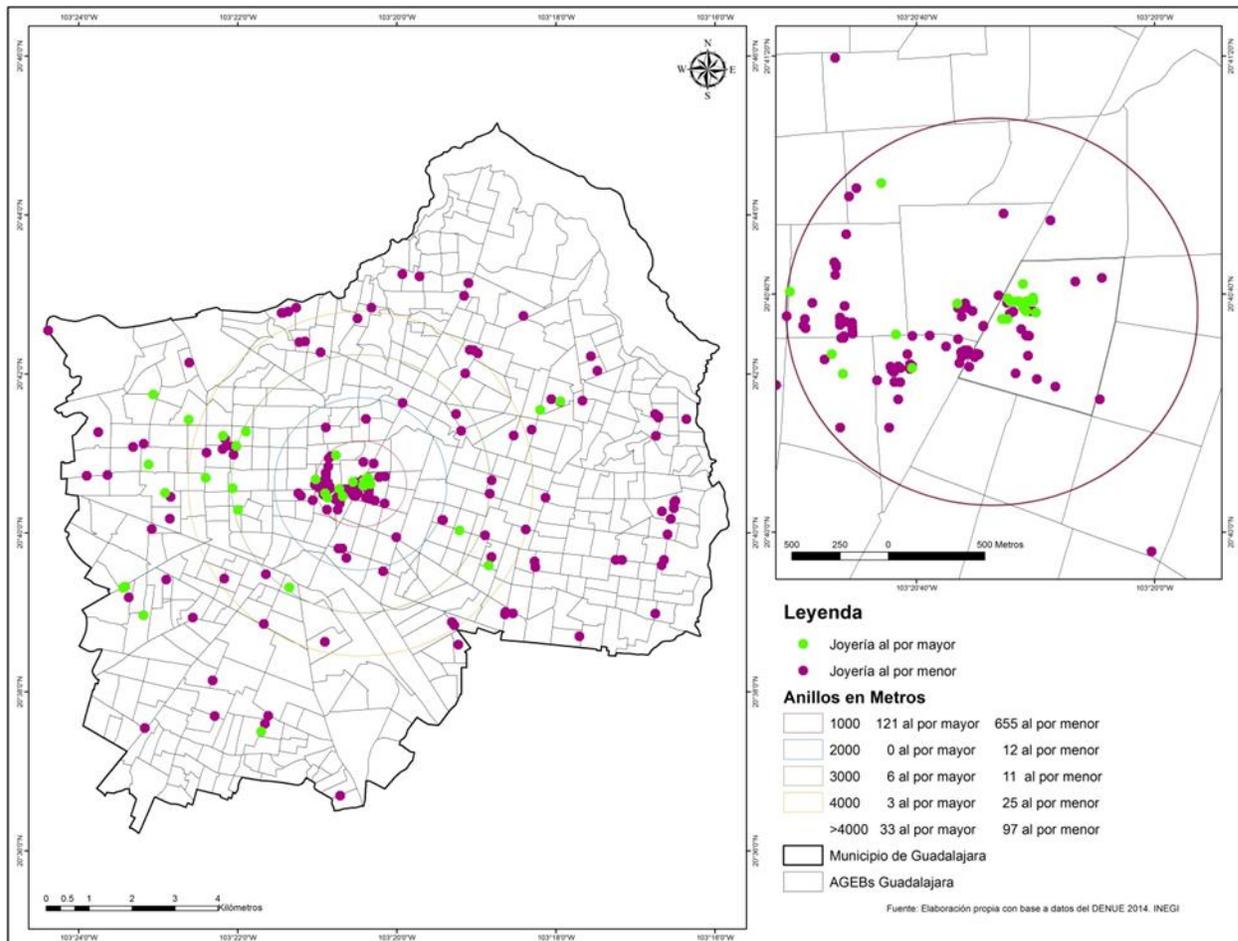


Figura 35. Comercio al por mayor y al por menor de joyería en el municipio de Guadalajara. INEGI, 2014

6.5 Delimitación del espacio de los centros joyeros

Por otro lado, es posible percibir la delimitación del espacio de la zona de los centros joyeros a través de los señalamientos que se localizan alrededor del mismo, con esta información se marca un uso del espacio por parte de la industria lo que se considera es que los señalamientos delimitan el territorio como una forma preventiva y alusiva al lugar en el que se encuentre, ya que el mensaje parece dirigido a protegerse de la inseguridad, a los automóviles que circulan por la avenida Hidalgo, hacia la avenida República como se observa en las imágenes Figuras 1-6 en las que se puede apreciar diferentes edificios y tamaños de centros joyeros como el centro joyero Calzada el que es de los más grandes en tamaño y está especializado en proveeduría y lo que se conoce de este centro joyero es que anteriormente fue el edificio de un cine, por las características de tamaño, en cambio se sabe de otros centros joyeros como el Galería Joyera o

Portal Joyero que se trata de edificios remodelados para ser un centro joyero, con áreas de seguridad y protección de mercancía. En la delimitación del espacio es constante encontrar guardias de seguridad, policías, este es otro distintivo en la delimitación del área de los centros joyeros, esta característica también hace pensar que se encuentren este lugar por esta situación, es una relación inmediata.



Figura 36. Señalización de la Zona Joyera de Guadalajara
Señalización localizada sobre la Avenida Hidalgo. Fecha de fotografía: Diciembre 2016.



Figura 37. Señalización localizada sobre la Avenida Hidalgo, antes de ingresar a un pasillo que lleva a la Plaza Tapatía. Fotos tomadas en Diciembre 2016.



Figura 38. CJ localizado sobre la Avenida República, continuación de la Avenida Hidalgo, después de la Calzada Independencia. Foto tomada en Diciembre 2016. Diana Serrano



Figura 39. Se aprecian dos CJ contiguos como muestra de la aglomeración en la Plaza Tapatía.



Figura 40. CJ Calzada ubicado al atravesar la Avenida República, contiguo a la Plaza Tapatía



Figura 41. CJ Diamante ubicado en la Avenida República a una cuadra de la Calzada Independencia.

En la última etapa de la reconfiguración se señala la gestión por parte de la cámara de la joyería para establecer un mensaje que reforzara la actividad joyera dentro de la zona de la Plaza Tapatía. Así es como se puede apreciar en la imagen de la Figura 42, la frase: “GDL Capital Joyera de América” que refleja el interés por demostrar la relevancia de la industria de la joyería de Guadalajara en el continente americano, esta imagen se difundió en 2013, después de haber experimentado un alto nivel de exportación en 2011, lo que se espera es que las consecuencias del fortalecimiento en sus relaciones productivas, como de arraigo productivo muestren mayor confianza, para que esta industria mantenga y mejore sus índices de confianza, para que emblemas como este formen parte de un ambiente de competitividad y cooperación más semejante al tipo que se vive en las ciudades joyeras de Italia, Reino Unido con el objetivo de establecer compromiso identitario, con las características propias de Guadalajara.



Figura 42. Identificación de Guadalajara como Capital Joyera de América
Información que se promovió en diferentes partes de la Plaza Tapatía, como dentro de algunos CJ este emblema, el cual se estableció en el año 2013 con el Ayuntamiento de Guadalajara. Fecha de fotografía: Diciembre 2016.

6.6 Interacción espacial en los centros joyeros

Por último, ingresar al espacio e interacción que se vive dentro de un centro joyero son las imágenes que se presentan a continuación con el fin de identificar que los espacios entre un local y otro son muy continuos, inclusive puede haber cuatro negocios diferentes, pero esto es muestra de la convivencia que se percibe al interior, en donde los clientes pueden sentarse y revisar su compra con detalle, puede comparar la calidad y precio con los demás locales, sacar fotos de lo que le interese.

Lo que se percibe es un ambiente de amabilidad, en caso de no contar con lo que solicita el cliente, cuenta con muchas más opciones que inclusive la misma persona que atiende sugiere algún otro local o proveedor, entre las prácticas que se identificaron es un trato de confianza en el que lo primero que señala el que atiende es el tipo de metal que tiene, la marca y el registro del metal que se denomina quinto. Posteriormente se invita a realizar la compra al mayoreo de los productos que interesen, ya que indican un precio menor que al menudeo, también tratan de ofrecer diferentes variedades del insumo o producto.

De manera que lo que se detecta es que ofrecen información muy detallada para interesar a los posibles compradores, con ello esperan una respuesta favorable de los clientes, como interlocución de lo ofrecido, en este sentido, si fuera un cliente ya conocido, todavía el trato busca más información.



Figura 43. Locales y áreas de venta del CJ MCJSD. Se puede apreciar la variedad de mostradores y cómo entre ellos comparten de dos a cuatro negocios diferentes. Fecha de fotografías: Noviembre 2016.



Figura 44. Locales y áreas de venta del CJ MCJSD

6.7 Reflexiones parciales

El análisis de elementos o factores que determinan la organización de la industria de la joyería de Guadalajara desde el punto de vista espacial en la concentración permite valorar el amplio resultado del surgimiento de los centros joyeros y se mostró a través de este capítulo con el que se buscó demostrar la reconfiguración del sistema productivo local que se observa desde una perspectiva desarrollada del territorio con la localización de los centros joyeros desde el inicio del surgimiento, como el proceso de formación, hasta la aparición del último edificio y se pudo identificar que el inicio en los ochentas y sus consecuencias tuvo respuesta hasta los noventa con el surgimiento de nueve centros joyeros en estos años y al inicio del milenio hasta el 2005 siguieron ocho, lo que refiere un proceso de especialización en los centros joyeros que fortalece el comercio de la joyería hacia la región del pacífico y norte del país; posteriormente, aunque no se observa en este capítulo, se fortalece el comercio exterior a partir de 2007.

Como otro elemento del análisis espacial es la especialización del proceso del sistema productivo que fueron desarrollando los centros joyeros, en los que las fases de producción, proveeduría y comercialización son las que permiten señalar la importancia que empezaron a tomar estos edificios para el desarrollo de la industria, puesto que en lo que representa alrededor

de una manzana se localizan diez centros joyeros, esta proximidad también permite reconocer que el arraigo productivo que resalta del asociacionismo sea una forma más continua de interactuar en el área.

La localización del comercio al por mayor como al por menor de joyería y bisutería son un indicador de que el comercio al por mayor es el que más se aglomera en el área de los centros joyeros y se considera que esta situación responde al arraigo productivo y asociacionismo, por las medidas de protección a la inseguridad, así como la fortaleza de la ubicación para los comercializadores de las rutas de transporte foráneo que llegan a la Plaza Tapatía.

