

Migrantes Exitosos

La franquicia social como modelo de negocios

Patricia Arias (Coordinadora)



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

**Migrantes exitosos.
La franquicia social como modelo
de negocios**

Patricia Arias
(Coordinadora)

Departamento de Estudios Políticos
CUCSH
Universidad de Guadalajara

Primera edición 2017

Migrantes exitosos. La franquicia social como modelo de negocios

Esta publicación fue apoyada por:

P/PFCE-2016-14MSU0010Z-12-03 PRODUCTO FINANCIERO.

Programa de Fortalecimiento a la Calidad Educativa del Centro

*Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de
Guadalajara.*

D.R. © 2017, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Coordinación Editorial

Juan Manuel, núm. 130

Zona Centro

44100 Guadalajara, Jalisco, México

Consulte nuestro catálogo en <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/>

ISBN E-BOOK: 978-607-742980-7

Impreso y hecho en México

Printed and made in México

Índice

Introducción. La franquicia social como modelo de negocios <i>Patricia Arias</i>	7
Primera parte Cuatro ejemplos históricos	
Los paleteros de Mexxicacán, Jalisco. Un estudio de empresarios rurales en México 1964-1966 <i>Jack R. Rollwagen</i>	33
La fiesta patronal como eje articulador para el desarrollo de los negocios de tortillas entre los emigrantes de Juanchorrey, Zacatecas <i>Kenia Berenice Ortiz Cadena</i>	73
La evidencia del éxito. Residencias y mausoleos en Santiaguito, Arandas, Jalisco <i>Martha Muñoz Durán e Imelda Sánchez García</i>	99
Entre dos crisis: los abarroteros de San Ignacio Cerro Gordo, Jalisco <i>Patricia Arias</i>	149

Segunda parte
Dos ejemplos recientes

Vendedores de fruta. Indígenas nahuas en la ZMG <i>Alma Leticia Flores Ávila y Javier Ezaú Pérez Rodríguez</i>	173
Muebleros de Capacuaro en la ZMG <i>Alma Leticia Flores Ávila, María Evangelina Salinas Escobar y Ana Belén Alejandre Magaña</i>	197
Sobre los autores	214

Introducción

La franquicia social como modelo de negocios

Patricia Arias

Este libro reúne seis artículos acerca de migrantes rurales que a lo largo de los siglos XX y XXI se desplazaron a diferentes ciudades de México donde se convirtieron en empresarios que modificaron no sólo las trayectorias de sus vidas y las de sus familias sino también las de sus comunidades de origen. En pocos años, esos migrantes se convirtieron en hombres de negocios ampliamente reconocidos en sus nichos de actividad, sus establecimientos han persistido y, a pesar del tiempo y el paso de las generaciones, han mantenido, ellos y sus descendientes, relaciones significativas con las comunidades de las que son originarios.

Los migrantes—empresarios comparten el provenir, en cada caso, de un determinado lugar de origen, la dedicación, por cuenta propia, a un mismo giro, aunque con una gran dispersión geográfica y el mantenimiento de la relación, necesaria y persistente, con las comunidades de las que un día salieron en busca de mejores oportunidades. Se trata de una historia de migrantes construida desde el margen, en las orillas menos conocidas de dos fenómenos: la migración rural-urbana y los empresarios en México.

El elemento central que tienen en común es haber generado un modelo de negocios al que denominamos franquicia social. Se trata de una modalidad de desarrollo y reproducción empresarial que, ante la ausencia de recursos y acceso a recursos monetarios, se basa en la maximización de recursos sociales y culturales. Como es sabido, la franquicia es una relación de negocios entre el propietario de una marca comercial y otras personas que desean utilizar esa identificación para desarrollar y multiplicar los establecimientos. Los ejemplos más conocidos son las cadenas que existen en Estados Unidos en casi cualquier giro: McDonald's, Starbucks, Walmart, Whole Foods y tantas más.

La franquicia social es muy diferente. Se basa en los siguientes principios: los recursos económicos —capital, préstamos— y sociales —formas de asociación, información, contactos— para iniciar los establecimientos se basan en relaciones personales de confianza basadas en las comunidades de origen; los establecimientos, de un mismo giro, fueron iniciados y permanecen —mediante venta, renta, traspaso— en poder de vecinos de una misma localidad; el manejo de los negocios se aprende y reproduce entre paisanos; la dedicación de los empresarios a los negocios es una forma de autoexplotación que da resultados; los trabajadores se reclutan con base en relaciones de paisanaje, parentesco, amistad y compadrazgo ancladas en los lugares de origen.

Esta historia de migrantes-empresarios recorre los siglos XX y XXI y ocurre en distintos espacios de la geografía mexicana. Se inició en la década de 1930 con los migrantes de Santiaguillo de Velázquez, una minúscula localidad del municipio de Arandas, Jalisco, que se convirtieron en taqueros en la ciudad de México; en las décadas 1940–1950 los vecinos de Mexxicacán, Altos de Jalisco y los de Juanchorrey, pequeña población del municipio de Tepetongo en Zacatecas, migraron a diferentes ciudades del país donde se convirtieron en paleteros¹ y fabricantes de tortillas respectivamente. A fines de la década de 1960 los migrantes de San Ignacio Cerro Gordo, Jalisco, que se desplazaron a la ciudad de México e incursionaron en el giro de las tiendas de abarrotes. Son los ejemplos pioneros y más consolidados de la franquicia social como modelo de negocios. Los cuatro ejemplos corresponden a sociedades rancheras de dos estados de la región occidental de México: Jalisco y Zacatecas.

Hemos incluido dos ejemplos recientes, también más modestos, que no sabemos si se convertirán en actividades empresariales como las anteriores, pero tienen elementos que dan cuenta de la persistencia de la franquicia social como modelo de negocios. Un cambio notable respecto a los ejemplos históricos es que se trata de migrantes de origen indígena. Desde fines de la década de 1990 migrantes nahuas originarios de pequeñas localidades de los municipios de Huejutla y Jaltocán del estado de Hidalgo, se han especializado en la venta callejera de fruta preparada en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Otros migrantes indígenas, en este caso purépechas del pueblo de Capacuaro, Michoacán, se han dedicado a la fabricación y venta de muebles, también en la ZMG.

En estos momentos en que se ha modificado el patrón migratorio entre México y Estados Unidos, es decir, cuando se ha cancelado la circularidad de la migración internacional, la actividad empresarial de pequeña escala ha reaparecido o se ha intensificado como opción laboral y de inserción de migrantes rurales ya no en espacios urbanos sino en ámbitos metropolitanos. Opción que forma parte de los nuevos desplazamientos y migraciones que ha puesto en marcha la gente del campo que durante más de un siglo pudo migrar a Estados Unidos y desde 2005 no ha podido hacerlo. Situación que persistirá durante mucho tiempo.

¹ Otro estudio sobre paleteros, en este caso de Tocumbo, se publicó en el libro *La Michoacana. Historia de los paleteros de Tocumbo*, de Martín González de la Vara. Es una investigación histórica que traza desde las características históricas, geográficas y del poblamiento en la microrregión michoacana donde se ubica Tocumbo, hasta el origen de la paletería y la trayectoria de los empresarios. El autor hace hincapié en la construcción, muy dinámica y maleable, de una región paletería en el lugar de origen y, al mismo tiempo, en la existencia de una amplia y flexible red de paleterías “La Michoacana” dispersa en todo México.

Los migrantes internos: muchos trabajadores, algunos empresarios

Como es sabido, la migración interna empezó a ser estudiada en la década de 1970. La migración rural-urbana que se desencadenó en la década de 1940 estuvo asociada con la industrialización, basada en la sustitución de importaciones, que requirió, como nunca antes, del desplazamiento y la concentración de trabajadores en las urbes, en especial, en la capital del país y las ciudades de Guadalajara y Monterrey (Garza, 1980). Desde ese tiempo se advirtió que los migrantes del campo pasaban a engrosar las filas de los trabajadores asalariados o por cuenta propia en la industria, el comercio y los servicios. En las economías urbanas se integraban especialmente en las actividades que se empezaron a definir como “marginales” o “informales”, es decir, donde el empleo, aunque amplio, carecía de las prestaciones y derechos laborales que se ofrecían en las empresas formales donde los trabajadores solían contar con organizaciones sindicales que defendían sus derechos (Lomnitz, 1975; Roberts, 1978).

Los migrantes eran hombres y mujeres jóvenes, con escasa instrucción, solteros, solos o en pareja, que se insertaban en los nichos laborales, residenciales y sociales de sus paisanos; por lo regular, en los empleos más precarios y peor pagados de la ciudad: para las mujeres, el trabajo doméstico y el comercio ambulante; para los hombres, la industria de la construcción y los puestos de cargadores, macheteros y estibadores en los mercados (Arizpe, 1980; Bataillon y Rivière D’Arc, 1973; Kemper, 1976).

Lo anterior perfilaba, en buena medida, su destino en la ciudad: permanecer en los empleos y espacios donde se habían instalado a su llegada (Bataillon y Rivière D’Arc, 1973). Aunque el propósito de los migrantes era regresar a sus comunidades de origen y muchos hicieron el viaje de retorno, hubo otros muchos que permanecieron en las ciudades (Kemper, 1976).

En oleadas sucesivas los migrantes se convirtieron en trabajadores urbanos que se integraron en los lugares de destino. Desde luego que mantuvieron vínculos afectivos y festivos con sus comunidades de origen a las que regresaban para las celebraciones familiares y comunitarias. Enviaban dinero a sus familiares, en especial, a los padres, y ayudaban a los parientes y paisanos que siguieron migrando a las ciudades, pero no existía una actividad económica compartida que requiriera de una relación indispensable entre los migrantes avecindados en las ciudades y sus comunidades de origen.

Este libro trata de otros migrantes rurales; de aquellos que, aunque en una proporción muy menor, siguieron una trayectoria distinta en los lugares de destino en México. Los migrantes–empresarios se iniciaron por cuenta propia o como empleados en los establecimientos de sus paisanos en las ciudades, pero con el propósito de independizarse y ser propietarios de un establecimiento en las ciudades.

En ese sentido, los migrantes-empresarios difieren de otros migrantes del campo no sólo en cuanto a la inserción laboral que crearon y la relación que mantuvieron con sus comunidades de origen, sino también de los empresarios que han sido tradicionalmente estudiados por la historiografía y las ciencias sociales.

Los empresarios

El interés por el estudio de los empresarios se inició también en la década de 1970 cuando comenzaron a ser investigados los orígenes, la actuación, las relaciones y alianzas de hombres de negocios exitosos en diferentes momentos, actividades y regiones del país. Por lo regular, se ha investigado a grandes empresarios en giros reconocidos o conglomerados de empresas en la agroindustria, el comercio, las finanzas, la industria que formaban parte -o pasaron a formar parte- de élites económicas y políticas regionales y nacionales (Ramírez, 2012).

Los empresarios de los que hablamos en este libro son diferentes. Se trata de emprendedores de orígenes rurales modestos que se iniciaron a partir de actividades de muy pequeña escala. Su trayectoria, en términos conceptuales, resulta más cercana a lo que se ha planteado respecto a la economía étnica, entendida como “el estudio de actividades económicas con un considerable índice de propiedad o control de las mismas por parte de grupos minoritarios cuyo origen se encuentra en procesos migratorios” (Beltrán Antolín y Sáiz López, 2013: 88).

Se ha constatado que en “diferentes lugares del mundo migrantes de distinto origen y destinos se han convertido en empresarios”, en verdad, pequeños empresarios, entendidos como “todo trabajador autónomo con o sin empleados a su cargo” (Bertrán Antolín y Sáiz López, 2013: 88). Puede decirse que existe un amplio consenso en la literatura acerca de que la actividad empresarial es la que se ejerce como “negocio independiente de un propietario que opera mediante su propio autoempleo” (Portes y Zhou, 1996: 219).

En ese sentido, la noción de economía étnica puede extenderse para aplicarse a los migrantes de origen rural que desde la década de 1930 llegaron a diferentes ciudades de México y establecieron pequeños negocios por cuenta propia. Los estudios sobre los empresarios en general y los empresarios étnicos en particular han sido analizados a partir de tres conjuntos de factores que potencian y definen la actividad empresarial: estructurales, culturales e individuales (Barros Nock, 2013; Beltrán Antolín y Sáiz López, 2013; Raijman 2009; Valenzuela Camacho y Cota Cabrera, 2013; Valenzuela Camacho, 2007; Valenzuela García y Barros Nock, 2013).

Los factores estructurales tienen que ver con la estructura de oportunidades, es decir, con las características y condiciones económicas, políticas e institucionales en los lugares de destino (Beltrán Antolín y Sáiz López, 2013). Valenzuela Camacho (2007), en su estudio de los empresarios sinaloenses en California, es particularmente insistente acerca de la necesidad de tomar en cuenta las transformaciones que experimentan los lugares de destino para perfilar las posibilidades de éxito de los negocios “étnicos” en diferentes momentos.

Los primeros cuatro ejemplos de empresarios de los que trata este libro iniciaron sus carreras en la década de 1940, después de la revolución de 1910 y la guerra cristera –fundamental en la región centro-occidental– cuando México, superados muchos años de incertidumbre económica, política y social, comenzó una etapa sostenida de crecimiento económico; situación que expandió el empleo en todos los sectores, concentró a la población en las ciudades, en especial en las de México, Guadalajara y Monterrey y acarreo profundos cambios en las maneras de vivir y consumir de la población en los espacios urbanos (Bataillon y Rivière D’Arc, 1973).