La delimitación del espacio de la industria de la joyería con sus señalamientos parecen alertas para promover el área de los centros joyeros, como un área de aglomeración y especialización de la joyería. Sobre la interacción espacial, se observa un importante intercambio y dinamismo de comercializadores y productores de joyería dentro del sistema productivo, pero faltaría el desarrollo y fortalecimiento de la proveeduría, un área en la que desde la generación de insumos como maquinaria, equipo y herramientas, así como la creación de materiales, se identificaron algunos intentos de creación y formación de insumos y maquinarias “locales”, pero todavía se observa una debilidad del país o de la región al tratarse de un sistema productivo local que cuenta con dinamismo y desarrollo en el área de la producción y comercialización, pero habrá que crear estrategias para abaratar y favorecer con las mismas características de asociacionismo y arraigo productivo la fase o proceso de proveeduría, la que se considera se abusa de las importaciones y por tanto debilita la competencia productiva local.

7. Conclusiones generales

Para concluir este trabajo de tesis, se puede decir que los cambios más contundentes que ha vivido la industria de la joyería de Guadalajara han sido en este periodo de 1980 a 2015, específicamente con el surgimiento de los centros joyeros, puesto que de acuerdo a la transformación que ha experimentado con la reconfiguración del sistema productivo local, es decir, entre los proveedores, productores y comercializadores, en este espacio como en estos últimos años fue donde crearon y formaron los cimientos de prueba y error del modelo de producción que ahora son, y aunque continúen en el proceso de reconfiguración, se trata de un mecanismo social dinámico que considera estos elementos antes mencionados, con esta investigación se identificó que la puesta en práctica del arraigo productivo con el que operaron en el sistema productivo fortaleció las redes productivas y de asociatividad y se puede decir que son la clave para en conjunto interactuar con producción de calidad a las adversidades que han enfrentado como han sido la inseguridad social, las exigencias del mercado global, la fluctuación internacional del valor de los metales preciosos y el orden económico de apertura comercial del país que debilitó al mercado interno, pero a través de la especialización y diversificación de materiales, procesos, productos y tipos de comercialización se entendió el tipo de consumo local, así como se capacitaron para dirigirse al mercado internacional.

A partir del surgimiento de los centros joyeros se transformó “el modelo de producción y comercialización como se hacía antes, cuando se trataba de hacer todo en un sólo lugar, en un solo taller, inclusive hasta en una familia en las que se trataba de concentrar todos los procesos, pero los empresarios se dieron cuenta que no es posible, ya que se trata de un oficio que requiere conocimiento de muchos tipos, tratar a la industria de la joyería es un amplio proceso que exige el dominio de diferentes habilidades, no hay carrera de joyero, para hacer joyería se debe saber desde el tipo de material que se necesita, los sistemas de fabricación para el tratamiento de los metales, saber cómo costear la mercancía, cómo vender y cómo comprar; muchos de estos procesos son conocimientos que se tiene en las familias...” Explicación de un productor joyero con 50 años de experiencia en el sector sobre el oficio de la joyería en Guadalajara (entrevista realizada en su oficina el 13 de abril 2018).

Las líneas anteriores, extraídas de la entrevista realizada a uno de los productores joyeros de Guadalajara con 50 años en la actividad, se tomó como un ejemplo para decir con sus palabras que la actividad joyera, experimentó una transformación que ha logrado cambiar de lugar de

producción, inclusive en cada proceso se han hecho cambios, el tipo de materiales, el diseño, distribución y comercialización debido a que el tejido interempresarial vivió una transición en las características de organización e interrelación entre quienes se involucran en la actividad productiva y comercial de esta industria y estos momentos también se les puede identificar como de oportunidad puesto que al recapitular con los antecedentes históricos y hallazgos empíricos que presentan las ideas centrales, como algunas reflexiones en torno a los inicios de la joyería en Guadalajara, información que se presentó en el capítulo 4, se aporta en la construcción histórica, como de las condiciones de datos cuantitativos como cualitativos que presentan el desarrollo de la actividad productiva dentro del crecimiento económico local del siglo pasado.

Asimismo se revisaron los elementos centrales que conformaron a la industria en el periodo previo a los años ochenta cuándo empezaron a surgir la serie de cambios más dinámicos que llevaron a la formación del primer centro joyero y de la primera exposición de la industria joyera, de manera que se relacionaron estos datos y se identificaron características productivas similares a las que define Climent (2002) (2009), sobre el sistema productivo local que consistió en un área local donde se concentraba un cierto número de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la misma actividad en las que empiezan a tener mayores relaciones entre ellas al reunirse en pequeños grupos para acordar cierta organización en torno a los problemas que estaban enfrentando.

En la década de los setenta, se tejen algunas relaciones de mercado y de cooperación entre las empresas dedicadas a la misma actividad, y posteriormente empiezan a organizarse para formar entre los mismos empresarios de la joyería los centros joyeros para resolver en un primer momento el problema de la incertidumbre económica, esta situación hizo que se fortalecieran las relaciones de asociación; por ello, es que la pregunta general consistió en analizar ¿cómo fue el proceso de reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara con el surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía? al analizar como se presenta el proceso de cambios productivos que impactan en el tipo de interacción interna que tenía el actor colectivo de esta tesis, es decir los productores, proveedores y comercializadores de la industria.

En tanto la hipótesis resuelve que el proceso de reconfiguración del sistema productivo local se presenta a través de la práctica del arraigo productivo que generó el fortalecimiento de las redes de asociación entre productores, proveedores y comercializadores de joyería fina,

gestándose con ello la formación y concentración de los centros joyeros de la Plaza Tapatía. Esto debido a elementos sociales y factores espaciales que hacen que se concentren en este lugar.

La explicación de la hipótesis se traduce en el objetivo general en el que se toma como unidad de análisis al sistema productivo local (SPL) con el objetivo de resaltar la manera en que las relaciones interempresariales de asociación entre productores, proveedores y comercializadores como actores centrales de la cadena productiva se fortalecen y se convierten en el punto central para la reconfiguración a través de los cambios que realizaron en etapas en las que marca el inicio del fortalecimiento de las redes cuando se crea el primer centro joyero y la primera exposición joyera, son los momentos en que se generan los principios y formas del arraigo productivo para el fortalecimiento de las redes productivas en las posteriores etapas se crean el total de centros joyeros y se observan las etapas hasta 2015, los que sostienen el dinamismo del sistema luego de que propician un ambiente favorable al sistema que posibilita escalar en la cadena productiva y se incrementen los vínculos interempresariales a través de la construcción de un entorno socio institucional y local que interviene y apoya la estructura productiva del SPL.

Los SPL se identifican con este trabajo de tesis como un dispositivo de importancia trascendental para el desarrollo local, puesto que al privilegiar las relaciones en el territorio de las empresas y la organización con las instituciones se produce la integración del sistema productivo con la sociedad local, esto a su vez produce que las redes empresariales decidan los procesos de desarrollo endógeno al poner las condiciones del desarrollo empresarial, como la generación de la innovación, lo que determina finalmente, los cambios estructurales en el territorio como se observa con la ubicación de más centros joyeros en el mismo espacio.

El caso expuesto como fue la industria de la joyería localizada en Guadalajara permitió demostrar que el concepto del SPL, a partir de la propuesta metodológica en la que se revisan en etapas las relaciones que se establecieron entre los actores, así como las institucionales, permite no solo analizar la estructura productiva de una actividad económica, si no también entender los elementos que propiciaron mayor fortalecimiento de las redes productivas, lo que redundó en identificar los principales cambios para trabajar en un contexto de inseguridad el que marcó la oportunidad de formación de la práctica del arraigo productivo de las redes productivas y que siguen creciendo en vez de reducirse y estancarse.

En relación al primer objetivo sobre analizar diferentes casos de la industria de la joyería de ciudades en Italia, Reino Unido, India, Tailandia y España para explicar el caso de Guadalajara.

el tipo de aglomeración de los casos de las ciudades de la industria de la joyería de Italia, Reino Unido, India, Tailandia y España con el caso de Guadalajara; es un ejercicio que permitió resaltar las características del caso de Guadalajara con sus especificidades y particularidades, permitió identificar la principal razón de considerar a Guadalajara como un sistema productivo local para tratar al caso con los elementos pertinentes y más adecuados a las características de la industria local para ser flexibles con la etapa que presenta en este momento la aglomeración productiva, las relaciones entre sus componentes y según el contexto concreto en el que el sujeto es el constructor de su realidad. De esta manera, las perspectivas teóricas sirvieron para centrarse en las acciones productivas a través de sus decisiones e interacciones de transformación de la red productiva, de manera que al aplicar el concepto de reconfiguración al caso de Guadalajara, se logra entender con mayor definición desde las características temporales históricas, espaciales, como las características de las empresas, el ámbito laboral que cubren, así como la competitividad y cooperación que desarrollan, la innovación como la interacción social, por lo que se puede decir que este ejercicio llevó a la definición de la posterior aglomeración de la industria de la joyería de Guadalajara después del surgimiento de los centros joyeros, como un sistema productivo local con mayor fortalecimiento de sus redes productivas y como se explicó a través del arraigo productivo se generó la inercia espacial.

El papel del actor colectivo de joyería fina de Guadalajara del sistema productivo que se identificó consiste en ejecutar las acciones productivas a través de sus interacciones de transformación de la red productiva, en este caso, no se analizó a los productores de bisutería, por ello no se puede generalizar a los que se dedican a este tipo de metal no precioso; en el caso de la joyería fina de Guadalajara se puede decir que han madurado como grupo y han creado una interacción tan sólida entre ellos que se apoyan para comercializar hacia el exterior, como en su participación en exposiciones locales, como internacionales, la característica constante que manejan es la calidad. En este caso, quienes se apoyan mutuamente son un grupo de alrededor de 35 a 40 productores y comercializadores de joyería fina que procuran capacitarse y actualizarse constantemente.