Lo que enseñan los capítulos de este libro es que el dinamismo laboral y urbano asociado al proceso de sustitución de importaciones favoreció procesos de desarrollo económico para los migrantes internos en diversas ciudades del país, no sólo en las tres grandes urbes siempre mencionadas. Décadas más tarde, desde 1990 la conformación de extensas y pobladas zonas metropolitanas dio pie, de nueva cuenta, a la posibilidad de iniciar pequeños negocios asociados a las necesidades de las poblaciones que eran desplazadas hacia esos espacios en conformación.

Uno de los aciertos de los empresarios internos fue descubrir y aprovechar, en cada momento y lugar, los nichos que surgieron en distintas ciudades para desarrollar giros novedosos que resultaron viables, dinámicos y prósperos. Y, en varios casos, una vez fogueados y consolidados en espacios urbanos menores, incursionaron, con conocimientos, habilidades y recursos, en las grandes ciudades del país.

Las investigaciones han llamado la atención también sobre los factores culturales, que se refieren a formas y mecanismos específicos de hacer las cosas acuñadas, valoradas y practicadas por las comunidades en los lugares de origen. Hernández Romo (2003) y Ramírez (2012) han señalado la conveniencia de entender el carácter empresarial en relación a los contextos regionales específicos donde se desenvuelven los empresarios. En ese sentido, se dice, hay que conocer la “estructura social dentro de la cual los individuos y grupos intentan establecer firmas” (Granovetter, 1995: 131).

Para el caso de Aguascalientes, Hernández Romo (2003) ha destacado la existencia de una cultura basada en la ética del trabajo individual y el bienestar

de la familia como los motores que han estimulado, pero también regulado y pautado, el camino al éxito en los negocios de los empresarios de ese estado. En ese sentido, se puede decir que diversas sociedades, en distintos momentos han recurrido, pero también seleccionado, elementos específicos de su arsenal cultural para potenciar sus negocios.

Los ejemplos más antiguos de migrantes empresarios –paleteros, fabricantes de tortillas, taqueros y abarroteros– corresponden al área sociocultural del occidente de México, de la que forma parte Aguascalientes: sociedades rancheras, caracterizadas por un catolicismo muy arraigado, una fuerte ideología individualista con hincapié en el valor del trabajo y el logro personal, asociada con una vigorosa ideología familista (Arias, 2003; González, 1979; Romo 2003).

De acuerdo a lo planteado por don Luis González (1979), que fue quien estableció las diferencias entre las sociedades rurales en México, la matriz sociocultural ranchera se articula en torno a dos principios básicos: en primer lugar, un fuerte sentido individualista de la propiedad y el trabajo. En el mundo ranchero ha existido siempre una difundida y bien valorada tradición de trabajo personal e independiente, a la escala que cada quien pueda alcanzar (González, 1979). Porque, finalmente, lo verdaderamente importante para los rancheros es la autonomía. En segundo lugar, el compromiso inquebrantable del ranchero con el bienestar de su familia. Algo muy típico de la sociedad ranchera, es que “...ante cualquier peligro externo la gente se une a su propia familia” (González, 1992: 115).

A esos valores individualista y familista se sumaba una obligación *sine qua non* de la condición masculina: la de ser proveedores de los hogares que formaban. Asegurar el sustento económico de sus grupos domésticos era una regla y un compromiso ineludibles de la masculinidad donde se entremezclaban obligaciones, pero también derechos aceptados por las familias y las comunidades. Esos elementos de la cultura ranchera habían dado lugar a unos principios, valores, prácticas y relaciones que les ayudaron a desarrollar una inserción laboral urbana peculiar y distinta a la de otros migrantes del campo.

De hecho, entre los factores culturales generales de los migrantes-empresarios se alude invariablemente al capital cultural, que incluye las normas y valores, redes sociales (parentesco, paisanaje, amistad), solidaridad, trabajo familiar, valoración del negocio propio (Barros Nock, 2013; Beltrán Antolín y Sáiz López, 2013; Granovetter, 1995; Hirai, 2013; Valenzuela García y Barros Nock, 2013). Uno de los factores más reivindicados por las investigaciones es el del capital social, es decir, las redes sociales, que, ante la ausencia de capital económico, aparecen como un factor central para la viabilidad de los negocios de los empresarios étnicos.

Los casos recientes que dan cuenta de migrantes indígenas que incursionan en actividades por cuenta propia sugieren que la matriz cultural

de la franquicia social estaba quizá más difundida que lo que hacen suponer los ejemplos pioneros, pero que la amplia oferta de empleo que existía en las ciudades en las décadas 1940-1970 permitía a los indígenas una rápida inserción como asalariados, formales e informales, algo que ya no fue posible en las décadas siguientes.

Finalmente, los estudiosos han llamado la atención acerca de las características individuales de los empresarios; elementos que se entremezclan con los factores culturales: desde Shumpeter se han destacado como rasgos distintivos de los empresarios su disposición para innovar y asumir riesgos, su orientación hacia el logro personal, sus aptitudes de liderazgo (Barros Nock, 2013; Ramírez, 2012; Valenzuela Camacho y Cota Cabrera, 2013).

Portes y Zhou (1996) y Sanders y Nee (1996) incorporaron otro elemento en el análisis. Ellos plantearon la relación del capital social y el capital humano de los empresarios migrantes pero en relación a las sociedades de destino. Y encontraron un elemento compartido: una mayor propensión al autoempleo entre los migrantes-empresarios que entre los nativos. Y esa característica de los migrantes es la que se ha convertido, dicen, en una posibilidad de progreso económico de las minorías en los lugares de destino (Portes y Zhou, 1996). Los migrantes, algunos migrantes al menos, están dispuestos a trabajar muchas más horas que los trabajadores asalariados y los buenos resultados de ese esfuerzo extra se traducen en mejores ingresos y en un modelo a seguir para otros migrantes (Portes y Zhou, 1996). El autoempleo tendría entonces un efecto positivo para detonar la actividad empresarial en los lugares de destino. No sólo eso. La actividad empresarial exitosa, dicen Portes y Zhou (1996) deja de ser un quehacer individual y único. En los enclaves étnicos, los empresarios tienden a asumir liderazgos, se vuelven empleadores y se convierten en modelos a seguir.

Los ejemplos que se presentan en este libro se suman al interés por conocer, documentar y explicar la actividad empresarial de migrantes internos a partir de tres ejes. En primer lugar, los factores económicos y las características culturales de los lugares de origen, lo que permite captar los procesos locales que enmarcaron las salidas y posibilitaron una inserción laboral peculiar en las ciudades; en segundo lugar, la estructura de oportunidades en los lugares de destino en relación a los momentos específicos en que detonaron las actividades empresariales de los migrantes de cada localidad en las ciudades. En tercer lugar, se describe y analiza el modelo de negocios que han desarrollado los migrantes empresarios como un esquema peculiar pero eficaz al que hemos definido como franquicia social.

La relación entre la migración y la actividad empresarial comenzó a ser documentada desde la década de 1990 cuando se hizo notar la peculiaridad de los negocios de distintos colectivos de migrantes –chinos, coreanos, cubanos, japoneses– en muchas ciudades de Europa y Estados Unidos (Portes y Guarnizo,

1990; Portes y Zhou, 1996; Sanders y Nee, 1996). También de los migrantes mexicanos en Estados Unidos que habían establecido negocios, incluso cadenas de establecimientos, tanto en las grandes ciudades como en pequeñas poblaciones de la extensa geografía norteamericana (Barros Nock y Valenzuela García, 2013; Valenzuela y Calleja Pinedo, 2009; Valenzuela Camacho, 2007). La existencia de migrantes empresarios, nutrida con sucesivos ejemplos, ha dado lugar a una serie ininterrumpida de estudios de caso en Estados Unidos. No así en México.

Migrantes-empresarios: dos ejemplos históricos

Casi todos hemos oído relatos que asocian, en diferentes momentos históricos, a distintos colectivos de inmigrantes que en los lugares donde se asentaron incursionaron con éxito en determinadas actividades económicas.

De la bibliografía existente se pueden rescatar dos ejemplos de inmigrantes europeos en América Latina. Uno es el de los migrantes originarios de Barcelonnette, pequeña población de los Alpes franceses que llegaron a México durante el Porfiriato, se asentaron en la capital y otras ciudades del país, donde prosperaron e hicieron prosperar el comercio, la manufactura de telas y artículos relacionados con la indumentaria y la moda (Gouy, 1980).

En el siglo XIX Barcelonnette había experimentado, como Francia en general, un fuerte aumento de la población, lo que había orillado a los vecinos a dedicarse a varias actividades: agricultura, cría trashumante de ovejas y una pequeña actividad artesanal de fabricación de telas de lana. A pesar de eso, no resultaban suficientes para subsistir y cada año, de octubre a junio, los hombres, entre los 20 y los 50 años, salían para dedicarse a la venta ambulante de telas y productos similares en zonas rurales más o menos cercanas. Así, frente a las limitaciones de los quehaceres primarios y el crecimiento demográfico, los barcelonnettes habían desarrollado dos habilidades y saberes: migrar y comerciar. Pero, al mismo tiempo, mantuvieron una fuerte tradición de vida comunitaria y las dinámicas locales se habían adecuado a la salida estacional de los hombres (Gouy, 1980).

Cuando migraron a México los barcelonnettes se mantuvieron en el giro que conocían: la producción y venta de telas. Además, compartían lo que Gouy (1980) llama “reglas de funcionamiento”, muy similares a lo que entendemos como franquicia social, que les permitieron mantener su cohesión, sus lazos con el lugar de origen y organizar un modelo de negocios en todas partes.

Ellos desarrollaron diversas modalidades de asociación para iniciar los establecimientos; los trabajadores, traídos de Barcelonnette, estaban vinculados por lazos de paisanaje y parentesco; los recién llegados eran dirigidos por sus paisanos a diversas ciudades de México. Se trataba de hombres jóvenes, solteros,

entre 20 y 30 años, que apenas llegaban tenían que empezar a pagar a los que les habían prestado o a sus empleadores –“protectores”– los costos del largo viaje entre Francia y México. Ellos vivían y trabajaban en los establecimientos en condiciones de vida muy precarias y con salarios muy bajos, parte del cual enviaban a sus familias en Barcelonnette (Gouy, 1980).

Aunque muchos empleados hubieran querido regresar a Francia, en verdad pocos lo pudieron hacer. Pero como era mal visto que se casaran se creó un grupo de hombres solteros, mayores, que se integraban a las instituciones sociales y de beneficencia de la comunidad francesa en cada ciudad (Gouy, 1980).

Muy lejos de allí, pero también debido a la bonanza de fines del siglo XIX, llegaron a Chile españoles de diferentes regiones de la península. Entre ellos, campesinos y artesanos pobres, vascos y gallegos, que se dedicaron a producir y vender pan. Los vascos provenían de la aldea de Ariskún y los gallegos de Chaguazoso (Ferrán y Ferrán, 2016). Como en muchos casos, el lugar de destino fue fortuito: en este caso, tres hermanos de Chaguazoso migraron a Brasil, pero las rudezas del clima y los oficios que podían desempeñar los obligaron a reemigrar y llegaron a Chile (Ferrán y Ferrán, 2016).

También fue fortuito que se dedicaran a un giro, en su caso, la panadería, y tuvieran éxito. La autoexplotación y las duras condiciones de trabajo para los empleados formaban parte del éxito. Se decía que la panadería era una “industria matadora de hombres”: en los locales abundaban los incendios y los accidentes de trabajo, se laboraba cerca de hornos que alcanzaban 200 grados de temperatura en jornadas continuas de 14-18 horas sin interrupción durante la semana, sin días de descanso; para dejar de laborar un día los trabajadores debían pagarle a los que los reemplazaban (Ferrán y Ferrán, 2016:202).

Los que llegaron eran sobre todo hombres muy jóvenes, casi niños, que salían antes de tener que cumplir con el servicio militar en España. Nadie llegó por azar: siempre “fue escogido y llamado por otros” (Ferrán y Ferrán, 2016:199). Llegaban como empleados de las panaderías de parientes o paisanos que los mandaban llamar con ese propósito donde recorrían todos los cargos del oficio. Un ejemplo: para que les ayudaran a trabajar las panaderías que dos hermanos iban adquiriendo llevaron a Chile a 35 paisanos y parientes del valle de Ariskún (Ferrán y Ferrán, 2016). Se calcula que cada panadero llevó a Chile entre 3 y 7 parientes de España. En la década 1930-1940 los vascos llegaron a tener “104 panaderías en Santiago y los de Chaguazoso, más de 80” (Ferrán y Ferrán, 2016:172).

Esos inmigrantes permanecieron en Chile, pero, a diferencia de los barcelonnettes, se casaron, con españolas o chilenas, y hubo muchos que establecieron sus propias panaderías en Santiago y otras poblaciones (Ferrán y Ferrán, 2016). Esto, a pesar de los bajos salarios, de que a veces trabajaban sólo

por el alojamiento y la comida o de que, en ocasiones, no se les pagaba sino que se les pasaba una panadería en calidad de “interesados” (Ferrán y Ferrán, 2016). Era frecuente que se les “cedía o arrendaba al porcentaje una panadería con la intención de comprarla” (Ferrán y Ferrán, 2016: 195). La condición era seguir adquiriendo la harina de las fábricas de sus coterráneos.

Como se verá, los ejemplos de los barcelonnettes en México y de los vascos y gallegos en Chile, tienen notables similitudes con los ejemplos presentados en este libro que documentan la antigüedad y difusión de la franquicia social como modelo de negocios.

Comunidades de origen: crisis e ideología

Los casos que se presentan en los capítulos de este libro muestran que los migrantes empresarios salieron de comunidades rurales pequeñas que estaban experimentando cambios drásticos, en varios casos auténticas crisis, en términos económicos, a las que se habían sumado modificaciones demográficas inesperadas.

Como se advierte en los distintos capítulos, el inicio de las actividades empresariales coincide con un mismo fenómeno: que las actividades tradicionales del campo, es decir, la agricultura y ganadería a escala familiar, ya no garantizaban la sobrevivencia en un contexto de crecimiento demográfico que había incrementado el número de miembros de los hogares. En el mundo rural de la región occidental del país, las décadas de 1940-1950 fueron especialmente difíciles: en Juanchorrey, señala Ortiz Cadena, hubo sequías; en 1947 el “rifle sanitario” para extirpar la fiebre aftosa acabó con los hatos ganaderos, con las vacas lecheras que eran el sustento de mucha gente en la región; en 1953, la New Castle, una enfermedad de las gallinas, liquidó ese intento pionero de diversificación de actividades en muchas localidades.

La combinación de deterioro agropecuario y aumento de población había obligado a los vecinos a buscar opciones fuera de las comunidades. Esto evidentemente no era exclusivo de las comunidades de origen de los migrantes empresarios. Estaba detrás de la migración rural-urbana generalizada que se suscitó en México desde 1940. Y desde la década de 1990 cuando fue evidente, en toda la geografía rural mexicana, que los hogares no vivían de los ingresos agropecuarios familiares (Arias, 2009).

Pero las comunidades de origen de los migrantes empresarios comparten algunas peculiaridades. Una de ellas es que frente a los cambios económicos y demográficos los habitantes ya habían desarrollado o incrementado dos estrategias: migrar de manera estacional y dedicarse al comercio, lo que les había permitido salir de las comunidades, conocer, trabajar y hacer negocios, no solamente agropecuarios, en sus regiones y en lugares más alejados del

país. Así las cosas, en contextos y momentos de precariedad rural había habido jóvenes, muchos jóvenes dispuestos a salir, a migrar a las ciudades para trabajar en las actividades y bajo las condiciones que fueran. En los casos reseñados, esa necesidad coincidió con los establecimientos que estaban creando o recreando los paisanos en las ciudades.

Otra peculiaridad de los paleteros, fabricantes de tortillas, taqueros y abarroteros es que sus comunidades de origen forman parte de la región histórica de la migración a Estados Unidos, es decir, de entidades cuyos habitantes, desde fines del siglo XIX se desplazaron a trabajar cuando las vías del ferrocarril conectaron a ambos países (Durand y Arias, 2005). Se trataba de una migración laboral, temporal, de retorno, predominantemente masculina, de jóvenes solteros que buscaban, después de algunos años o temporadas de trabajo en Estados Unidos, regresar y reinsertarse en sus comunidades en mejores condiciones de vida y trabajo (Massey, *et.al*, 1991).

Podría decirse entonces que la antigüedad y masividad del proceso migratorio internacional habían generado –o reforzado– acuerdos y prácticas, comunitarias y familiares, para adaptarse a ese patrón migratorio: los que salían conservaban todos sus derechos en sus terruños; los jóvenes migraban sobre todo solos (solteros y casados), lo que les permitía ahorrar y conseguir sus objetivos en menos tiempo y sus familiares (padres, novias, esposas) que permanecían en los lugares de origen velaban por sus intereses y concretaban sus propósitos en los pueblos: compra de terrenos y animales, construcción de casas. Hay que tener presente que en las sociedades rancheras, donde predomina la residencia neolocal, se esperaba que los hombres construyeran su vivienda incluso antes de casarse (González, 1979). Los hombres podían viabilizar el valor del trabajo personal y reivindicar el derecho a salir para cumplir con su papel de proveedores con la certeza de que la ideología familista les garantizaba el apoyo imprescindible para sacar adelante los objetivos que se habían propuesto al migrar. De esa manera, la cultura migratoria de las familias y comunidades se convirtió en un activo eficaz para el modelo de negocios.

Lo que muestran los artículos de este libro es que un detonador adicional de las migraciones, interna e internacional, ha sido la violencia política y social. Como es sabido, los estados del occidente del país como Jalisco y Zacatecas fueron epicentro y sufrieron, de manera directa e indirecta, las consecuencias de la guerra cristera (1927-1929), lo que incrementó las migraciones como se advierte en los ejemplos de Juanchorrey, Mexxicacán, Santiaguito y San Ignacio Cerro Gordo. De una u otra manera, la guerra obligó a los vecinos de esas localidades a salir y buscar refugio en las ciudades donde muchos se quedaron, algunos se convirtieron en empresarios y sirvieron de ancla para las siguientes oleadas migratorias de sus vecinos que llegaron a trabajar a las ciudades. Pero no se trata sólo de los ejemplos históricos. La violencia actual, relacionada con

el narcotráfico y el crimen organizado, está muy relacionada, quizá ha sido el último detonador, de la migración reciente de los vecinos de Capacuaro, Michoacán, a la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

A diferencia de otras migraciones internas, los migrantes que se volvieron empresarios eran hombres jóvenes, predominantemente solteros, que permanecieron solos hasta que decidían regresar a sus comunidades o se establecían de manera independiente e indefinida en las ciudades. Cuando eso ocurría, se reunían con ellos sus esposas e hijos. Hasta la década de 2000 las mujeres no participaban en los negocios.

De hecho, en el reclutamiento de los trabajadores se expresa otra peculiaridad de las comunidades de origen: la ideología familista que privilegia la contratación de paisanos que, por lo regular, eran también parientes. A eso se alude, de una u otra manera, en todos los artículos de este libro: los empresarios prefieren, al menos en el inicio, a parientes y vecinos del pueblo y sus cercanías porque los conocen, porque se puede confiar en ellos, porque comparten valores y maneras de vivir y trabajar. En las comunidades de origen se concentraba una reserva de mano de obra, de trabajadores muy bien calificados en términos de los valores apreciados por los empresarios: trabajo arduo, disciplina, honradez, lealtad.

Y es que, además, el retorno estaba muy presente en el proyecto migratorio, en sus inicios al menos, lo que comprometía el comportamiento de todos, empresarios, encargados y trabajadores. Como muestra el artículo de Rollwagen los primeros mextecaquenses que se convirtieron en empresarios de la paleta se iniciaron en ciudades medias de la región occidental del país lo que les permitía regresar con frecuencia y de esa manera mantener activas las redes sociales que requerían los negocios, en especial, en las fases de expansión acelerada de los establecimientos.

Con el éxito, pero también la competencia, los empresarios se fueron alejando geográficamente de las comunidades de origen, pero, como se documenta en todos los capítulos, al mismo tiempo crearon las condiciones para regresar y mantener relaciones significativas con parientes, vecinos y paisanos. Existen tres estrategias muy claras, compartidas en mayor o menor medida por los empresarios. Por una parte, la organización o participación en eventos festivos de las localidades. Los de Mexxicacán crearon, desde la década de 1960, una Feria de la Paleta, que se celebra en los meses invernales (diciembre-enero), cuando la demanda de ese producto está en su nivel más bajo y los paleteros pueden destinar varios días a permanecer en sus pueblos. La feria se convirtió en una gran oportunidad de negocio para los proveedores y los paleteros, muchos de los cuales se convirtieron en fabricantes de insumos que suelen aprovechar las fiestas para hacer negocios; algo que también sucede con los fabricantes de tortillas de Juanchorrey.

Las comunidades de Juanchorrey y Santiaguito se han vuelto famosos por la cantidad de recursos que gastan –o invierten– los empresarios en las fiestas patronales de sus respectivos pueblos. Durante los festejos de la Virgen de Guadalupe en Santiaguito y de la Inmaculada Concepción en Juanchorrey, ambas poblaciones muy pequeñas –322 y 1111 habitantes en 2010– reciben a centenares de taqueros y fabricantes de tortillas que financian eventos muy costosos –flores para la iglesia, música, comida, bailes, castillos, jaripeos– que se ofrecen de manera gratuita y atraen a visitantes de muchos lugares. Es la manera, dicen los empresarios, de agradecer a las imágenes de sus lugares de origen su prosperidad económica. Es la manera, además, de manifestar el éxito que han tenido en actividades quizá no muy prestigiosas en las ciudades, pero que son altamente valoradas en los lugares de origen. Para las comunidades, es una manera de revivir y recuperar a sus migrantes cada año.

Finalmente, como se destaca en el capítulo de Muñoz Durán y Sánchez García, los empresarios, en ese caso los taqueros, han hecho inversiones inmobiliarias muy costosas en Santiaguito, tanto en lo que se refiere a las casas como a las tumbas. Un mausoleo de Santiaguito puede costar más que una casa de interés social en la ZMG. Pero, a diferencia de otros migrantes que no hacen gastos permanentes, los taqueros y sus descendientes constituyen una fuente de empleo constante en Santiaguito en la construcción, remozamiento, mantenimiento, cuidado, limpieza de las casas y jardines que los esperan con todos los servicios activados durante todo el año.

Así, los migrantes, en momentos y contextos específicos, pudieron seleccionar y capitalizar los recursos y matrices culturales acuñados en sus sociedades de origen: la obligación y el impulso para salir de las comunidades “para mejorar”, el valor del trabajo arduo, el hincapié en el bienestar de la familia como horizonte de todos los esfuerzos y “sacrificios”; la posibilidad de activar y convertir las redes sociales densas y extensas de sus mundos rurales en capital social para el funcionamiento de los negocios en las ciudades.

En las ciudades: seguir a los vecinos

Los ejemplos de este libro muestran cómo los procesos de industrialización y urbanización impactaron a muchas ciudades del país, no sólo a la capital, Guadalajara y Monterrey. En el Bajío y el norte hubo urbes que se convirtieron en espacios manufactureros y comerciales dinámicos y especializados que atrajeron población rural de sus estados y otras entidades y resultaron adecuados para el desarrollo de los migrantes como empresarios. Como se muestra en este libro los paletteros de Mexxicacán se iniciaron en Aguascalientes; los fabricantes de tortillas de Juanchorrey en Torreón. En el caso de Tocombo uno de los fundadores de las paletterías se inició en León, Guanajuato (González de la Vara, 2006).

Eran ciudades que en 1940 tenían entre 75 000 y 85 habitantes. Aguascalientes era un eje ferroviario importante que experimentaba un vigoroso desarrollo de la industria de la confección; León se convertía en un espacio privilegiado para la producción de calzado y Torreón en un centro metalúrgico clave de la economía nacional. León y Torreón, sobre todo, estaban experimentando crecimientos demográficos muy significativos. En 1950 la tasa de crecimiento de León fue de 5.1 y la de Torreón de 5.4; superiores a la nacional que fue de 2.68 (Archivo Histórico de Localidades).

Así las cosas, muchos de los migrantes empresarios hicieron su aprendizaje de negocios en ciudades pequeñas pero dinámicas que habían sabido aprovechar los beneficios del proceso de sustitución de importaciones para crecer y expandirse. Como le dijeron los paleteros de Mexxicacán a Rollwagen (1968) ellos eludieron la ciudad de México porque había muchos establecimientos, los negocios eran más complejos, modernos, requerían de mayores capitales y había más competencia. Una vez consolidados en esas poblaciones, fue que emprendieron la conquista de las grandes ciudades de la época: Guadalajara, Monterrey y, sobre todo, la ciudad de México.

Pero la ciudad de México también estaba cambiando. Desde la década de 1950 la capital del país desbordó sus límites jurisdiccionales para empezar a sumar poblamientos viejos y a generar espacios residenciales nuevos para vecinos y vecindados (Bataillon y Rivière D'Arc, 1973). Los estudios descubrieron que los migrantes, después de vivir en el centro de la ciudad, se desplazaban a espacios periféricos (Bataillon y Rivière D'Arc, 1973). Se ha calculado que entre 1960 y 1970 “la mitad del crecimiento del conglomerado se localiza fuera del Distrito Federal” (Bataillon y Rivière D'Arc, 1973: 44). Nativos y migrantes salieron de las casas, vecindades y departamentos, por lo regular rentadas, para convertirse en inquilinos, pero también en propietarios de lotes y casas en barrios y colonias emergentes donde escaseaban los servicios y el comercio.

Los giros a los que se dedicaron los empresarios tenían que ver con la producción y venta de alimentos, que, como se ha señalado en la literatura, ha sido una característica muy generalizada de los empresarios étnicos en muchas partes del mundo (Rajman, 2009). Aunque el éxito en giros específicos fue fortuito, fue en el ámbito de necesidades básicas donde los migrantes internos activaron sus matrices culturales y potenciaron sus atributos personales.