Este mismo grupo es el que en relación a la participación institucional es el que ha permanecido más constante, por ello se observa la intervención institucional de tipo fluctuante, porque son el grupo de participantes más activos, en el pago de cuotas, y por ello aparece como más focalizada e interviniente, de acuerdo con los socios de la cámara, si es que pagan sus cuotas

correspondientemente, como si fuera un club de amigos, puesto que en este sentido las actividades se dirigen a los que pagan las cuotas. De hecho sólo se cuenta en la cámara con mil socios (ver capítulo 4), los que corresponden a productores, como comercializadores y algún proveedor. Y se entiende debido al riesgo que conlleva el valor de los metales preciosos, con el que inclusive han aprendido quienes trabajan la joyería fina a establecer medidas de control y seguridad para aminorar sus riesgos, como el establecimiento del seguro del valor del metal.

En los casos de las ciudades joyeras de Italia, Reino Unido, India y Tailandia se concibe que la intervención institucional es más generalizada y que proviene tanto del sector privado como gubernamental, mientras en Guadalajara, es selectiva, como ya se mencionó, para quien paga sus cuotas de registro en la cámara y se trate de un negocio con mayor estabilidad y experiencia productiva.

A pesar de esta característica focalizada e interviniente de las instituciones, como gobierno municipal y la cámara de la industria de la joyería hacia el actor colectivo de joyería fina en Guadalajara, la forma de dirigir sus mensajes hacia los productores, comercializadores y proveedores es incluyente y hasta cierto punto comprensiva, debido a que al estar reunidos en un mismo lugar se observó que al estar organizados y reunidos en centros joyeros los afiliados a la cámara como los que no lo están y no pagan cuotas, que a través de los que pertenecen a la cámara, como por medio de folletos y carteles dentro de los centros joyeros frecuentemente se invita a participar en sus actividades de exposición de ferias, capacitación en diferentes áreas y cursos, incorporarse a pagar sus cuotas, así como mantenerse informados con el fin de que en algún momento necesiten o requieran cambiar su tipo de producción.

En este sentido, faltan más apoyos para este sector, de forma más generalizada desde el gobierno municipal, estatal y federal, como de la cámara empresarial con el fin de desarrollar más tecnología propia, capacitación e infraestructura, ya que se identifica un sector con gran potencial que cuenta con experiencia, habilidad histórica, y hasta cierto punto, dominio tecnológico con la intención de abaratar costos, y de fortalecer la proveeduría, como algún proceso productivo, como de comercialización con la creación de concursos o fondos que estimulen la innovación en el sistema productivo.

La cooperación es un rasgo que se observa en el sentido de que los centros joyeros son un espacio de interacción social que permite el conocimiento y difusión a toda la gama del proceso productivo con el que se cuenta con la proveeduría, la producción y la comercialización y en este

caso de todos los tipos de materiales, inclusive talleres y procesos de producción, se enteran o funcionan como voceros que motivan a la incorporación de nuevos cuadros de producción y comercialización con los que cuidan la calidad, es decir, como en sus requisitos de ingreso o incorporación a un centro joyero señalan la importancia de aplicar la Norma Oficial Mexicana 033, sobre la valoración del metal, la marca, originalidad e innovación en el producto, además de dos referencias o recomendaciones para incorporarse, ha dado mayor homogeneidad de cumplir con la calidad, aunque no estén registrados en la institución gremial.

El comercio exterior de las ciudades especializadas en joyería es un referente sobre la competencia que representan los principales productores, sin embargo, se ubican en un nivel de competitividad en el que el caso en estudio se puede decir, está en un proceso que se dirige a crear competencia dentro del segmento de los países o economías en desarrollo. Las bases de las redes productivas en la reconfiguración permiten ver que los procesos productivos, comerciales y de proveeduría de la joyería de Guadalajara están encontrando maneras de acceder cada vez a más mercados internacionales y se trata de joyería fina, la que en su mayoría es vendida en Estados Unidos, el comportamiento de esta industria también tiene como principal importador a este país, sin embargo en datos de la cámara se observa que en el último registro se comercia con 33 países y que se ha incrementado en los últimos años a países como Rusia, Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong, Pakistán, India y países de Centroamérica. Estos nuevos espacios favorecen el desarrollo del comercio exterior en la región para nuevos exportadores, lo que beneficia la competitividad al conocer nuevos mercados, diferentes formas y características culturales, que establecen un nuevo entorno productivo con el que se beneficia también la innovación con la creación de marcas y especialización del servicio, de acuerdo a las condiciones del cliente de cada país.

Por otro lado, los aprendizajes que el sistema productivo de joyería de Guadalajara puede rescatar de las ciudades especializadas en producción de joyería revisadas en el capítulo 2, en el caso de las ciudades de Italia, sería la participación del capital social, como la interacción de la red productiva y comercial en el territorio, puesto que todavía se aprecia la falta de madurez en cuanto a las relaciones entre empresas con mayor nivel de entrelazamiento, asociatividad y redes productivas estables y continuas que generen sinergias con todo el sistema.

De las ciudades especializadas en joyería del Reino Unido, el aprendizaje es en cuanto al tipo de intervención institucional, tanto gubernamental como académico y gremial que asista e

interactúe de forma continua y muy activa con el sistema productivo para fortalecer las áreas de investigación, desarrollo de productos y asistencia en las áreas de vulnerabilidad del sistema.

Del caso de la ciudad de Trichur de la India, es muy significativo que aprendiera la forma de intervención institucional gubernamental decidida en la educación y capacitación para el desarrollo de tecnología, las áreas de innovación, como el fortalecimiento en la tradición histórica y cultural de la joyería en la región.

Sobre el caso de las ciudades de Tailandia aprender de las características de las asociaciones productivas, comerciales, como de capacitación y educación para la especialización de la joyería, en la que se puede interrelacionar y vincular con otros sectores y áreas de conveniencia. De la misma forma, una decidida política de desarrollo y competencia por el desempeño y apoyo de las instituciones públicas y privadas. En tanto, de la ciudad de Córdoba en España, del plan estratégico de apoyo institucional para el desarrollo de la especialización del sistema productivo.

En el segundo objetivo específico sobre analizar la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara a partir del surgimiento de los centros joyeros de la Plaza Tapatía, con el concepto de reconfiguración, se hace énfasis en el tiempo, en relación con el sistema productivo local porque permitió tratar la trayectoria de la actividad económica en etapas de tiempo, haciendo énfasis en el aspecto central de estudio, es decir, los cambios y transformaciones que definieron el conjunto de redes de relaciones que establecieron los sujetos y se observaron en el transcurso del tiempo los obstáculos que enfrentaron y las estrategias de interacción como se presentaron entre los productores, proveedores y comercializadores para identificar las nuevas dimensiones a partir de nuevas relaciones por etapa, por lo que se trataron las condiciones que evidencian cambios en el tiempo, de las áreas de especialización productiva, como el análisis de sus capacidades productivas y de competitividad, lo que constituyó la base de organización del sistema productivo y del conjunto de las relaciones interempresariales internas, externas e interempresariales como se presentaron en los tres últimos capítulos.

Estas etapas forman el insumo de experiencias entre el sistema productivo que permite establecer una red productiva preparada para enfrentar situaciones adversas económicas y sociales, da muestra del tejido que crearon y que se considera sólido para el desarrollo del mismo.

En el capítulo 4 se mostraron los cambios de la reconfiguración en el caso de Guadalajara desde el análisis cuantitativo que permitió demostrar con los índices de especialización, como de

participación del sector en la región al contrastar los datos con los principales productores de la región, es decir, Guerrero, Distrito Federal y Yucatán, se pueden rescatar en números los elementos que en la parte social se perciben desde otra perspectiva, pero en este caso Guadalajara, puesto que se analiza a partir del municipio presenta un crecimiento sostenido muy significativo, ya que mostró mayor participación del sector, en el periodo de estudio, fue el que más crecimiento mostró en el periodo y mayor participación representó en 2014, en cuanto al índice de especialización también es el que refleja un crecimiento discreto a diferencia de Guerrero que decrece de forma drástica de 31 a 15 puntos, es decir que su especialización decreció, mientras que el Distrito Federal tiene un crecimiento todavía más discreto que Guadalajara, de manera que esta situación en la región para Guadalajara hace ver en datos los resultados que han ejercido desde el inicio del surgimiento de los centros joyeros, otra cifra que refleja el fortalecimiento de las redes productivas a partir del surgimiento de los centros joyeros, pero que se refleja en la última etapa de la reconfiguración del sistema productivo es la aparición de empresas grandes y medianas en el censo de 2014, en contraste con los censos anteriores, en los que refleja que en lugar de que las empresas desaparezcan se consoliden, mejoraron sus procesos de producción, con mecanismos de asociación y con ello crecieron de tamaño y de producción.

En cuanto a la competitividad para la región, el desempeño de los estados productores más importantes de México fue decreciente, por lo tanto, esto hace necesario generar también un ambiente de asociacionismo con los estados de la región a través del fortalecimiento de sus redes productivas para que signifique un crecimiento como país, crear sinergias es una alternativa que se ha mostrado desde el ingreso de algunos productores de estos estados a la cámara de la joyería de Jalisco, como se mostró en el capítulo 4, en el que la mitad de los socios de la cámara son de otros estados.

El análisis de la trayectoria por etapas de tiempo resaltó los cambios seguidos para sostenerse y aglomerarse en los centros joyeros frente a la incertidumbre económica el momento en el que se logró modificar los productos y la forma de operar en la fabricación de joyería, vinculados con los códigos de trabajo de la cultura productiva de la industria, la capacidad productiva, como el aprendizaje tácito presente en los lugares especializados de producción de joyería, donde se generan procesos de aprendizaje e innovación, y se aprovechan, en parte por las economías externas a las empresas, pero internas al lugar de ubicación.

La industria joyera de Guadalajara con la creación de la cámara de la joyería muestra otro elemento que indica que ya formaba un sistema productivo local, de acuerdo con las características de Climent (1997) (2009) en la que después de las circunstancias de inseguridad se generó mayor aglomeración en torno a los centros joyeros de la Plaza Tapatía principalmente en el centro del municipio de Guadalajara, en donde se especializa en la producción de todo tipo de piezas personales de joyería fina, por tener una tradición de producción de joyería en la región desde el siglo X (Muriá, 1988), en el tiempo de la colonia como en el municipio desde el siglo XIX (Sandoval, 1956) y desde los años cuarenta del siglo pasado, por generar una derrama de empleo constante y de acuerdo a los años que tiene de historia con una especialización de mano de obra, así como mantener a la institución gremial de apoyo al sector que han trabajado desde los años sesenta del siglo pasado, por elevar su competitividad y fortalecerla ante las crisis económicas y situaciones de competencia internacional en conjunto, posteriormente al formarse en pequeños grupos con una cierta organización en los centros joyeros y con algún acercamiento a la institución del gobierno municipal, han participado en la construcción del entorno de mayor aglomeración hacia el área de los centros joyeros.