Como documentan los artículos de este libro, las primeras paleterías, tortillerías, taquerías y abarroteras se establecieron con base en dos principios de localización: uno, en avenidas y calles concurridas de los viejos centros urbanos donde vivía y transitaba mucha gente durante todo el día, todos los días. Las primeras taquerías de los vecinos de Santiaguito se localizaron en el centro –San Borja, San Cosme, La Merced, San Juan de Letrán– (Velázquez y

Velázquez, 2012). La localización en avenidas y calles concurridas era crucial para las paleterías, porque se trata, se dice, de un producto de “antojo”.

Pero la tendencia más creciente fue instalar los negocios en los nuevos espacios, barrios y colonias hacia donde se desplazaban los vecinos e inmigrantes en busca de mejores condiciones residenciales. Los taqueros de Santiaguito se instalaron en colonias populares de la ciudad de México cercanas a la Villa de Guadalupe, Tacuba, Azcapotzalco, Tacubaya, la Colonia Álamos y, poco más tarde, en los municipios de Atizapán, Cuautitlán Izcalli, Naucalpan, Tlalnepantla, en el Estado de México (Velázquez y Velázquez, 2012).

Ortiz Cadena documentó que la primera tortillería de juanchorreyenses “La Bola”, se abrió “en la colonia Vicente Guerrero de la ciudad de Torreón” (2013: 16). Esa colonia era “estratégica”, destaca la autora, porque allí vivía mucha gente, en especial obreros y quedaba cerca de la zona metalúrgica de Torreón, donde laboraban alrededor de cinco mil trabajadores (Ortiz Cadena, 2013). En el caso de las paletas, la venta en carritos que circulaban por las colonias y lugares transitados resultó eficaz para acceder y atender a la clientela que se dispersaba en las periferias de las ciudades.

Los abarroteros de San Ignacio Cerro Gordo se iniciaron, a fines de la década de 1960, en la Delegación Gustavo A. Madero, en las infinitas colonias populares que surgían en torno a dos ejes fundamentales: las cercanías del aeropuerto de la ciudad de México y la Villa de Guadalupe. Hay que decir que la segunda ola de migrantes abarroteros, que se inició en la década de 2000, ha mantenido esa característica de localización: las tiendas se han ubicado en los nuevos espacios residenciales populares que se han abierto a la urbanización.

De esta manera, el crecimiento demográfico y la consecuente expansión urbana, en las grandes, medianas y pequeñas ciudades, favorecieron el desarrollo de negocios asociados a las necesidades de los miles de urbanitas que se desplazaban a vivir en periferias cada vez más alejadas de los centros tradicionales de las ciudades.

Ortiz Cadena muestra cómo los fabricantes de tortillas de Juanchorrey desarrollaron desde el principio, una notable capacidad de organización en los lugares de destino. Por una parte, para acordar la localización de los establecimientos y de esa manera mitigar la competencia entre ellos. Por otra, para crear organismos de representación política a nivel nacional.

Pero además, la industrialización y la expansión urbana detonaron cambios socio-culturales que modificaron las maneras tradicionales de proveerse y consumir. Sin prisa, pero sin pausa, urbanitas y migrantes requirieron y aprendieron a consumir nuevos productos, muchos de ellos industriales y dejaron de acudir a abastecerse a los grandes mercados y los centros de las ciudades para comprar lo que se ofrecía en sus nuevos lugares de residencia.

Desde luego hay que mencionar el cambio tecnológico que coadyuvó al éxito de esos negocios. Después de la Segunda Guerra Mundial llegaron a México maquinaria industrial y procedimientos modernos que modificaron las maneras tradicionales de fabricar muchas cosas. La elaboración artesanal empezó a dejar paso a la producción industrial que, aunque rudimentaria, redujo el trabajo manual y permitió incrementar la producción (Arias, 1997). Los migrantes empresarios fueron extraordinariamente sensibles para introducir y adaptar maquinaria novedosa y hábiles para innovar los procesos de comercialización y venta en relación a lo que ellos conocían: los sectores populares de las ciudades donde vivían migrantes rurales, como ellos mismos.

La introducción de tecnología está muy relacionada, finalmente, con los cambios laborales y socioculturales que mucho abonaron al éxito de los negocios de los migrantes: la intensa migración de la población rural a las ciudades, la incorporación a diferentes mercados de trabajos, los desplazamientos a espacios en formación alejados de los centros tradicionales de abasto, el incremento de la oferta de productos industriales de consumo abastecidos a través del mercado, la incorporación de las mujeres al trabajo, la escolarización de los niños.

Los migrantes empresarios descubrieron esos nichos de oportunidad y establecieron negocios innovadores que ofrecían productos y servicios básicos a los sectores populares en proceso de movilidad urbana. Ellos acercaban productos y servicios a los vecinos en lugares alejados: los paleteros, con la venta callejera en carritos, más tarde en los refrigeradores de las tiendas de abarrotes; los fabricantes de tortillas resolvían el problema del abasto cotidiano de ese producto básico para la población; los taqueros, que habían inventado el taco de cabeza, ofrecían todo el día y parte de la noche alimentos preparados a muy bajo precio; los abarroteros vendían todos los productos habituales del giro y lo que descubrían como oportunidades específicas en espacios particulares. Durante muchos años, cuando la población trabajadora rayaba cada ocho días, la tienda fiaba mercancías que se pagaban al fin de la semana. De esa manera, los vecinos dejaron de comprar, no sin añoranza, en los centros y mercados de las ciudades.

El éxito de los negocios fue tan espectacular como inesperado. Las taquerías de los de Santiaguito coparon barrios y colonias y se extendieron a muchas, en verdad a casi todas las ciudades del país y hacia Estados Unidos, en especial, California (Velázquez y Velázquez, 2012). En menos de diez años –1950-1960– las paleterías de los mexicaquenses se expandieron por toda la geografía nacional. De acuerdo con la muestra de paleterías de Rollwagen (150N) en los años 1958-1959 se establecieron 42 nuevos establecimientos, es decir, más de una cuarta parte de los negocios (28 %). Rollwagen (1968), que conoció a los paleteros en su acelerada y exitosa diáspora, supo que en 1965 uno de los pioneros tenía “más de treinta paleterías en México, aunque nunca

quiso revelar el número exacto” y desde luego monopolizaba el negocio en la ciudad de Aguascalientes, donde se había iniciado.

En la actualidad, los giros y localizaciones de los pequeños empresarios responden también a la lógica de crecimiento urbano y los cambios laborales y socioculturales de las poblaciones en los últimos años. La venta de fruta en la ZMG tiene que ver con que la gente no regresa a comer a sus hogares y tampoco puede acudir todos los días a establecimientos formales. La fruta picada de desayuno, antojo o comida se ha convertido en una opción alimenticia saludable y de bajo costo para trabajadores, estudiantes, transeúntes.

Por su parte, los vecinos de Capacuaro, ampliamente reconocidos como carpinteros en su natal Michoacán, se han desplazado a vivir y trabajar en la periferia de la ZMG. Allí, han descubierto y explorado las oportunidades de un nicho creciente y particular: la demanda de muebles básicos, baratos, sencillos, modulares, adaptables que permiten amoblar y acomodar a muy bajo costo las casas, por lo regular, muy pequeñas a las que han llegado a vivir los vecinos en las infinitas colonias y fraccionamientos de las periferias urbanas.

La franquicia social

Puede decirse que la franquicia social, es decir, el modelo de negocios de los migrantes empresarios que se repite en todos los casos, se basa en la transversalización de tres principios: confianza, flexibilidad y mantenimiento de relaciones y redes de relaciones sociales entre las comunidades de origen y las poblaciones de destino.

Como es sabido, los migrantes y pequeños empresarios han carecido, al inicio al menos, de recursos en efectivo y de acceso a los instrumentos institucionales de crédito. Los migrantes empresarios no han sido la excepción. Lo especial es que frente a esa limitación desarrollaron mecanismos flexibles y diversos de asociación para generar y movilizar recursos en los lugares de origen y de destino, es decir, entre los que vivían, regresaban o no querían salir de las comunidades y los que instalaban negocios en las ciudades. De esa manera, señala Rollwagen, las ganancias locales de comerciantes y agricultores prósperos encontraron una vía de inversión en las ciudades y a los migrantes les dio acceso al dinero necesario para invertir en los giros urbanos.

Los préstamos, créditos y modalidades de asociación no se formalizaban. No existían documentos ni garantías que avalaran los préstamos ni definieran las obligaciones de los involucrados. La base de los acuerdos y transacciones era la confianza que se tenían entre sí, aprendida y refrendada en la convivencia y la reputación entre vecinos y parientes. Eso hacía que los recursos fluyeran con rapidez y eficacia. El capital social, es decir, las redes sociales han sido la trama que da acceso a los recursos monetarios y a las formas de asociación

que permiten echar a andar y reproducir los establecimientos de cada giro. El capital social ha suplido, en todos los casos, la falta de dinero para iniciar negocios innovadores.

Otra característica de las formas de asociación es que los establecimientos se trabajan, rentan, traspasan y venden entre paisanos con base en acuerdos personales reconocidos y practicados en las comunidades. Pero, además, son acuerdos flexibles que se adecúan a los cambios en las vicisitudes y trayectorias de vida de los involucrados. Es una manera adicional de asegurar la fluidez del capital y el control de los negocios en manos de una comunidad.

Aunque existe competencia entre los empresarios, también es cierto que existe un trasfondo de confianza y generosidad que asegura la iniciación e integración, con mayor o menor éxito, de sucesivas generaciones de jóvenes en los negocios.

En este sentido, hay que destacar lo señalado por Portes y Zhou: el enorme esfuerzo que supone la puesta en marcha y la operación de los negocios. La autoexplotación está en la base de la gestión de los negocios de los migrantes empresarios. Ellos, al principio al menos, trabajan todo el día, durante muchas horas, todos los días de la semana, para sacar adelante los negocios. Y, en las noches, dormían en los locales como una manera de ahorrar en alojamiento y de cuidar los establecimientos. La necesidad de intensificar su autoexplotación y generar ahorros los llevaba a permanecer solos, sin esposas e hijos, durante mucho tiempo. Y, cuando tenían éxito y abrían un nuevo local, lo hacían bajo el mismo esquema, es decir, dedicándose ellos mismos a trabajar el establecimiento hasta hacerlo rentable, acientarlo y buscar nuevas localizaciones. Como acertadamente señaló Rollwagen (1968) establecer negocios subsecuentes de un mismo giro no implica una administración más compleja, sino más trabajo y más trabajadores que entran a participar en las mismas condiciones, es decir, intensificando su autoexplotación.

Esto tenía costos. Rollwagen (1968) se sorprendió al saber que los paleteros estaban tan dedicados al trabajo que no tenían tiempo para establecer relaciones sociales en los lugares de destino, pero tampoco para visitarse en los barrios y colonias donde tenían las paleterías. Tanto era así que era más fácil que se encontraran en las fiestas patronales y celebraciones familiares en Mexxicacán que en las ciudades.

El trabajo abarrotero reitera la vieja enseña “del que tiene tienda que la atienda”. El trabajo en las abarroteras es tan demandante que lo común ha sido que después de alrededor de 17 años, no más, los dueños busquen formas de asociación con familiares y paisanos que les permitan descansar, retirarse un tiempo de los negocios o dejarlos.

Desde luego que el éxito de los negocios ha dependido también de los trabajadores, reclutados en las comunidades de origen: los salarios han sido

siempre bajos, sin prestaciones, con horarios extensos que incluían dormir en los locales, un rato de descanso los domingos para asistir a misa. En muchas ocasiones, los recién llegados trabajaban por la comida, el alojamiento, el lavado de la ropa. En esas condiciones, sobre todo en los ejemplos pioneros, se dificultaba la migración familiar y se reproducía la migración temporal, la circulación incesante de jóvenes solteros en los establecimientos.

Con base en las redes sociales es posible que se amplíe el territorio de origen de reclutamiento de trabajadores o que se contrate a trabajadores de los lugares de destino, pero el criterio original predominante ha sido el reclutamiento en los lugares de origen. De esa manera, los negocios disponían de la cantidad suficiente y eficiente de trabajadores para asegurar la expansión de los establecimientos.

En esas sociedades rurales empobrecidas y jerárquicas, la explotación de los jóvenes era experimentada como una ayuda. Los hogares rurales, numerosos, dejaban de tener que mantener a uno más de sus miembros; podían recibir algo de dinero de los hijos; los migrantes podían establecerse en las ciudades e, incluso, con suerte y dedicación, iniciar un negocio propio, como habían podido hacer tantos, y de esa manera ayudar a otros del pueblo.

Así las cosas, la franquicia social, es decir, el modelo de negocios acuñado por los migrantes empresarios, supone que ninguna persona en particular es propietaria de todos los establecimientos de un giro ni tiene la exclusividad para dedicarse a él. La posibilidad de incursionar en la actividad pertenece, a fin de cuentas, a la comunidad: es algo a lo que pueden dedicarse los que han nacido o forman parte de las redes sociales ancladas en las sociedades de origen.

En ese sentido, se puede decir que es una franquicia social en tanto modelo de negocios que pertenece a la comunidad donde surgió y prosperó y, por lo tanto, está disponible para los paisanos que quieran, con mayor o menor fortuna, dedicarse a ella.

Cambios recientes

Los artículos de este libro dan cuenta también de tres grandes cambios en los negocios de los migrantes empresarios, tanto en los ejemplos históricos, como en los casos recientes. En primer lugar, se advierte una ruptura con el patrón deseado del retorno a las comunidades, aunque por distintas razones. En los ejemplos históricos, el paso de las sucesivas generaciones y su profesionalización han dado lugar a la consolidación de su presencia y permanencia en las ciudades. Muchos son ahora empresarios urbanos reconocidos. En 2017 la atención pública suscitada por la situación de la taquería El Borrego Viudo, establecida por un vecino de Santiaguito en la ciudad de México, da cuenta tanto de la

fama del establecimiento –la mejor taquería de la ciudad de México– como del arraigo urbano de sus propietarios. Aunque tengan casas y las visiten con frecuencia ya no es posible el regreso a las comunidades de origen. Con todo, los mausoleos que han construido los taqueros en el panteón de Santiaguito muestran la fuerza del arraigo a la comunidad: quizá no volverán vivos, pero todos regresarán a descansar entre los suyos.

Los ejemplos recientes de los migrantes de los estados de Hidalgo y Michoacán documentan también la imposibilidad del retorno. Al deterioro de las condiciones agropecuarias se ha sumado el agotamiento de los recursos naturales, así como el impacto de la violencia desatada por la combinación letal de autoridades corruptas y bandas delictivas. En las condiciones –y por las condiciones actuales– el retorno a las comunidades se ha vuelto inviable. Lo más que se puede esperar es que los negocios urbanos que han emprendido los migrantes sigan siendo una alternativa para los jóvenes del campo.

Un segundo gran cambio se advierte en el perfil de los empresarios. Hasta 2005 los negocios eran exclusivamente masculinos. Ellos eran lo que migraban para trabajar o establecer los negocios en las ciudades y espacios metropolitanos. Las esposas permanecían en los lugares de origen y se desplazaban para ayudar con las labores domésticas cuando los ingresos eran suficientes como para asegurar la residencia familiar en las ciudades. Eso ha cambiado. En la actualidad, las mujeres, en especial las jóvenes, han pasado a formar parte de los negocios de varias maneras: ahora hay empleadas, pero, sobre todo, las esposas, más aún las hermanas, han entrado a jugar un papel central en los negocios. Ellas son propietarias o socias que se encargan de manejar los establecimientos con la misma responsabilidad que sus parejas o hermanos.

Esto tiene que ver con un tercer cambio. La falta de oportunidades laborales ha orillado a muchos jóvenes, hombres y mujeres, con estudios universitarios incluso, a permanecer o incursionar en las actividades empresariales de sus parientes y paisanos. Su formación ha contribuido y llevará, sin duda, a desarrollar nuevas maneras de concebir y hacer negocios. Con ellos, la franquicia social como modelo de negocios experimentará cambios que habrá que documentar.

Referencias

Arias, Patricia (2009). *Del arraigo a la diáspora. Dilemas de la familia rural*. México: Miguel Ángel Porrúa, CUCSH.

Arias, Patricia (2003). Diversidad rural y relaciones de género en México, ayer y hoy. *Estudios del Hombre. Género y trabajo en el México contemporáneo*. 17. Guadalajara, CUCSH, Departamento de Estudios del Hombre, pp.15-46

Arias, Patricia (1997). Cocina en serie. *La Cocina Mexicana a través de los siglos. Volumen IX*. México, Editorial Clío, Fundación Herdez.

Arizpe, Lourdes (1980). *La migración por relevos y la reproducción social del campesinado*. México: El Colegio de México.

Barros Nock, Magdalena (2013). “Pequeñas y medianas empresarias de origen mexicano y su respuesta frente a la crisis económica. Un estudio de caso en Santa María, California, Estados Unidos” en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (editores) *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España*. México: Publicaciones de la Casa Chata, pp. 35-47.

Bataillon, Claude y Hélène Rivière D’Arc (1973). *La ciudad de México*. México: SepSetentas.

Beltrán Antolín, Joaquín y Amelia Sáiz López (2013). “Del restaurante chino al bar autóctono. Evolución del empresariado de origen chino en España y su compleja relación con la etnicidad” en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (editores) *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España*. México: Publicaciones de la Casa Chata, pp. 85-108.

Durand, Jorge y Patricia Arias (2005). *La vida en el norte. Historia e iconografía de la migración México-Estados Unidos*. Guadalajara: El Colegio de San Luis, Universidad de Guadalajara.

Ferrán, Antonio F. y Alberto Ferrán L. (2016). *El pan en Chile*. Santiago: Memoria Creativa y Hueders.

Garza, Gustavo (1980). *Industrialización de las principales ciudades de México*. México: El Colegio de México.

González, Luis (1989). Gente del campo. *Vuelta*, 151. México, junio.

González, Luis (1992). “Del hombre a caballo y la cultura ranchera” en Ricardo Ávila Palafox et.al. *Las formas y las políticas del dominio agrario. Homenaje a Francois Chevalier*. Guadalajara: CEMCA-UNAM-Universidad de Guadalajara, pp.111-120.

González de la Vara, Martín (2006). *La Michoacana. Historia de los paleteros de Tocumbo*. Zamora: El Colegio de Michoacán, Gobierno del Estado de Michoacán.

Gouy, Patrice (1980). *Pérégrinations des “Barcelonettes” au Mexique*. Grenoble: Presses universitaire de Grenoble.

Granovetter, Mark (1995). “The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs” en Alejandro Portes (editor) *The Economic Sociology of Immigration*. New York: Russell Sage Foundation, pp. 128-165.

Hernández Romo, Marcela (2003). *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales. Tres estudios de caso en Aguascalientes*. México: Plaza y Valdés, Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Hirai, Shinji (2013). “Supermercados de la nostalgia: la migración mexicana a los Estados Unidos y la construcción de suburbios étnicos en el sur de California” en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (editores) *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España*. México: Publicaciones de la Casa Chata, pp.133-151.

Kemper, Robert (1976). *Campesinos en la ciudad*. México: SepSetentas.

Lomnitz, Larissa A. de (1975). *Cómo sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI Editores.

Massey, Douglas S. et.al., (1991). Los ausentes. *Los ausentes. El proceso social de la migración internacional en el occidente de México*. México: Conaculta.

Ortiz Cadena, Kenia Berenice (2013). *Redes sociales y representaciones interculturales en la diáspora: la translocalidad de los sujetos y de los procesos socioculturales Estudio de caso en Juanchorrey, Zacatecas*. (Tesis doctoral en Ciencias Sociales) Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco.

Portes, Alejandro and Min Zhou (1996). Self-Employment and the Earnings of Immigrants. *American Sociological Review*, vol, 61, núm.2, abril, pp. 219-230.

Portes, Alejandro y Luis Guarnizo (1990). *Capitalistas del trópico. La inmigración en los Estados Unidos y el desarrollo de la pequeña empresa en la República Dominicana*. República Dominicana: FLACSO, The Johns Hopkins University.

Raijman, Rebeca (2009). “Pequeños comerciantes y estrategias étnicas: inmigrantes mexicanos en La Villita, Chicago” en Valenzuela Ma. Basilia y Margarita Calleja Pinedo (compiladoras) *Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos*. Guadalajara: CUCEA, pp. 145-176.

Ramírez Carrillo, Luis Alfonso (2012). *Empresarios y regiones en México*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma de Yucatán.

Rollwagen, Jack R. (1968). *The Paleteros of Mexicacan, Jalisco: A Study of Entrepreneurship in Mexico*. Oregon: University of Oregon, PhDissertation. Department of Anthropology.

Roberts, Brian (1978). *Cities of Peasants*. Londres: Edward Arnold.

Sanders M. Jimmy, Victor Nee (1996). “Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital”. *American Sociological Review*, vol. 61, núm.2. abril, pp. 231-249.

Valenzuela Camacho, Blas y Bribilia Cota Cabrera (2013). “Inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona: asentamiento, perfil sociodemográfico y creación de pequeños negocios” en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (editores) *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España*. México: Publicaciones de la Casa Chata, pp. 249-279.

Valenzuela Camacho, Blas (2007). *Economías étnicas en metrópolis multiculturales. Empresarialidad sinaloense en el Sur de California*. México: UAS, DIFOCUR Sinaloa, Plaza y Valdés Editores.

Valenzuela, Ma. Basilia y Margarita Calleja Pinedo (compiladoras) (2009). *Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUCEA.

Velázquez Hernández, José Ascensión y José Socorro Velázquez Hernández (2012). *Santiaguito de Velázquez*. Edición de los autores.

Propietaria y trabajadores de una taquería en Salamanca, Guanajuato



Fotografía de Rosy Velázquez

La evidencia del éxito Residencias y mausoleos en Santiaguito, Arandas, Jalisco

*Martha Muñoz Durán
Imelda Sánchez García*

Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar cómo la migración interna de los vecinos de Santiaguito de Velázquez que salieron a principios del siglo XX para dedicarse al negocio de las taquerías en las ciudades ha generado impactos locales en el paisaje, la construcción y el empleo en la comunidad, mediante el desarrollo de una arquitectura que es la prueba fehaciente del éxito.

El negocio de las taquerías de los santiaguenses es el más antiguo y sin duda es uno de los mejores y más exitosos ejemplos de franquicia social como modelo de negocios (Arias, en este volumen): se trata de una propiedad colectiva que pertenece a la comunidad de origen de los desarrolladores de la actividad sin ningún registro legal de propiedad industrial, pero que reconoce el derecho de los vecinos a participar en la explotación con apego a normas tácitas de confianza y asociación con base al paisanaje, parentesco y compadrazgo, sin tener que pagar regalías, pero sí una especie de tributo voluntario a la localidad al compartir el éxito con sus paisanos, que se manifiesta en la organización de sus fiestas patronales, la modificación del paisaje mediante la construcción de enormes casas y mausoleos donde finalmente todos regresan y que hacen a esta localidad diferente a otras de la región de Los Altos de Jalisco.

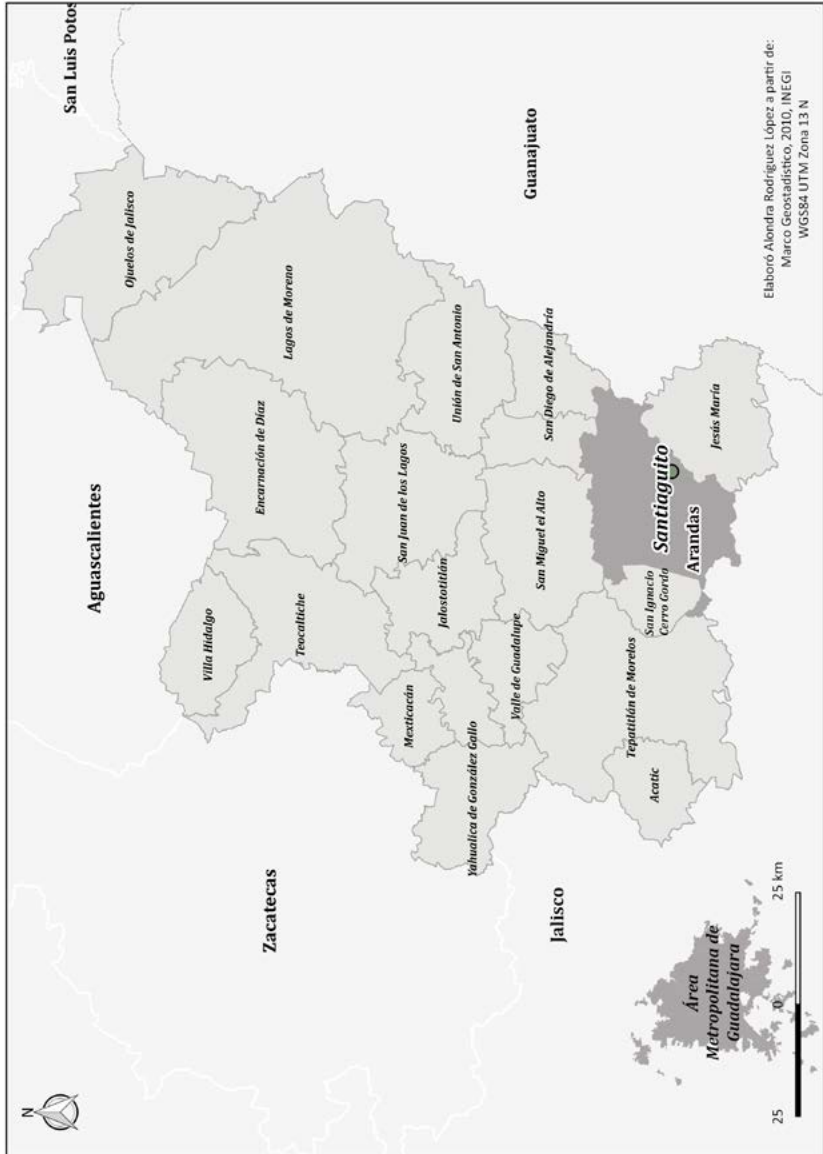
Este trabajo se fundamenta en la recopilación de información a partir de entrevistas con taqueros que residen en la comunidad y otros que tienen sus negocios en distintas ciudades del país. Algunas entrevistas se realizaron de manera presencial en los lugares de trabajo y otras por vía telefónica. También entrevistamos al delegado municipal, al cronista y personas que trabajan en la construcción y el cuidado de las viviendas.