Para evidenciar mejor lo antes señalado, se puede visualizar en la interacción que se puede observar a través de las figuras de los croquis que se presentan en el capítulo 5 diseñados para dar muestra del potencial de las posibilidades de interacción que propiciaron los centros joyeros, para trabajar reunidos en un mismo espacio y no sólo dentro de los centros joyeros, si no también es posible observar la derrama de economía externa en el mapa de rutas que se diseñó para identificar el potencial de ventas al por mayor y por menor que se generan en el espacio de estacionamiento de transporte foráneo que impacta en los estados de la región del pacífico, el que sólo se mostró un caso de los quince trabajadores que cuidan el área de estacionamiento del lugar y que llegan a ser aproximadamente 2 800 camiones en el año si los multiplican por 15, aproximadamente se estiman 42 mil camiones con un promedio de 40 personas cada uno.

Esta dinámica de interacción se considera como respuesta a las características de las empresas, las que crearon condiciones de valor agregado, el que se compone de sus tradiciones laborales, como códigos de ética y la transmisión de información de generación en generación ya que las familias joyeras que han trabajado esta industria en las etapas de formación de los centros joyeros, es decir, con estas características de arraigo productivo es el código con el que han trabajado para poner un límite al ingreso de extraños, mejor desarrollaron su capital social por

medio de desarrollar la confianza para formar acciones recíprocas en su espacio, con transferencia de información especializada y retroalimentación para solución de problemas.

La participación del agente institucional, visto como agente del desarrollo local, en el que conforme a las actividades que realiza, desde su origen se le puede concebir como socio institucional, debido a que está constituido por el mismo actor colectivo de la industria de joyería fina y desde su experiencia y los asuntos que han debido enfrentar como sector industrial han creado una plataforma de servicios y apoyos para que cualquier persona con interés en el desarrollo empresarial de esta industria, pero bajo un costo por el servicio, pueda obtener una serie de conocimientos mínimos para el establecimiento y desarrollo de su negocio, no obstante, es necesario señalar que también se conducen y de manera institucional con los acuerdos y los códigos tradicionales establecidos de generación en generación, así como el sistema de valores compartido entre el gremio para un desempeño más favorable de las relaciones interempresariales.

Se concibe que en cincuenta años de servicio esta cámara empresarial ha generado una derrama de servicios, capacitaciones, especializaciones e innovación en un sinnúmero de productores, comercializadores y proveedores, tanto de la misma ciudad, como de otras regiones del país, ya que al contar con empresarios registrados de Guerrero, como del Distrito Federal o de otra ciudad en México, entre otros; esta circunstancia muestra la extensión de sus servicios, situación que brinda mayor confianza al registrar socios de otras ciudades y que prefieren esta institución, por lo que se estima que la institución ha buscado la competencia en conocimientos tanto tecnológicos como de innovación, en diseño e infraestructura, como de representación en distintos momentos para atención y cuidado del gremio frente a la complejidad económica del país, del ámbito local como nacional e internacional. De manera que con estas características se considera en los últimos años como la última etapa de reconfiguración de 2007-2015 que ha intervenido como un agente de desarrollo local, que impacta en el territorio y hasta ha generado un tipo de pertenencia al mismo con acciones conjuntas con el gobierno municipal, que ha propiciado como gestor del emblema “Guadalajara capital joyera de América” y ha sido partícipe de acciones como la estrategia de seguridad llevada a cabo por el municipio.

Por otro lado, también se le atribuye en la última etapa de la reconfiguración y como agente de desarrollo local al gobierno municipal de Guadalajara, aunque como el caso anterior de forma interviniente y fluctuante, aunque todavía faltan mayores acciones; sin embargo, es de

reconocerse el trabajo realizado para beneficio y crecimiento de la actividad productiva. Entre estas acciones resalta la creación de una estrategia de seguridad en el área donde se ubican los centros joyeros de la Plaza Tapatía, ya que han debido diseñar una estructura social y tecnológica para salvaguardar la integridad de quien transite por ese espacio y en este procedimiento se llevó a cabo la detección de las condiciones físicas del lugar como la capacitación del personal de todos los estratos productivos de la zona, de manera que en este caso, existe un cambio en la responsabilidad de quienes intervienen y trabajan en la zona, se percibe un espacio con mayor seguridad y vigilancia, situación que genera un ambiente de confianza en los que transiten por el área.

No obstante, la estrategia se realizó en 2013, se espera que para mantener este contexto, se replique con continuidad y actualización en la capacitación y transmisión de la estrategia, así como mantenimiento a los equipos de cámaras de video y de monitoreo, las que también requieren de ciertos cuidados y atención, además de renovación de equipos. Esta infraestructura es precisamente muy costosa e implica tiempo por los diversos aspectos técnicos que maneja, por ello se considera que la propuesta de un Parque Industrial que señaló Cotero Ochoa en el capítulo V, como parte del reconocimiento que hacía a las carencias y necesidades de la industria joyera de Guadalajara en los años recientes, para que en un solo lugar se localicen la mayoría de productores y procesos de producción y permitiría replicar el modelo de los centros joyeros que responden efectivamente en la comercialización de la joyería, pero para el proceso de producción ya que señala que en la actualidad los espacios son insuficientes.

Como se pudo dar cuenta, la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara de 1980 a 2015 se mostró a través de diferentes etapas que indican las acciones más importantes que identifican ese periodo, sin embargo; al analizar las etapas del ciclo de vida de la aglomeración que forma para identificar las características de su evolución como aglomeración, en ese sentido para concluir este trabajo y en este caso, enfocar los factores que se identifican con las etapas del ciclo de vida de una aglomeración productiva de acuerdo con el diagrama que diseñó la CEPAL en 2005 que se presentó en el capítulo 4, en este apartado para el estudio y análisis de las aglomeraciones y se consideró como una aportación para los agentes que participan y se revisan para posicionar a esta industria en el momento que se encuentra como aglomeración, así como identificar los elementos que se han registrado a lo largo del documento y señalar las observaciones más pertinentes que deben ponderarse para proceder

en consecuencia y de la mejor manera privilegiar el potencial que tienen las acciones que se han llevado a cabo por los agentes que les corresponde, sin olvidar la importancia de trabajar en red, ya que es una forma característica para influir e intervenir de manera más apropiada en el desarrollo endógeno y territorial de Guadalajara.

Las etapas respecto de la evolución de la aglomeración de acuerdo con la CEPAL que representa el sistema productivo local de esta industria y conforme a las etapas señaladas en la reconfiguración, es posible determinar que en el periodo entre 1945 a 1968, se observan una diversidad de productores, como comercializadores, incluso proveedores que trabajan en esta industria en los alrededores de Guadalajara, y se muestra como la primera etapa de aglomeración en la que se llama aglomeración o concentración incipiente.

Posteriormente, a partir de 1968 y hasta 1989 con la formación de la cámara de la industria joyera de Guadalajara se observa la segunda etapa de aglomeración emergente, debido a que se dan esfuerzos de colaboración en torno a la actividad nuclear donde los agentes visualizan oportunidades comunes de mercado, como los Juegos Olímpicos que les atribuye vínculos nacientes, y compras o suministro de bienes y servicios, así como el inicio de establecer redes; se consideran estos años para esta etapa, en razón de que el ciclo de vida de la aglomeración se refiere a atraer nuevos actores a la zona en que se desempeñan. En este caso se identifica la creación del primer centro joyero, así como la primera exposición joyera.

La siguiente etapa de aglomeración en desarrollo virtuoso se considera a partir de 1990 con la formación del resto de centro joyeros, en el que se entendió el mecanismo de incorporarse y formar parte de un centro joyero, a partir de la práctica del arraigo productivo, así como desarrollar y mantener las actividades que propiciaron la experiencia de repetir cada año, en relación a las exposiciones, inclusive hasta se incrementaron dos por año, una en Guadalajara y otra en la Ciudad de México, y en el caso de las actividades relacionadas con la industria se observa que al formarse más centros joyeros casi uno por año, se atraen nuevos actores a la zona para desempeñarse en torno a la joyería como actividad principal y empiezan a aparecer cada vez más vínculos entre todos los agentes lo que hacen es reflejar con los datos estadísticos de INEGI, así como con las Técnicas de Análisis Regional, en el que se demostró con la variable de valor agregado participación del sector que Guadalajara destaca en estas variables tanto en producción de la joyería fina como en el comercio al por mayor de joyería fina, dato que los demás estados más competitivos del sector reflejaron de forma contraria y por lo tanto, se han

establecido vínculos con elementos que están fuera de la agrupación, esto es con otras aglomeraciones, actividades y regiones. Se da en este caso, una dinámica gracias a la innovación en forma de relacionarse en la forma interna en las empresas, así como a la creación de nuevas empresas conjuntas y empresas derivadas. Sin embargo, se advierte que lo que se ha logrado permite identificar una aglomeración en desarrollo virtuoso, en el que este sistema productivo ha identificado elementos como el arraigo productivo para generar un sistema que involucre y establezca un mecanismo formal de trabajo bajo la confianza.

Finalmente el problema de la inseguridad ha seguido y no se detiene, pero al aplicar y replicar entre los demás productores que inviten al cambio de estrategia entre sus agentes, permitirá como se observa de manera discreta crear resultados de mayor valor agregado que se traduzca en actividades productivas, de proveeduría y comercialización de calidad, de lo contrario, inevitablemente se conduce al estancamiento o la declinación como se observó en los casos de Guerrero y Ciudad de México.

Esta etapa llamada de aglomeración en desarrollo virtuoso se puede considerar hasta 2015, la formación de los demás centros joyeros se convierte en la actividad principal, debido a que fue la creación de hasta dieciocho centros joyeros, este hecho propicia que se establezcan nuevos vínculos y encadenamientos productivos entre todos los agentes. En este periodo se han emprendido iniciativas formales e informales de aglomeración en torno a los centros joyeros, también se formó una imagen común mediante un logotipo, una página web o una connotación vinculados a la zona o actividad, aunque esta acción se realiza de forma más contundente en el año 2013, cuando llaman a Guadalajara capital joyera, en sesión de cabildo y se hace de manera formal.