Además, se realizaron recorridos y se recurrió a la observación directa, así como a la indagación en fuentes documentales. Nuestros entrevistados nos proporcionaron fotografías y durante los recorridos se tomaron muchas que ilustran el artículo; que se publican con autorización de unos y otros.

La localidad

Santiaguito de Velázquez es una localidad muy pequeña que en 2015 tenía 1111 habitantes. Forma parte del municipio de Arandas, en los Altos de Jalisco y

Mapa 1
Santiaguito de Velázquez, Arandas, Jalisco



se ubica a 11 kilómetros de la cabecera municipal del mismo nombre. Limita al norte con los municipios de San Diego de Alejandría, San Julián y San Miguel el Alto; al sur con Atotonilco el Alto, Ayotlán y Jesús María; al oriente con Manuel Doblado, en el estado de Guanajuato; y al poniente con el nuevo municipio de San Ignacio Cerro Gordo.

Las principales actividades del sector primario son el cultivo del maíz y la ganadería, a los que se destinan la mayor parte de las tierras de la comunidad.

El poblado cuenta con calles pavimentadas, agua de pozo profundo, luz eléctrica, drenaje; existe registro civil, cementerio, plaza pública, iglesia, tiendas de abarrotes, una unidad deportiva, un preescolar, una escuela primaria y una secundaria. En cuanto a servicios sanitarios cuenta con un centro de salud, una farmacia de genéricos que brinda consultas médicas y dos farmacias sencillas.

Remesas y arquitectura

La mayoría de los estudios sobre arquitectura de remesas se refieren a la migración internacional; muy poco se sabe de la arquitectura que producen los migrantes internos. El caso de Santiaguito es un ejemplo de cómo migrantes internos han transformado la fisonomía de su localidad mediante una arquitectura residencial y funeraria muy particular.

Las remesas de la migración internacional se han destinado mayoritariamente al consumo cotidiano, es decir, a la alimentación, vestido, salud y educación básica; lo que se conoce como la remesa salario (Durand, 2007). El segundo rubro lo ocupa la remesa inversión, que se dirige a la adquisición de terrenos, casas y automóviles y, aunque es importante, se encuentra por debajo de la remesa salario (Durand, 2007). El gasto en arquitectura migrante engloba lo erogado en la compra de la casa o terreno, la construcción, reparaciones o remodelaciones de las casas (Durand, 2011).

En los estudios sobre migrantes internacionales se habla de arquitectura sin arquitectos que se identifica por una serie de características distintivas: diseños caprichosos que integran elementos ajenos a las formas de construir de los lugares donde se edifican; uso de toda clase de ornamentos llamativos que desentonan con el entorno local. Suelen ser construcciones fastuosas, de gran colorido, que incluyen en una misma finca una gran variedad estilística (Lynn López, 2010; Camus y Bastos, 2011; Durand y Arias, 2011).

En muchos casos, las edificaciones se interrumpen y quedan inconclusas, lo que puede indicar que la economía de los migrantes no pasa por un buen momento o los planes de retorno han cambiado (Arias, 2013).

Origen de las taquerías

Los empresarios del taco salieron de la comunidad en las primeras décadas del siglo XX en busca de trabajo en la capital del país a raíz de los estragos provocados por la guerra cristera. Don Ángel Estrada González, de 99 años de edad, recuerda que en 1927, cuando él tenía nueve años, los vecinos fueron reconcentrados en San Francisco del Rincón, en el estado de Guanajuato:

Tuvimos que dejar todo, eso fue el 27. Ya terminando el año nos fuimos y perdimos todo, porque aquí hicieron cuartel los cristeros y agarraron todo: cosechas, animales, en las casas metían su caballada adentro, hicieron destrozos. Fueron años muy malos, por eso la gente se fue a México en esos años... muchos se fueron hasta allá porque allá estaba Pablo y él les daba trabajo en su negocio... Por eso se fueron muchos de aquí a trabajar, porque después que pasó la cristiada todos nos quedamos sin nada, se había perdido todo y allí andábamos haciendo la lucha, de allí salieron los taqueros (Entrevista, 22 de octubre de 2016).

El primer vecino que migró a la ciudad de México y se dedicó a la venta de tacos fue Pablo Cerrillo. Alrededor del año de 1920 tuvo un negocio donde vendía tacos dorados, flautas, tepache y pulque. Él fue el primer eslabón de la red que llevó a la capital a los que llegarían a ser los famosos “Taqueros de Arandas”. Para darse a conocer prefirieron hacer referencia a la cabecera de su municipio, Arandas, porque Santiaguito era un rancho que no identificaba nadie, “ni siquiera aparecía en los mapas”, dice un protagonista de esta historia.

Existe consenso en señalar que 1936 fue el año en que nació el taco de cabeza que fue inventado por Jesús Rizo Rizo y José de Jesús Hernández Villalpando, conocidos como “La Funda” y “El Chapo”, apodos que se generalizaron para distinguirlos, porque los dos tenían el mismo nombre (Velázquez Hernández y Velázquez Hernández, 2012).

Las referencias respecto al origen del taco de cabeza son casi inexistentes. *La Tacopedia* dice, de manera vaga, que el taco de cabeza se originó en algún lugar del Bajío y se consume ampliamente en los estados del centro del país y más en la Ciudad de México (Holtz, et.al, 2012).

En palabras de Don Ángel las cosas sucedieron así:

Los que inventaron los tacos de cabeza trabajaban en el rastro y agarraban las cabezas para vender el hueso y, para que fuera más fácil limpiarlas, las cocinaban. Así fue como probaron la carne y vieron que tenía buen sabor. El problema era cómo mantenerla caliente y calentar las tortillas. Los tacos dorados estaba fácil: se ponía una cazuela o

cazo de lámina o cobre con manteca sobre un bracero y ahí se freían y se calentaban. Por eso surgió lo del vapor, que consistía en poner un bracero con una olla de agua arriba para que hirviera y encima una charola de lámina agujereada para que subiera el vapor y ahí ponían la carne y los tapaban con una jerga, ahí mismo calentaban las tortillas. Éstos fueron Chuy Rizo “La Funda” y su cuñado José de Jesús Hernández Villalpando “El Chapo”; ellos fueron los inventores de los tacos de cabeza y el vapor para mantenerlos calientes (22 de octubre de 2016).

Salsas para los tacos



Fotografía proporcionada por Rosy Velázquez

Los acompañamientos tradicionales del taco de cabeza son cebolla y cilantro picados, más la salsa verde picosa que se prepara con tomatillo, chile de árbol verde o serrano verde y ajo.

Lo que distingue a un taquero de otro, lo que hace que sus tacos sean especiales, son la sazón y los ingredientes con que preparan las salsas. Cada taquero guarda celosamente su receta, porque como ellos dicen “el secreto está en la salsa”.

Ángel Estrada en la Ciudad de México Taquería La Gardenia de Felipe Velázquez, 1938



Fotografía proporcionada por Ángel Estrada González

Los puestos de tacos proliferaron en la ciudad de México en las décadas 1930–1940. En Guadalajara, que se considera el segundo punto donde existen más taqueros, la primera taquería de tacos de cabeza se instaló a principios de la década de 1950 (Ángel Estrada, 22 de octubre de 2016; Velázquez Hernández y Velázquez Hernández, 2012).

El estado de Guanajuato fue el tercer lugar de propagación de las taquerías. Hay que decir que siempre ha existido un fuerte vínculo con esa entidad vecina y a que, como se ha dicho, durante la guerra cristera los habitantes de Santiaguito allí fueron reconcentrados; pero también y sobre todo a que esa era la ruta hacia la capital del país: en los inicios en tren y más tarde por carretera. Ese era el camino que recorrían los taqueros en su ir y venir a la capital mexicana.

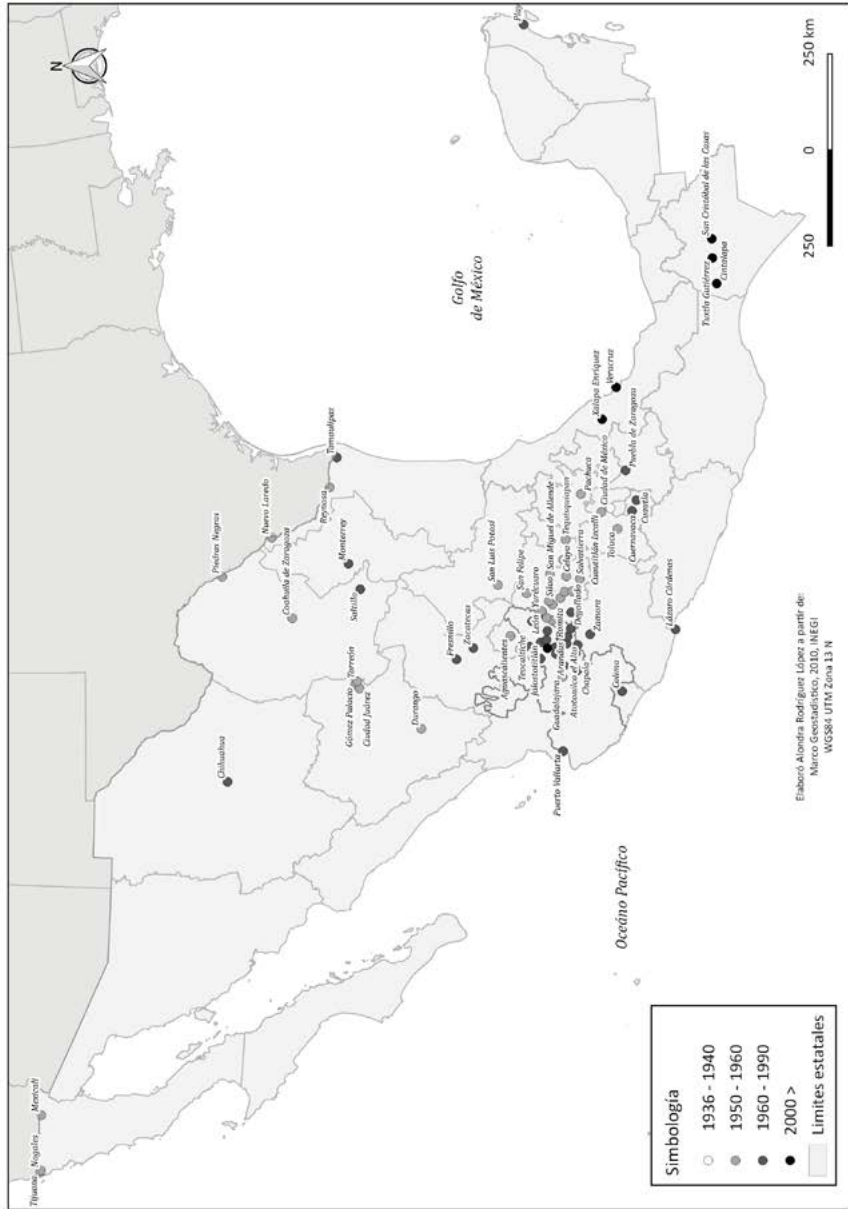
Desde fines de 1950 y durante la década de 1960 la expansión de los taqueros cubrió ciudades como Guanajuato, León, Irapuato, Salamanca, Celaya, Pénjamo, San Francisco del Rincón, Salvatierra, Valle de Santiago, Romita, Purísima del Rincón, San Miguel de Allende, San Felipe, Silao en el estado de Guanajuato y Yurécuaro en Michoacán. También se instalaron en ciudades como Querétaro, Tequisquiapan, La Piedad, Aguascalientes, Toluca, Pachuca y Zacatecas. El norte del país fue otro de los derroteros que tomaron los santiaguenses: San Luis Potosí, Durango, Saltillo, Torreón, Gómez Palacio, Matamoros, Reynosa, Nuevo Laredo, Piedras Negras, Ciudad Juárez, Nogales, Mexicali, Tecate y Tijuana.

En la década de 1960 llegan a Estados Unidos los primeros taqueros a ciudades texanas como Dallas, Houston, San Antonio; a San Diego y Los Ángeles en California; a Chicago en Illinois. En la actualidad, se dice que en la ciudad de Los Ángeles existen más de 200 taquerías que pertenecen a empresarios santiaguenses (Infante, 2015).

La dispersión de los empresarios del taco no se detuvo. En la década de 1970 empezaron a incursionar en ciudades medias y pequeñas de Jalisco: Atotonilco, Ayotlán, La Barca, Chapala, Capilla de Guadalupe, Degollado, Jalostotitlán, Lagos de Moreno, Ocotlán, Puerto Vallarta, San Miguel el Alto, San Julián, Tepatitlán, Teocaltiche, Zapotlanejo; así como en la ciudad de Colima; y Nochistlán y Fresnillo en Zacatecas.

En el siglo XXI buscaron nuevas plazas en el sur del país y llegaron a ciudades de Veracruz, como Xalapa. Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas y Cintalapa en Chiapas y Playa del Carmen en Quintana Roo. Las plazas del sur del país no han sido muy exploradas debido a que los tacos son más demandados –“ideales”– en climas templados y fríos. Por esa razón el centro y el norte son las principales áreas de asentamiento y desde luego la zona conurbada de la ciudad de México, donde se identifican familias que desarrollaron negocios de gran renombre, por ejemplo: los Villagrana por el rumbo de la Villa de Guadalupe, los Velázquez por Tacubaya y por Tacuba los Luna.