En este caso, se aprecia el dinamismo que han tenido los centros joyeros hacia la industria y que ha tratado de seguir la cámara de la joyería al participar en el Consejo de la Moda, e inclusive del Comité Mexicano de la Moda, en el que ya cuenta con experiencia de seis años más que los demás estados. También se atribuye al dinamismo y sinergia que se generó en la forma de operar la estrategia de seguridad en el área de los centros joyeros con el gobierno municipal. La tercera etapa respecto de la madurez de la aglomeración, se considera que es a la que se aspira llegar; sin embargo, se percibe que todavía no alcanza a reunir la masa crítica de agentes innovadores para pasar a niveles más avanzados de agregación de valor, que todavía no ha logrado establecer los vínculos suficientes con los elementos que están fuera de la agrupación,

con otras aglomeraciones, actividades y regiones. En este caso, se cree que se va en el rumbo adecuado para alcanzar esta etapa, ya que se percibió con esta investigación que por lo menos en la agrupación de joyeros que más se reúnen se entendió que el asociacionismo es clave pero todavía no lo logra todo el sistema y le falta alcanzar el dinamismo de innovación interna de las empresas, en este sentido se cree que todavía se da la dependencia en la mayoría de insumos y proveeduría de importación, maquinaria y herramientas, así como le falta la generación de empresas conjuntas y empresas derivadas en todos los procesos de proveeduría, producción y comercialización.

En cuanto al tercer objetivo, sobre la práctica del arraigo productivo como un recurso de asociatividad en la reconfiguración del sistema productivo local de la industria de la joyería de Guadalajara, se mostró en el desarrollo de etapas como estrategia de cerrar las puertas a los extraños, pero al mismo tiempo de generar una puerta segura para quien compre, venda o produzca inicie una cadena productiva fincada en la confianza y el cumplimiento de compromisos, con este procedimiento es como establecen un entramado de seguridad con el asociacionismo entre los locatarios de los centros joyeros, quienes desarrollan una dinámica del sistema productivo local en el que propician generar un lugar de vida de este sector productivo a cierta escala, ya que también la capacidad de ocupación de los centros joyeros no se ubican todos al cien por ciento, pero en cada uno de ellos se percató la actividad sobre la industria, excepto el centro joyero Pabellón Joyero, el que se muestra vacío por la falta de vinculación a redes productivas como se mostró en el capítulo 5 y de forma espacial en el capítulo 6.

En relación al cuarto objetivo de investigación sobre el análisis de elementos o factores que determinan el fortalecimiento de las redes de asociación productiva desde un punto de vista espacial en la concentración de la industria de la joyería se rescata dentro de la formación de los centros joyeros que se van formando con un tipo de especialización, por lo general comparten la proveeduría y la comercialización, pero se detectaron cuatro centros joyeros dedicados de forma más significativa al proceso de producción, lo que hace de los centros joyeros un tipo de interacción espacial al interior de cada uno y ello dependerá de la especialización que maneje, en ese sentido puede trabajar incluso a puertas cerradas como medida de seguridad, como de especialización.

En el desarrollo de esta tesis se reconoce que hay aspectos que no se alcanzaron a trabajar o no se presentaron de manera más específica por falta de tiempo y por el enfoque de este

documento, por ejemplo la fase de proveeduría de la joyería faltó desarrollarla más con datos duros, tanto de lo que pertenece a las importaciones, como de insumos locales, así como con algún dato o elemento que a pesar de la dificultad para tratar el tema, por el aspecto de la inseguridad, las fuentes no siempre fueron accesibles y limitaron el conocimiento más a detalle y se explicara de manera más precisa.

También se reconoce que existen algunas líneas de investigación pendientes que no se alcanzaron a trabajar en este documento y entre estas líneas se pueden señalar desde la perspectiva de la producción y los trabajadores las características de producción y la maquila de joyería, como bisutería, la magnitud de la proveeduría, como las comercializadoras de joyería y de bisutería, la venta por catálogo como por redes sociales, así como el seguimiento a la elaboración y la venta al menudeo de joyería y bisutería por mujeres “aboneras”.

8 Referencias bibliográficas:

- Alburquerque, F. (2002). Diseño territorial de políticas de fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas. *El Mercado de Valores*, 12-20.
- Altenburg, T., & Meyer, J. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World Development*, 27(9), 1693-1713.
- Álvarez, R., y Rendón, J. (2010). El territorio como factor de desarrollo. *Semestre Económico*, 13(27), 39-62.
- Arias, P. (1982). Rutas comerciales y agentes viajeros. *América indígena*, 42(3), 449-466.
- Arias, P. (1985). *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña industria*. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Arias, P. (1993). Cambio y continuidad en la vida económica tapatía. En C. L. Felipe, *Espacio urbano, cambio social y geografía aplicada* (págs. 85-95). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Arocena, J. (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva sociedad.
- Ashra, S. (2005). Emerging Indian Industries: The Case of Gems & Jewellery Sector Impending Constraints and Future Prospects. *Asia Pacific Business Review*, 2(1), 129-139.
- Bagwell, S. (2008). Creative clusters and city growth. *Creative Industries Journal*, 1(1), 31-46.
- Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale. *Revista di Economia e Politica Industriale*, 7-21.
- Becattini, G. (1992). The Marshallian industrial district as a socioeconomic. En F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengenberger, *Industrial districts* (págs. 37-51). Geneva: ILS.
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea, Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones regionales*(1), 9-32.
- Becattini, G. (2006). Reflexiones en torno al debate de los distritos industriales. *Los Distritos Industriales en Europa, una experiencia comparada* (págs. 1-11). Barcelona: Consorci Universitat Internacional Menéndez Pelayo de.
- Becattini, G., Bellandi, M., & De Propis, L. (2009). *Handbook of industrial districts*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Benito, I. (31 de 03 de 2013). @Crisis actual. Recuperado el 10 de 01 de 2019, de <https://crisisactual.com/2013/03/31/el-precio-del-oro-1970-2013/> .
- Bernal, M. (2005). *Tesis de Maestría: Análisis de los avances en la constitución de un distrito industrial en la región productora de tequila*. Zapopan: CUCEA-UdeG.

- Bernal, M., y Hernández, E. (2014). Avances en la estrategia de crecimiento económico del Programa de Regionalización en Jalisco. (C. Valles, Ed.) *Cultura, tecnología y patrimonio*, 9(17), 5-22.
- Berreyre, P. Y. (1980). Typologie des innovations. En *Revue Francaise Gestion* (págs. 9-15).
- Bianchi, P., y Di Tommaso, M. (1998). Política industrial para las pyme en la economía global. *Comercio Exterior*, 48(8), 617-623.
- Bosque, I. d., González, C., Forero, M., Morente, L., y Pérez, E. (2012). *Lis sistemas de información geográfica y la investigación en ciencias humanas y sociales*. Madrid: CESIC.
- Brusco, S. (1992). The idea of the industrial district: Its genesis. En F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengerberger, *Industrial District and Interfirm Cooperation in Italy* (págs. 10-19). Genova: IILS.
- Capecchi, V. (1992). A history of flexible specialisation and industrial districts in Emilia Romagna. En F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengerberger, *Industrial district and interfirm cooperation in Italy* (págs. 20-36). Genova: IILS.
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL). (2005). *Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en AL y el C. Políticas de articulación y articulación de las políticas*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Casalet, M. (2000). Redes empresariales y la construcción del entorno: nuevas instituciones e identidades. En E. De la Garza, *Tratadp latinoamericano de sociología de l trabajo* (págs. 312-341). México: COMLES-FLACSO-UAM-FCE.
- Castells, M. (1999). La empresa red: cultura, instituciones y organizaciones de la economía informacional. En M. Castells, *La era de la información, economía, sociedad y cultura. La sociedad red* (Vol. 1, págs. 179-223). México: Siglo XXI.
- Castillo, J. J. (1994). Distritos y detritos industriales, la nueva organización productiva en España. *Revista Eure*, 20(60), 25-42.
- Climent, E. (1997). Sistemas productivos locales y distritos industriales: el caso de España. *Revista Eure*, 91-106.
- Climent, E. (2009). Los sistemas productivos locales: de la especialización flexible a la mente invisible y la gobernanza en red. *Ería*(78-79), 139.153.
- Consejo de Planeación Urbana (COPLAUR). (2014). Historia de la Plaza Tapatía. Presentación de la construcción de la Plaza Tapatía de Guadalajara, Jalisco. Video e imágenes facilitadas por COPLAUR / Historias Guadalajara. <https://www.youtube.com/watch?v=FPQJYkIf2I>. Consultado 9 de enero de 2019.

- Córdova, M. (2013). *Factores determinantes en la internacionalización de las pymes del sector joyero de Jalisco al mercado de China*. Zapopan: Universidad de Guadalajara.
- Dei Ottati, G. (1995). *Tra mercato e comunità: aspetti concettuali e ricerche empiriche sul distretto industriale*. FrancoAngeli.
- Dei Ottati, G. (Abril de 2016). *Marshallian Industrial District: The end of an era or adaptation to the global economy?* Recuperado el Octubre de 2016, de http://www.cpes.org.uk/dev/wp-content/uploads/2016/04/Gabi_Dei_Ottati.pdf
- De Propriis, L. (2005). Mapping local production systems in the UK: methodology and application. *Regional Studies*, 39(2), 197-211.
- De Propriis, L., & Wei, P. (2007). Governance and competitiveness in the Birmingham Jewellery District. *Urban Studies*, 44(12), 2465-2486.
- De Propriis, L., & Lazeretti, L. (2009). Measuring the decline of a Marshallian industrial district: the Birmingham jewellery quarter. *Regional studies*, 43(9), 1135-1154.
- Dierckxsens, W. (2012). *Economía de guerra vs economía especulativa: a once años de las Torres Gemelas*. Recuperado el 2015, de http://www.lahaine.org/est_espanol.php/economia-de-guerra-vs-economia-especulat
- Dolcestilnovo. (13 de 03 de 2011). *A very Venetian Carnival*. Recuperado el 09 de 01 de 2019, de dolcestilnovo.wordpress.com/2011/03/13/a-very-venetian-carnival/
- Durand, J. (2014). Coordenadas metodológicas. De cómo armar el rompecabezas. En C. Ochmichen, *La Etnografía y el trabajo de campo en las ciencias sociales* (págs. 261-284). México: UNAM.
- Feenstra, R. C. (1998). Integration of Trade and Disintegration of Production in the. *Journal of Economic Perspectives*, 12(4).
- Fernández, V. R., y Vigil, J. I. (2007). Clusters y desarrollo territorial. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina. *Economía, Sociedad y Territorio*, 6(24), 859-912.
- Fernández, L. (2006). *Plan estratégico del sistema productivo local de la joyería de Córdoba*. Recuperado el 8 de Junio de 2017, de <https://es.scribd.com/document/.../Plan-Estrategico-del-SPL-de-la-Joyeria-de-Cordoba>
- Fernández, V., y I, V. J. (2009). Clústers en la periferia: conceptos, análisis y políticas: un estudio de caso en Argentina. *Comercio exterior*, 59(2), 97-110.
- Flores, M. (7 de octubre de 2015). *Entra Jalisco a la Confederación Mundial de Joyería*. (O. El Occidental, Ed.) Recuperado el 30 de enero de 2016, de <http://www.oem.com.mx/eloccidental/notas/n3969070.htm>
- Fuentes, N. A., y Martínez Pellégrini, S. (2004). Tipología de sistemas productivos locales en Baja California. En J. Carrillo , & R. Partida, *La industria maquiladora mexicana*,