Mapa 2
Expansión geográfica de las taquerías



Contratación de trabajadores

Desde el inicio los dueños de taquerías recurrían a su comunidad de origen para proveerse de empleados de “confianza”. La confianza se fincaba en que las familias se conocían entre sí y cualquier tipo de abuso o rapiña era sancionado socialmente con el señalamiento y el desprestigio. En las décadas 1930-1940 se iban a trabajar hombres solteros. El patrón les pagaba un salario y les permitía comer en la taquería, pero no les daba alojamiento; ellos se juntaban con paisanos para rentar un cuarto. Don Ángel cuenta:

La primera vez que me fui, en 1937, pagaban un peso por día, con comida ahí mismo, la vivienda cada quien se la procuraba como podía (22 de octubre de 2016).

A principios de la década de 1950 los empresarios comenzaron a llevar a trabajadores muy jóvenes:

En cuanto terminaban la primaria, a veces ni la primaria terminada, nomás con que supieran leer y hacer cuentas, ya estaban listos para irse al guiso.

Cuando se trataba de menores de edad y sobre todo si eran parientes, ahijados o hijos de algún amigo, los patrones se comprometían a darles casa y a velar por su bienestar. Cuando el negocio contaba con un local, muchos de los empleados se hospedaban ahí mismo, dormían en tapancos o en el piso en petates o colchonetas.

Ha sido común, parte de lo esperado, que los que se contratan para trabajar como taqueros, después de un tiempo en el que aprenden los tejes y manejes del negocio, se independicen y pongan el suyo propio. Así, en la práctica, reciben capacitación, establecen contactos y aprenden las prácticas aceptadas por los miembros de esa asociación informal y flexible que genera empleo y autoempleo y permite la creación de un patrimonio individual y colectivo.

En el siglo XXI se ha presentado un cambio: cada vez se recurre menos a la contratación de mano de obra en el lugar de origen de los taqueros. Los trabajadores escasean porque los jóvenes prefieren ir a trabajar en el mismo negocio y con empresarios de Santiaguito en Estados Unidos. Otra razón para contratar personal en los lugares de destino es que los hijos de los taqueros que nacieron y crecieron en las ciudades han creado lazos de amistad y vecindad con personas a las que les tienen “confianza”.

Participación de las mujeres

Tradicionalmente, el oficio ha sido de “taquero”, no de “taquera” en todo el país (Alcalá y Viqueira, 1982). En las primeras décadas la participación de las mujeres en las taquerías de los santiaguenses se daba en tareas secundarias: picar la verdura, preparar las salsas, como meseras y cajeras.

La incursión femenina como empresarias en el negocio de los tacos ha sido escasa y se presentaba cuando las mujeres quedaban solas por viudez o abandono, pero por lo regular contrataban a hombres que se encargaban de picar la carne y servir los tacos. Desde luego que existen excepciones, hay mujeres que lo hacen como una elección y son aceptadas por sus clientes (Arias, Sánchez y Muñoz, 2015).

Paulatinamente, las mujeres se han ido labrando su lugar en la actividad taquera, como lo han hecho en casi todos los oficios y profesiones, pero parecería que en ésta ha sido más lenta y con más obstáculos ideológicos. En la actualidad, se las encuentra sobre todo como administradoras: encargadas de los pedidos de carne, tortillas y verduras, pago de proveedores, manejo de las cuentas bancarias, contratación y pago de los empleados.

A pesar de lo anterior, cada día hay mayor participación femenina en los negocios familiares debido a la rotación de personal y el tiempo de capacitación de los trabajadores, pero sobre todo porque ellas quieren hacerlo. Es el caso de Esperanza que despacha los tacos de cabeza y de bistec en su taquería de Nochistlán, Zacatecas; así como de Rosy Velázquez en Salamanca, Guanajuato, que empuña el cuchillo para preparar tacos al pastor, picar carne asada o de cabeza cuando algún empleado descansa o sale a prestar el servicio de taquiza a domicilio.

Otro cambio que se ha presentado es que ya se contrata a mujeres de la comunidad como meseras y cajeras. Esto debido a la escasez de mano de obra masculina ya que se dice que son más responsables y puntuales que los hombres.

La forma de hacer negocios

Los taqueros de Santiaguito se han convertido en empresarios con experiencia, códigos de higiene muy estrictos, que hacen planes de negocios, siguen estrategias publicitarias, distinguen segmentos y buscan nuevos nichos de mercado. Actualmente no se instalan únicamente en los centros históricos y colonias populares de las grandes ciudades; cualquier lugar donde haya un conglomerado de población es buen lugar para situarse, llámese colonia, fraccionamiento o pueblito. Los lugares de paso, como las orillas de las ciudades, junto a una carretera, son una buena opción.

Un ejemplo de identificación de mercados segmentados es el negocio de don Chuy y su familia que tienen dos taquerías en la ciudad de Zacatecas:

Una, en el centro para los turistas, esa es de mi esposa; yo tengo un puesto en la calle, ése es para mis compas, los rancheros.

Hoy en día para que una taquería tenga posibilidades de éxito es necesario que cuente con estacionamiento. Además, muchas se promocionan en las redes sociales, crean su página de Facebook y un logotipo de la empresa que imprimen en tarjetas de presentación y en los uniformes de los empleados.

Lo más novedoso es el servicio al automóvil: rápidamente el empleado se acerca al vehículo, toma la orden, la surte y les cobra. Los coches se estacionan en la calle o en el estacionamiento, en un área específica para brindar este servicio. Este modelo está inspirado en los restaurantes de comida rápida pero adaptado a la realidad mexicana. Aquí no hay un cristal y micrófono de por medio; el servicio es cara a cara; el personal que atiende llega a conocer a sus clientes, se saludan, intercambian comentarios a pesar de la prisa y con el tiempo conocen perfectamente sus preferencias. Es un servicio personalizado, no acartonado como el de los restaurantes tipo McDonald's. Igualmente, hay establecimientos que prestan servicio las 24 horas del día, como la famosa taquería El Borrego Viudo, propiedad de los Villagrana. Hoy en día, la mayoría de las taquerías cuenta con servicio de "taquizas" a domicilio que se contratan para todo tipo de celebraciones: cumpleaños, bautizos, primeras comuniones.

Anteriormente, los dueños de taquerías estaban en el negocio todos los días. Solamente cerraban y descansaban uno o dos días durante la Semana Santa cuando disminuye el consumo de carne, en especial, en algunas regiones del país. Ahora es frecuente que dejen el establecimiento a cargo de algún empleado de confianza y tomen vacaciones hasta por dos semanas en Santiaguito donde disfrutan de sus casas, visitan amigos, parientes y difuntos.

En los últimos años se ha presentado una situación inesperada. La franquicia social exitosa y realmente "franca", es decir, que no existe ningún registro de marca, ha llevado a que personas de otros lugares llamen "Taquería Arandas" a sus establecimientos por el prestigio del nombre.

Este hecho ha generado la necesidad de reivindicar el lugar de origen mediante la creación de logotipos que incluyen la imagen del taco asociada explícitamente con Santiaguito, ya sea poniendo el nombre o con un taco con sombrero que aluda a que son charros de Los Altos de Jalisco. También es frecuente que los establecimientos se bauticen con nombres que incluyen el nombre de la localidad: "Taquería Santiaguito de Velázquez". Este uso es similar a lo que hacían, hace muchos años, los paleteros de Mexxicacán al colocar la imagen del Sagrado Corazón en sus locales (Rollwagen, en este volumen).

En fechas recientes y por la misma razón que los taqueros de Santiaguito, los paleteros de Tocumbo también han empezado a poner el nombre de su comunidad en lugar de sólo “Paletería la Michoacana”: “Paletería el Oasis de Tocumbo” en Jalpa Zacatecas; “Sabor a Tocumbo” en Visalia, California, o “Tocumbo Ice Cream” en San Diego, California.

Logotipos en referencia al lugar de origen



Documentos proporcionados, de izquierda a derecha, por el Delegado Municipal de Santiaguito, Ramiro Alvizo Zúñiga y Rosy Velázquez

La vida en la ciudad y la casa en Santiaguito

Entre 1936 y 1980 el principal objetivo de los taqueros fue construir su casa en Santiaguito ya que en los lugares de trabajo vivían en vecindades o casas muy humildes. Los lugares en que se instalaban eran los centros históricos y colonias populares en las periferias de las ciudades. Los que tenían puestos en la calle solían instalarlos frente a sus casas y los que tenían locales comerciales habitaban en la parte alta de los edificios.

Los primeros taqueros construían su casa y compraban tierras en Santiaguito antes que el local donde tenían la taquería porque mantenían el proyecto de regresar a vivir a su pueblo. Por eso, sus viviendas en los lugares donde trabajaban eran mucho más modestas que la que construían en el pueblo.

La casa en Santiaguito era muy importante para los taqueros: significaba la evidencia de un cambio de vida, tomando en cuenta que la gran mayoría de taqueros eran campesinos pobres que al migrar a la ciudad trabajaban arduamente y ahorran para poder regresar a su tierra a vivir en una casa mejor que la que habitaban en las ciudades, a trabajar sus propias tierras o instalar un negocio. Ese era el sueño que guiaba sus esfuerzos.

El regreso posible

El proyecto del retorno fue realidad para unos cuantos. Algunos regresaron por una temporada, pero constataron que el negocio del taco era más redituable que trabajar el campo y migraron nuevamente, pero siguieron construyendo casas nuevas y remodelando las que ya existían.

El mejoramiento de las carreteras y la calidad de los vehículos que tenían les permitía acudir con frecuencia, aunque fuera por unos días, en especial para los que radicaban en los estados de Jalisco, Guanajuato, Querétaro o Aguascalientes, e incluso, la ciudad de México. Ellos regresan con mucha más frecuencia que los migrantes internacionales: varias veces al año, en las fiestas del pueblo, en Semana Santa e incluso cada semana.

El albañil Angelillo Estrada dice:

Allá pueden vivir en una vecindad o en una garrita de casa, pero el chiste es venir a hacer su buena casa aquí. Bueno, ya ahorita no. Los que les pegó bien en el negocio, los que tienen súper negociazos, ya tienen sus mansiones aquí y allá (30 de marzo, 2017).

La casa como lugar de descanso

Que la casa en el pueblo sea la más grande y mejor arreglada es un hecho que sigue presentándose, pero cada vez menos. En la actualidad, la casa en el pueblo es conceptualizada como lugar de descanso. Los taqueros jóvenes primero construyen o compran casa y locales en los lugares donde se han instalado. Construir en Santiaguito se posterga, aunque siguen contemplando hacerlo y planean regresar igual que sus padres, pero durante las vacaciones o hasta que se retiren.

Rosy Velázquez, originaria de Santiaguito, tiene 27 años de edad y está casada con su paisano Gabriel. Ellos tienen su taquería en Salamanca, Guanajuato, ya compraron un terreno en Santiaguito y piensan construir su casa allí. Pero ella considera que no pueden regresar pronto. Quiere que sus hijos, el que tienen y los que vengan (no más de tres), estudien y Salamanca es una ciudad donde hay más oportunidades que en el pueblo:

Pero tampoco queremos que dejen de ir a nuestro pueblo, que se pierda la costumbre de regresar a las fiestas, de vacaciones y a descansar. A nosotros nos gusta porque somos de ahí, se nos hace muy bonito el pueblo, ahí viven mis padres y porque es muy tranquilo. Además de que en vacaciones ahí nos encontramos con familiares y amigos que regresan. Cuando seamos viejos y ya no trabajemos vamos a regresar a vivir a Santiaguito y allí vamos a esperar a los hijos y nietos” dice riendo.

La prueba del éxito

Podríamos decir que en el siglo XXI la casa en Santiaguito dejó de representar la posibilidad de un retorno definitivo para convertirse en la prueba del éxito de los migrantes. En la construcción de la casa, que nunca será el hogar permanente, se pone de manifiesto un proceso de ochenta años de transformación, que empezó por la búsqueda de recursos para mejorar la calidad de vida y crear un patrimonio para garantizar un mejor retorno a la comunidad de origen.

Una vez que se dieron cuenta de lo rentable que podía ser el giro de las taquerías en las ciudades, que sus hijos crecieron y a su vez tuvieron hijos que aspiraron a una profesión y no a un oficio como el de sus padres y abuelos, el cambio comenzó a ser evidente. La educación para los hijos y la fuente de ingresos permanente los ancló en las ciudades y la edificación de casas en Santiaguito pasó a ser un distintivo de logro, la mejor prueba del éxito como empresarios.

Lo anterior trajo como consecuencia la creación de un nuevo paisaje entre lo urbano y lo rural que refleja su nueva identidad como comerciantes que han alcanzado las metas perseguidas. Allí, en Santiaguito, sus casas son una marca visible que los identifica y distingue; muy distinta a la vida anónima de las ciudades. El paisaje, como un producto cultural en constante transformación, es el espejo que reflejan las mutaciones que han experimentado los migrantes de Santiaguito (Gastó Coderch, *et.al.* 2010; Tillería González, 2010).