- aprendizaje tecnológico, impacto regional y entornos institucionales* (págs. 15-24). El Colef-UdeG.
- Gary, G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. (IIEc-UNAM, Ed.) *Problemas del desarrollo*, 32(25), 9-37.
- Garza, E. d. (1999). Epistemología de las Teorías sobre Modelos de Producción. En *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XXI* (págs. 71-85). Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Garza, E. d. (2002). La Configuración como alternativa al concepto standard de Teoría. *Epistemología y sujetos: algunas contribuciones al debate*, 2(17).
- Garza, E. d. (2018). El concepto de configuración. En E. d. Garza, *La metodología configuracionista para la investigación* (págs. 211-246). México: Gedisa.
- Gaytán, K. (2006). Innovación tecnológica y sistemas productivos locales. *Economía UNAM*, 3(7), 131-151.
- GoldpricetickerMéxico. (10 de 02 de 2018). *Goldpriceticker*. Recuperado el 03 de 11 de 2018, de <http://www.goldpriceticker.com/es/gold-rates/mexico/>
- González, E. (2013). *Percepción del cliente, de la calidad en el servicio que ofrecen las empresas que integran el Magno centro Joyero de Guadalajara*. Zapopan: Universidad de Guadalajara.
- González, O. (2014). Sistemas productivos locales en América Latina: revisión de alcances y límites. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, 17(35), 9-31.
- Guadalajara.net. (2004). *Barrios, Guadalajara ciudad de las rosas*. Recuperado el 02 de 10 de 2017, de <http://guadalajara.net/html/barrios/03.shtml>
- Helmsing, A. (1999). Teorías de desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación. *Revista Eure*, 25(75), 5-39.
- Hernández, E. (2006). *Estrategias de reestructuración productiva de los empresarios tapatíos de la industria del calzado*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, F., y Soler, V. (2008). Medición del "efecto distrito": una aproximación no paramétrica. *Mediterráneo Económico* 13.
- Hernández, J. M., Fontrodona, F., & Pezzi, A. (2005). *Map of local industrial production systems in Catalunya*. Catalunya: Secretaria d'Industria.
- Icart, I. B., & Baltar, F. (2010). Desarrollo endógeno, calidad institucional e innovación. Una revisión de la teoría y algunos de sus límites. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*(48), 1-18.
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). (2006). Estudio de mercado de la joyería en México. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.

Consultado en:

http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le2186_mexico_joyeria.pdf

Recuperado el 5 de octubre 2016.

- INEGI. (1997-2008). *Estadísticas judiciales en materia penal por municipios*. México: INEGI.
- INEGI. (10 de 09 de 2015). *Cuéntame.inegi.org/Monografías*. Recuperado el 07 de 05 de 2017, de <http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/jal/default.aspx?tema=me&e=14>. (INEGI)
- Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG). (2017). *Industria de la joyería, Ficha sectorial*. Guadalajara.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). *Marco geoestadístico estatal*. Guadalajara.
- Jaén, B. (2007). El papel de las empresas transnacionales en el origen y escalamiento del clúster de la electrónica de la Región Metropolitana de Guadalajara. *Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales*. Guadalajara: CUCSH UdeG.
- Jaén, B., y León, M. M. (2014). El clúster de la moda en Jalisco: diagnósticos y perspectivas. En R. Arechavala Vargas, *Procesos de clusterización en Jalisco. Retos del aprendizaje y la colaboración interempresarial* (págs. 56-84). Guadalajara: Universitaria.
- Jiménez, M. (2006). *Crisis y criminalidad en la década de los 70's (Perfil de los criminales en Guadalajara)*. Recuperado el 1° de enero de 2019, de <http://sincronia.cucsh.udg.mx/jimenezw06a.htm>
- Juárez, P. (13 de 04 de 2018). *México suma ocho años como líder productor de plata*. Recuperado el 2019 de 01 de 09, de Milenio: <http://www.milenio.com/negocios/mexico-suma-anos-lider-productor-plata>
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A Handbook for value chain research*. Recuperado el 8 de septiembre de 2017, de IDS Research Report: www.globalvaluechains.org/tools/index.html
- Karte_Golf_von_Thailand. (11 de 03 de 2016). *Wikimedia.org*. Recuperado el 09 de 01 de 2019, de https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/16/Karte_Golf_von_Thailand_es.png/280px-Karte_Golf_von_Thailand_es.png
- Lailson, S. (1985). De mercaderes a industriales. En P. Arias, *Guadalajara, la granciedad de la pequeña industria* (págs. 191-217). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- León, M. M. (2010). *Especialización productiva y laboral de la zona metropolitana de Guadalajara*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- León, M. M., y Jaén, B. (2013). Capacidad empresarial y capital social: fuentes del desarrollo local, el caso de la industria joyera en Jalisco. *Ra Ximhai*(9), 47-64.

- León, M. M., y Jaén, B. (2014). La industria joyera en Jalisco. En R. Arechavala Vargas, *Procesos de clusterización en Jalisco* (págs. 125-140). Guadalajara: Universitaria.
- Lozano, K. M. (marzo-abril de 2007). Los sistemas productivos locales y la importancia de la innovación en la construcción del territorio: El caso de la industria mueblera en Jalisco, México. *Economía Informa*(345), 177-201.
- Lozano, K. M. (2012). Evaluación teórica del concepto de sistemas productivos locales y conformación de una propuesta metodológica de análisis. *Medio ambiente y urbanización*, 76(1), 163-186.
- Madruga, A. (2013). Los sistemas productivos locales. Término para un debate desde la economía política. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*(2013_04), 1-26.
- Maillat, D., y Kebir, L. (1998). *The Learning Region and Territorial Production Systems*. Universidad de Nauchátel Working Paper IRER9802b.
- Méndez, R. (1997). Organización espacial de las de las actividades económicas. En R. Méndez, *Geografía económica, la lógica espacial del capitalismo global* (págs. 255-319). Barcelona: Ariel.
- Méndez, R. (2002). Innovación y territorio tradicional: algunos debates teóricos recientes. *Revista Eure*, 63-83.
- Molina, H., y Conca, F. J. (2000). *Innovación tecnológica y competitividad empresarial*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Moncayo, E. (2001). Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo regional. En G. Montañez, & F. Viviescas, *Espacio y territorios: razón, pasión e imaginarios* (págs. 67-99). Bogotá: UNC-Red de Estudios de Espacios y Territorios.
- Municipios, E. J. (2019). *Delitos por robo de los delincuentes sentenciados en el municipio de Guadalajara 1997-2008*. Guadalajara: INEGI.
- Muriá, J. (1988). *Breve historia de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- NOM-033-SCFI-1994: Norma Oficial Mexicana 033: "Alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio - especificaciones y metodos de prueba - informacion comercial". Consultada en http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4713485&fecha=12/07/1994. Fecha 15 de noviembre 2018.
- Paolo, L. (2014). *Hacia un desarrollo integrador equitativo: una introducción al desarrollo local*. Obtenido de <http://www.bibliotecavirtual.info/2011/06/hacia-un-desarrollo-integrador-y-equitativo-una-introduccion-al-desarrollo-local/>
- Parra, G., García, P. M., y Jiménez, J. J. (2008). Coopetición y ventaja competitiva de los distritos industriales. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(1), 85-102.

- Paunero, X. (2001). Sistemas productivos locales en América Latina ¿Fortaleza o nueva mitología? *Estudios interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 12(1), 167-175.
- Paunero, X., Sánchez, G., y Corona, L. (2007). Sistemas productivos locales en México. Tipología desde la perspectiva europea. *Economía informa*(345), 216-237.
- Piore, M., y Sabel, C. (1984). *Posibilidades de alcanzar la prosperidad: keynesianismo internacional y la especialización flexible*. (M. Rabasco, & L. Toharia , Trads.) Madrid: Alianza.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Nueva York: Free Press.
- Porter, M., & Ketels, C. (2009). Clusteres y distritos industriales: rutas comunes, diferentes perspectivas. En G. Becattini , M. Bellandi , & L. De Propis, *Handbook of Industrial Districts* (págs. 173-183). Cheltenham: Edward Elgar.
- Portes, A. (1999). Capital social: sus orígenes y aplicaciones. En J. Carpio, & I. Novacovsky, *De igual a igual. El desafío del estado ante los nuevos problemas sociales* (págs. 2.-23). D.F., México: SIEMPRO-FLACSO-FCE.
- Pozos, F. (1996). *Metrópolis en reestructuración: Guadalajara y Monterrey 1980-1989*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Pyke, F. (2009). Industrial districts, sectoral clusters and global competition in the precious jewellery industry. En G. B. Becattini, *Handbook of Industrial Districts* (págs. 666-682). Cheltenham: EE.
- Quévit, M. (1991). Innovative environments and local/international linkages in enterprise strategy: a framework for analysis. En R. Camagni, *Innovation networks : spatial perspectives* (págs. 55-70). London: Belhaven Press.
- Quintar, A., y Gatto, F. (1992). Distritos industriales italianos, experiencias y aportes para el desarrollo de políticas industriales locales. *Documento de trabajo PRIDE*(29), 1-79.
- Ramírez, J. (2005). Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam. *Acta Republicana*, 4(4), 21-36.
- Reichardt, C., y Cook, T. (2003). Hacia una separación del enfretamiento entre los métodos cualitativos y cuantitativos. En *Métodos cualitativos y cuantitativos de investigación social* (págs. 25-58). España: Morata.
- Rendón, J. F. (2014). Sistemas productivos locales: estrategias empresariales para el desarrollo. *Semestre Económico*, 17(35), 75-94.
- Romero, H., Barriga, O., y Henríquez, G. (2007). Construcción de un índice de arraigo socioproductivo: hacia un concepto amplio de capital. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 13(6), 1-21.
- Sáez, A. (1999). *Transformación y ajuste productivo en los Sistemas Productivos Locales: El Valle del Juguete*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

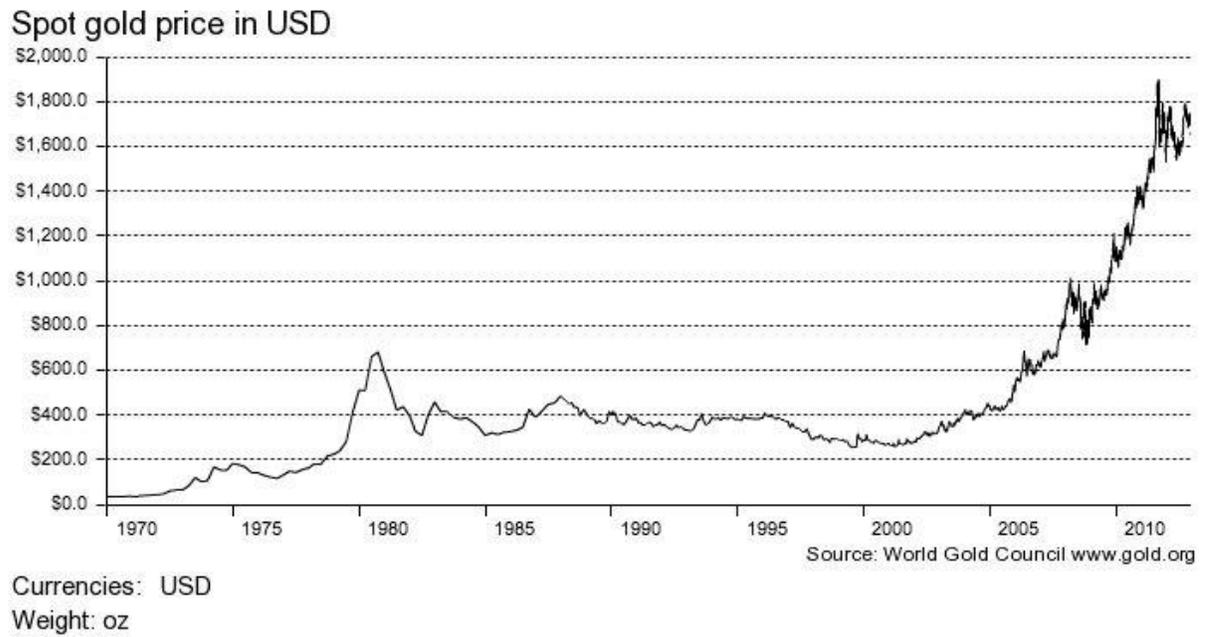
- Sandoval, F. B. (1956). La industria de la platería. *Comercio exterior*, 76-80.
- Sanz, L. (2003). Análisis de Redes Sociales: o como representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*(7), 21-29.
- Sassen, S. (2008). Actores y espacios laborales de la globalización. *Papeles*(101), 33-51.
- Scott, A. (1988). Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Europe. *International Journal of Urban and Regional Research*, 12(2), 171-187.
- Sforzi, F. (1992). The quantitative importance of Marshallian industrial. En F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengerberger, *Industrial districts* (págs. 75-107). Geneva: IILS.
- Sforzi, F. (2007). Del distrito industrial al desarrollo local. En R. Rosales Ortega, *Desarrollo local: Teoría y prácticas socioterritoriales* (págs. 27-50). D.F., México: Miguel Ángel Porrúa.
- Sforzi, F. (2008). The industrial district: from Marshall to Becattini. *Mediterráneo Económico*(13), 43-54.
- Sforzi, F. (2015). Rethinking the industrial district: 35 years later. *Journal of the Regional Research*, 2015(32), 11-29.
- Slideshare. (21 de 02 de 2011). *Gems and jewellery industry in India*. Recuperado el 09 de 01 de 2019, de <https://www.slideshare.net/aanaarden/gems-and-jewellery>
- Sobrino, J. (2014). Agrupamientos económicos, competitividad urbana y política industrial en México. En S. E. Goirguli Saucedo, & V. Ugalde, *Gobierno, territorio y población: las políticas públicas en la mira* (págs. 461-516). México: COLMEX-CEDUA.
- Soler, V. H. (2006). Eficiencia técnica y externalidades espaciales en la industria. *Los distritos industriales en Europa: Una experiencia comparada* (págs. 1-24). Barcelona: Consorci Universitat Internacional Menéndez y Pelayo.
- Transparencia, G. (8 de 12 de 2012). *Plan Municipal de Desarrollo Guadalajara*. Recuperado el 10 de 11 de 2018, de <https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/PMDGuadalajara2012-2015.pdf>
- Trullén, J. (2015). Giacomo Becattini and the Marshall's method. *Journal of Regional Research*, 2015(32), 43-60.
- USAID, U. A. (2002). *Thailand Competitiveness Initiative*. Recuperado el 16 de febrero de 2015, de http://www.channelingreality.com/CORE/Other_Areas/Thailand_Cluster_Policy.pdf
- Vasikasin, P. (2016). *Impact assessment of export processing zone on Thailand's gem and jewelry industry*. Thammasat: Universidad de Thammasat.

- Vázquez, A. (1993). *Política económica local. La respuesta de las ciudades a los desafíos del ajuste productivo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Vázquez, A. (1999). *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Vázquez, A. (2001). *La política de desarrollo económico local en Europa*. (F. En Rodríguez Gutiérrez, Ed.) Madrid: Ediciones TREA.
- Vázquez, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.
- Vázquez, D. (1985). La ciudad en perspectiva. En P. Arias, *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña empresa* (págs. 57-75). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Vega, C. (1998). Tres regiones de México ante la globalización: los casos de Chihuahua, Nuevo León y Jalisco. En C. Vega, I. Bizberg, & H. Riviére, *Las regiones ante la globalización* (págs. 189-261). México: CEMCA-ORSTOM-COLMEX.
- Vera, J. R., y Ganga, F. A. (2007). Los clústeres industriales: precisión conceptual y desarrollo teórico. *Cuad de Adm*, 20(30), 302-322.
- www.msmefoundation.org. (18 de junio de 2007). *Diagnostic study of gold ornaments jewellery cluster thissur*. Recuperado el mayo de 2016, de http://www.msmefoundation.org/DSR_temp/Diagnostic%20Study%20Report%20of%20Gold%20Ornaments%20Jewellery%20Cluster%20-%20Thrissur.pdf
- Zusman, P. (2002). Milton Santos. El seu llegat teòric i existencial (1926-2001). *Doc. Anàl. Geogr*(40), 205-219.

9 Anexos

9.1 Figura 1

Cotización internacional del precio del oro por onza de 1970-2010



Fuente: (<https://crisisactual.com/2013/03/31/el-precio-del-oro-1970-2013/>) Consultado 1° de enero 2019.

9.2

Figura 2

Cotización internacional del precio del oro por onza de 1911-2013

Spot gold price in USD



Currencies: USD

Weight: oz

Fuente: (<https://crisisactual.com/2013/03/31/el-precio-del-oro-1970-2013/>) Consultado 1° de enero 2019.

9.3

Figura 3

Cotización internacional del precio de la onza de plata 1975-2016



Fuente: <https://silverprice.org/es/silver-price-history.htm> .Consultado el 9 de enero 2019.

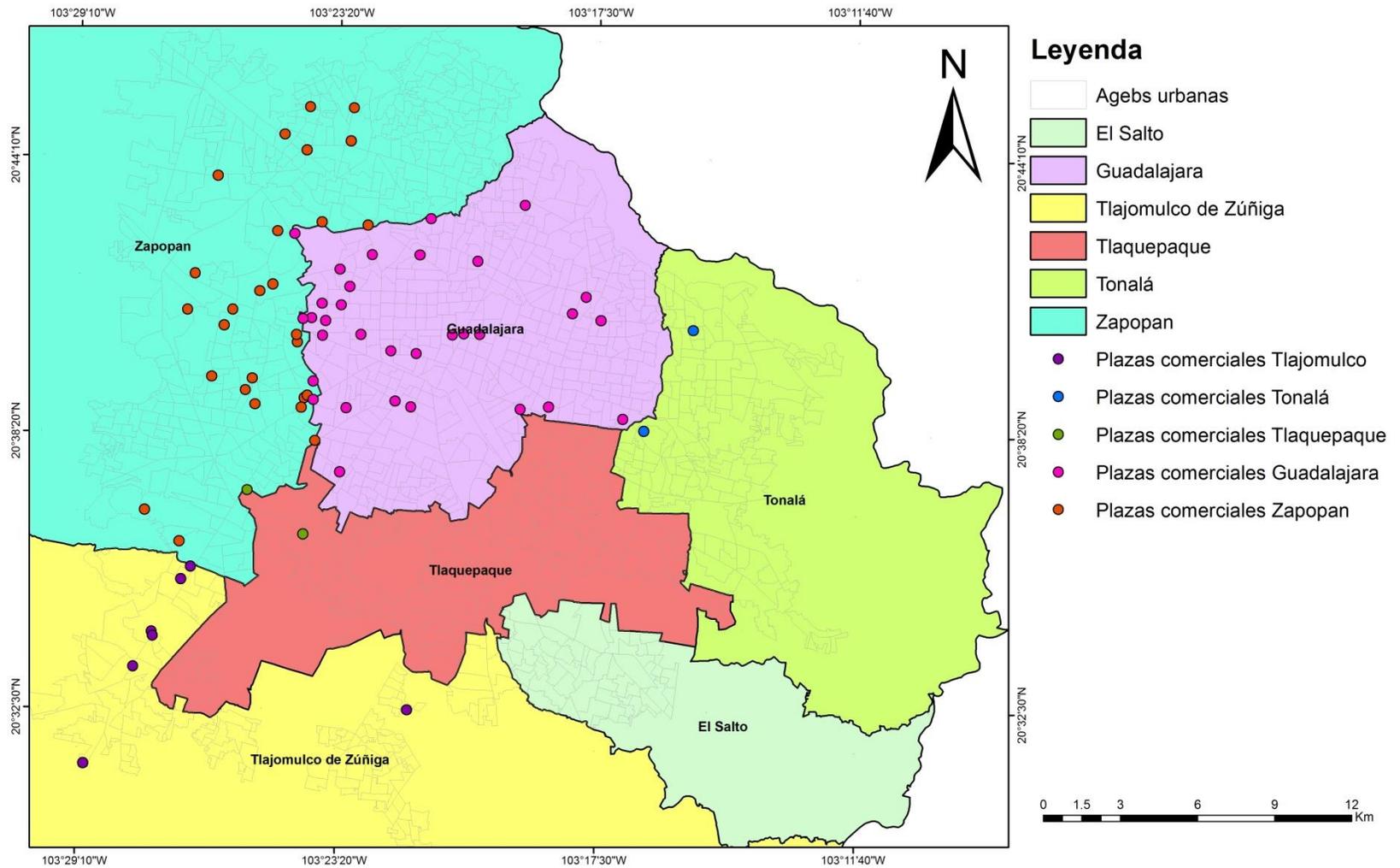
9.4 Figura

Localización de plazas comerciales en Área Metropolitana de Guadalajara (2016)

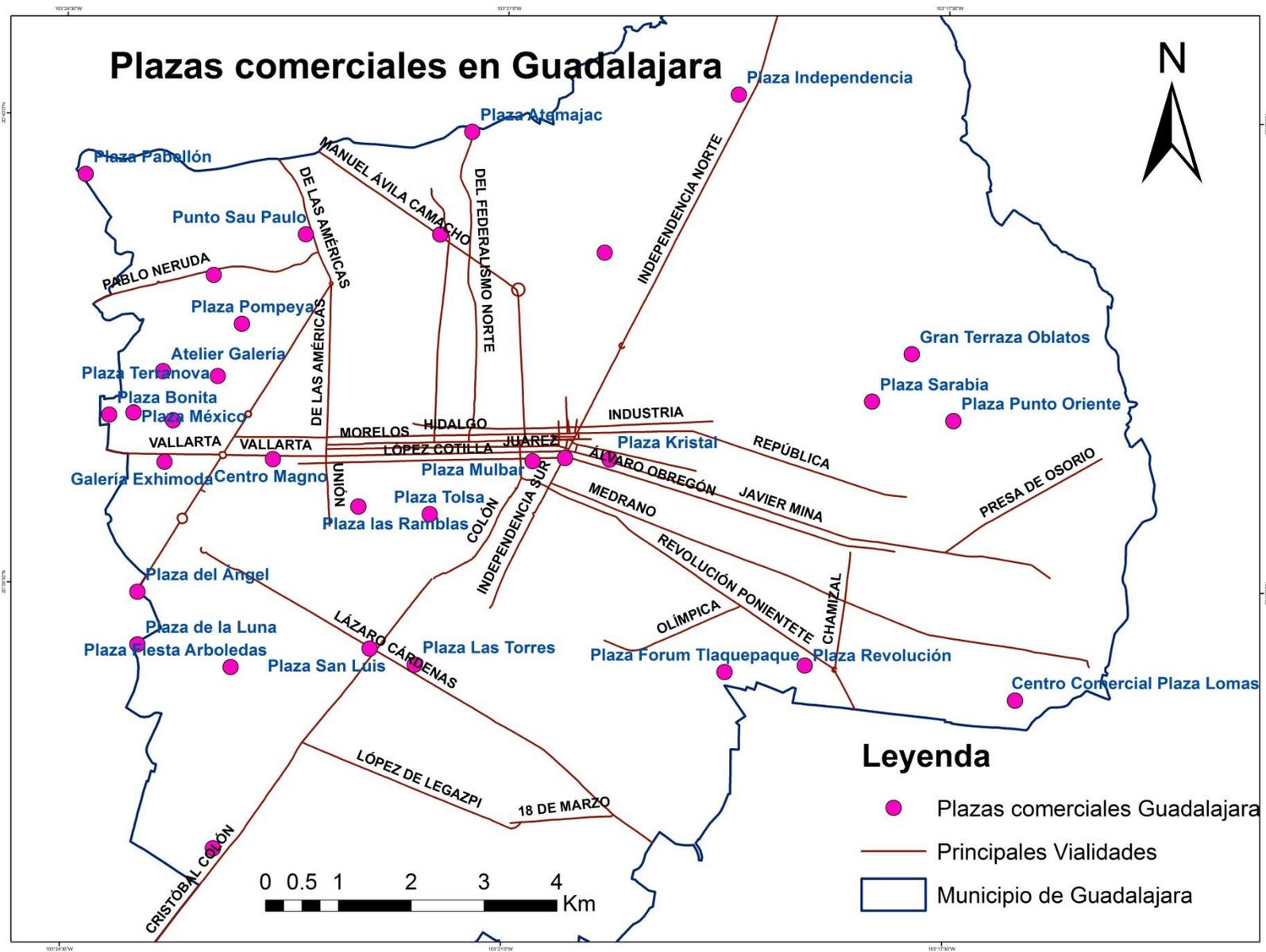
9.5 Figura

Plazas comerciales en el municipio de Guadalajara con datos (2016)

Plazas Comerciales en el Área Metropolitana de Guadalajara



Fuente: Elaboración propia con datos de trabajo de campo



9.6 Cuestionario 1

Formato de entrevista semi estructurada dirigido a Productores, Proveedores y Comercializadores de Joyería de Guadalajara de más de 35 años:

1. ¿Qué situación económica vivió su empresa en el surgimiento de los CJ de 1983?
2. ¿De qué forma le benefició el surgimiento de los CJ?
3. ¿Qué cambios experimentó como empresa (cambio de lugar, de producto, materiales, empleados, proceso productivo, organigrama)? ¿Por qué?
4. ¿Qué tipo de relación tenía con sus proveedores, clientes y formas de relacionarse con la industria antes de los CJ?
5. ¿Con qué personas prefiere trabajar (con familiares, amistades, recomendados)? ¿Para qué? ¿Por qué? ¿En qué caso o proceso?
6. ¿Alguna vez se asoció con algún familiar, amistad, recomendado y/o institución para comprar, producir, capacitar, subcontratar, vender, exportar, importar, diseñar, exposiciones u otros? ¿Para qué? ¿Con quién?
7. ¿Qué acuerdos establecieron? ¿firmó algún contrato de tiempo, objetivo o meta? ¿O fue de palabra? ¿qué resultados tuvo?
8. ¿Con quién ha creado nuevos procesos productivos o nuevos productos (fechas, tipos marcas, exposiciones, compra de material, diseño) ¿qué resultados obtuvo?
9. ¿Ha creado una marca o registro de propiedad, o participado como fabricante de equipo original, o fabricante de diseño original?
10. ¿Cómo localiza las novedades en la joyería para sacar un nuevo proceso o producto?
11. Ha generado algún tipo de acuerdo para innovar en tecnología? ¿Cuántos, con quienes, en qué año, lugar, resultados?
12. ¿Existe alguna información que se comparte entre los joyeros como recomendaciones y/o consejos que se transmitan de generación en generación, porqué y con quién?
13. ¿Se siente orgulloso de pertenecer al círculo de joyeros de Guadalajara? ¿Por qué? ¿Qué diferencias tiene con los demás?
14. ¿Qué actividades lo motivan a realizar con reciprocidad entre el círculo de joyeros?
15. ¿Desde cuándo empezó con esta actividad?

16. ¿Qué tipo de información, producto o servicio acostumbran intercambiar entre el círculo de joyeros, de proveedores, productores o comercializadores?
17. ¿Con quién prefiere la reciprocidad de relación? ¿Por qué?
18. ¿Cómo soluciona las dificultades en el proceso de su trabajo? ¿Por qué?

9.7

Cuestionario 2.

Formato de entrevista semiestructurada para quienes estuvieron en el proceso de creación de los CJ:

1. ¿Cuál fue la principal razón de que se reunieron en 1983 algunos joyeros? ¿Qué necesidades tenían? ¿Por qué siguió el mismo modelo de aglomeración que en otros lugares?
2. ¿Qué situación enfrentó la industria para que se crearan los CJ?
3. ¿Por qué se establecieron la mayoría en la Plaza Tapatía (trabajadores y clientes? ¿Han estado desde el inicio los mismos iniciadores joyeros? ¿Cuántos socios empezaron por CJ y con qué características? ¿Con quienes prefirieron establecer los CJ? ¿Qué acuerdos tomaron?
4. ¿Qué características de atención y servicio tienen actualmente?
5. ¿Qué condiciones tienen para los que quieren un local (venta o renta)?
6. ¿Qué objetivos tienen ahora los CJ para la industria?
7. ¿Qué capacidad de respuesta tienen ante desafíos de competencia, tendencias, cambios tecnológicos?
8. ¿Qué gama de servicios ofrecen?
9. ¿Tienen identificados acuerdos entre proveedores, productores o comercializadores, otro? ¿Quiénes son los proveedores, productores y comercializadores más importantes, otro?
10. ¿Qué distingue a estos CJ de los demás?
11. La proximidad de los locales en los CJ ha permitido:
 - La transmisión de información esencial
 - Creación de nuevos productos y procesos productivos
 - Información novedosa para más innovaciones
 - Innovaciones tecnológicas
 - Nuevos procesos de venta

9.8

Cuestionario 3.

Formato de entrevista semi estructurada para los representantes institucionales

1. Situación actual y relevancia de la industria de la joyería
2. ¿Cuáles son los factores críticos para el éxito de las empresas de la joyería, según su relevancia?
3. ¿Qué apoyos han recibido del gobierno estatal, municipal?
4. ¿Qué apoyos ofrecen para mejorar la integración de la cadena productiva y las redes de cooperación en la industria? ¿Qué acciones ha realizado el Clúster de la Moda que beneficien a la industria joyera?
5. ¿Cuáles son los principales obstáculos para la cooperación entre las empresas joyeras de Guadalajara?