Las residencias

En 1910, de acuerdo con el catálogo de localidades, Santiaguito tenía la categoría de rancho. En 1938, el sacerdote José Rojas Flores, en acuerdo con los vecinos, decidieron llamarlo Santiaguito de Velázquez; el padre se encargó, además, de trazar las calles en torno a la iglesia y decidió que los lotes para vivienda tuvieran 200 m² (Gumercindo Navarro Hernández, 25 de abril de 2017). Fue el inicio de la urbanización del rancho.

Las casas eran de adobe, hecho con lodo y paja de linaza ¹, se utilizaba una tierra muy roja llamada almagre, que se remojaba para poder pintar el guardapolvo, es decir, la parte inferior de las casas. Los techos eran de vigas de madera y carrizo sobre los cuales se ponía una torta de lodo que evitaba que pasaran el aire y la humedad y sobre esa pasta se colocaban las tejas. Los pisos eran de ladrillo tipo teja que llamaban piso de jarro y por dentro eran blanqueadas con cal, sal y baba de nopal; las puertas y ventanas eran de madera.

¹ Taylor (1933) reportó que la linaza se cultivaba en Arandas cuando él realizó su investigación a principios de la década de 1930. Ese cultivo ha desaparecido.

Las casas contaban con tres recámaras, cocina-comedor con bancos y enjarres de tierra, al fondo se encontraba el patio empedrado, el traspatio y la huerta. Esas eran las viviendas elegantes; las casas de los pobres tenían solamente un portal pequeño, una recámara, cocina y el corral que servía como baño, todo con piso de tierra (Gumercindo Navarro Hernández, 25 de abril de 2017).

Ese tipo de arquitectura corresponde a lo que se denomina arquitectura vernácula, es decir, que utiliza elementos del entorno más próximo para su construcción y responde a las necesidades de los habitantes de una localidad (Arboleda, 2006; Tillería González, 2010).

Casa de fines del siglo XIX



Fotografía proporcionada por Gumercindo Navarro Hernández

Hasta la década de 1980 la arquitectura local formaba parte de la arquitectura sin arquitectos de acuerdo al típico de las casas pueblerinas: dos habitaciones con ventanales a la calle, de entrada, un zaguán o pasillo que conducía al patio en torno al cual se distribuían las demás habitaciones y al fondo un corral destinado a los servicios sanitarios y los animales domésticos. Los materiales de construcción eran ladrillo cocido, que se llevaba de los ranchos de Santa Rita y Palo de Cuate, pegado con cal y cemento, vigas y puertas metálicas, pisos de cemento o mosaico y fachadas trabajadas, algunas con arcos en las puertas y ventanas, los enjarres eran de cal y cemento. En 1980, cuando se perforó el primer pozo para el agua potable, se produjeron dos cambios importantes en las casas: drenaje y baños con inodoro. Los constructores eran los albañiles de la localidad que conocían perfectamente los usos y costumbres de la región y se apegaban a ellos puesto que los propietarios no solicitaban nada diferente; algo similar a lo que sucedía con la arquitectura de remesas internacionales (Durand y Arias, (2011).

El corral al fondo de la casa era utilizado como baño y para la crianza de animales



Fotografía proporcionada por Gumercindo Navarro Hernández

Casa tradicional de Santiaguito. Alrededor de 1960



Fotografía de Jorge Durand

No obstante, a fines de la década de 1980 se inició una primera etapa de interés y creatividad personales de los migrantes internos respecto a sus casas en Santiaguito y los albañiles se vieron comprometidos a cumplir las expectativas de sus clientes.

Lo primero fue incluir el exterior de las casas con azulejos, inspirados en los ejemplos que observaban en las ciudades. No era frecuente que se hicieran fotografías de modelos de casas para guiar la construcción de las nuevas. El solicitante la describía o llevaba al albañil a una ciudad cercana para que viera, por fuera, la casa que quería que reprodujera. El ejecutor de la obra tenía que “figurar” mentalmente como estaban distribuidas las casas en el interior.

Un ejemplo típico de la casa única, exclusiva y extravagante, es el llamado “Castillo de Drácula”. Antonio Velázquez quien la construyó, nos platica:

Es una casa que está a la salida del pueblo, pasando el puente, donde está la curva, enfrente. El dueño cuando me habló, me dijo más o menos cómo la quería hacer, y pues yo creía que quería los techos caídos -digamos poquito- pero ya cuando me explicó bien, pos yo dije que no se podían hacer así en ese tiempo... ahora hacemos torres o armazones de fierro para subir y hacer trabajos muy altos, pero antes tenía que ir inventando andamios para poderla hacer, tenía que levantarle 4 metros, el techo quedó como (risas)... le llamábamos “El castillo de Drácula”. El dueño me dijo: No Velázquez, déjeme decirle una cosa, yo lo que quiero es hacer una chingadera de casa que nadie aquí me la vaya a poder copiar, y hasta la fecha nadie se la ha copiado. Ese tipo de casas es de las que se usan por allá en Canadá o Estados Unidos donde cae mucha nieve para que no se quede en los techos... y últimamente ésa ya les ha funcionado bien ahora con la nevada (22 de octubre, 2016).

En 1990, a raíz de la regulación municipal, se empezó a exigir planos autorizados, que tenían que ser elaborados por un profesional, arquitecto o ingeniero. La coyuntura sirvió para dar un giro a las construcciones, que transitaron de manera definitiva de las casas pueblerinas y las auto-diseñadas extravagantes a las que siguen modelos observados en las ciudades: casas de fraccionamientos residenciales de lujo, de revistas especializadas, fotografías de internet y de casas vistas en televisión. Las fuentes de inspiración son ilimitadas. Para transmitir esos modelos se usan las nuevas tecnologías: las fotos digitales llegan al momento por mensajes SMS, por Facebook o WhatsApp. Esta nueva fase coincide con la instalación de los taqueros más exitosos en colonias de clases medias o altas en las ciudades donde tienen los establecimientos.

El castillo de Drácula



Fotografía de Martha Muñoz Durán

La creatividad reflejada en la arquitectura



Fotografía de Jorge Durand

Aunque los planos para la construcción son invariablemente encargados a un arquitecto o ingeniero, sólo una décima parte (10 %) de la ejecución de la obra recae en profesionales, dice Saúl, un joven arquitecto local. Eso sucede cuando el propietario radica en lugares distantes como la frontera norte del país o Estados Unidos. En esos casos, los propietarios van a Santiaguito a encargar la obra y mensualmente envían remesas para el pago de materiales y trabajadores. Esos migrantes siguen el proceso de la construcción en fotos y videos que les mandan a través de las redes sociales. Muchas veces, los propietarios no regresan hasta que su casa está terminada, pero no se pierden detalle de su construcción.

La mayor parte, es decir, el 90 % de las construcciones está a cargo de expertos albañiles que realizan la obra desde abrir cimientos, instalar drenaje, levantar muros y techos, enjarrar, construir molduras con arena, cemento y yeso, poner pisos, puertas y ventanas. Ellos entregan la obra lista para hacer los acabados que incluyen puertas interiores, closets, gabinetes y cocinas integrales, que por regla general se hacen de madera.

En contadas ocasiones se contratan pintores o fontaneros foráneos porque los albañiles se encargan de esas tareas. Los albañiles santiaguenses son maestros de obra cuyas construcciones están tan bien realizadas que no le piden nada a las de las compañías constructoras. Ellos se han ganado la confianza de los empresarios del taco que dejan en sus manos la realización de uno de sus más grandes proyectos de su vida. El albañil Miguel Ángel Sánchez comentó:

Muchas personas piensan que viene gente de otros lugares como de México o León, que son albañiles modernistas y no tradicionales, porque creen que la gente de aquí estamos tontos o no sabemos. Pero si se fijan, todas las casas de aquí son hechas por albañiles de aquí mismo. Por eso andan todo el día llenos de mezcla, y todos saben de números, que más que nada es eso, se trata de números, escuadras, plomos, niveles... tan sencillo como sacar un diámetro para que no queden chuecas (22 de octubre de 2016).

Las casas de hoy se construyen con materiales de buena calidad y con variedad de diseños, que van desde los clásicos de estilo palacio, hasta construcciones modernistas y las tipo hacienda. En sus fachadas incluyen canteras, mármol, mampostería, ladrillo aparente, rejas, cúpulas, portones, balcones, murallas de hierro forjado, vidrios emplomados y con vitrales.

Son mansiones muy bien construidas, con diseños elaborados, algunas rodeadas de cuidados jardines. En Santiaguito, a diferencia de otros pueblos del país, la regla son las residencias lujosas; las casas pequeñas y humildes son la excepción. Gran parte del año las casas permanecen deshabitadas, pero no abandonadas. Sus dueños, taqueros que viven en diferentes ciudades del país

Migrantes exitosos

o en Estados Unidos, regresan sin falta unas dos veces al año por una o dos semanas; pero se encargan de que estén en las mejores condiciones posibles y como si fueran a llegar en cualquier momento. Ello ha dado lugar a mercados de trabajos locales y permanentes para hombres y mujeres de Santiaguito y la microrregión.

Mansiones: la evidencia del éxito





Migrantes exitosos





Fotografías de Imelda Sánchez García

Lujo y modernidad en medio de la ruralidad



Fotografía de Jorge Durand

En Santiaguito se construye un promedio de diez casas por año. Una casa con dos plantas en un lote tradicional de 200 m² se construye en un año entre dos albañiles y sus peones. Pero las casas con esas medidas son cada vez menos frecuentes porque los taqueros buscan sumar dos o tres terrenos para construir sus residencias. En octubre de 2016 los albañiles de la familia León estaban abriendo cimientos para una casa en un terreno de 600 m². En esa obra trabajaban siete albañiles, cada uno con un peón, y proyectaban terminarla en dos años. Esa residencia tendrá tres plantas y será la primera con alberca.

La demanda ha encarecido los precios de los terrenos por encima de los que se pueden encontrar en ciudades grandes como Tepatlán o Arandas. El precio de un terreno de 20 x10 m es de \$ 700 000 pesos; pero por uno céntrico, en el primer cuadro de Santiaguito, se han pedido hasta 10 millones de pesos y hay quien los pague, dicen los vecinos.

Aquí los que han encarecido el terreno son los norteños y los taqueros que están fuera y que les va bien. Es que como ellos quieren invertir su dinero, pagan lo que les pidan y los demás dicen sí, el que vendió aquí al lado dio a tanto, el mío vale igual, dice Antonio Velázquez Velázquez (22 de octubre de 2016).

Las casas céntricas que se construyeron en la primera etapa de las remesas han sido remodeladas y ante la inflación de los precios y la poca disponibilidad de terrenos céntricos se ha optado por elevar las construcciones hasta tres plantas, aunque el estándar es de dos; situación que es compartida con la arquitectura migrante internacional: casas de varias plantas donde se supondría que por la poca competencia por el terreno no existiría tal necesidad (Durand y Arias, 2011; Durand, 2011).

En lo que respecta a los interiores, la decoración está formada por molduras en yeso y maderas finas, lámparas, candiles, plantas naturales de ornato y muebles de muy buena factura. Colocan cuadros que, en algunas ocasiones, representan lo entrañable que han llegado a ser los lugares donde ejercen su oficio. La religiosidad también está presente en las imágenes con que ornamentan interiores y exteriores.

El interior de las residencias



La religión siempre está presente



Fotografías de Imelda Sánchez García

Las características de estas construcciones son similares a las descritas en Tepatlán y Lagos de Moreno como vivienda por encargo: encomendadas a profesionales de la construcción tanto en el diseño como en la ejecución y realizadas con materiales de calidad. La edificación corre a cargo de particulares, sin participación oficial, que es a la que recurren las clases altas para distinguirse mediante la opulencia en el lenguaje arquitectónico (Cabrales, 1997). La diferencia aquí radica en que la ejecución de la obra la realizan albañiles locales que han adquirido su “expertise” en la práctica.

Las mansiones de los muertos

Antes de 1970 las tumbas del cementerio de Santiaguito eran como las de cualquier otra localidad. Después de esa fecha y relacionado con la expansión y enriquecimiento de los taqueros se comenzaron a hacer las estructuras y modelos actuales. Había algunas que sobresalían de otras, por ejemplo, las de Juan Velázquez, Hilario Velázquez, su hermano Francisco Velázquez y la de Luis Velázquez que era de mármol. La diferencia de esta última con las demás es que es armable, es decir, ya está hecha; sólo la armaron en el lugar, no la construyeron ahí. Las demás estaban hechas con materiales de construcción: ladrillo rojo, cal, cemento recubierto con azulejo, vidrio biselado y aluminio (22 de octubre de 2016).

Las primeras generaciones de taqueros pasaron gran parte de su existencia en la ciudad que habían elegido para establecerse con el proyecto de algún día regresar, muchas veces pospuesto de manera indefinida, pero que se veía realizado cuando morían y retornaban a dormir "el sueño eterno bajo el cielo de Los Altos"; la tierra que siempre añoraron.

Ahora es diferente, casi todos tienen claro que no regresarán vivos, pero sí quieren hacerlo cuando dejen de existir, aunque no hayan nacido ni crecido en Santiaguito. Esto es el reflejo del apego al lugar donde son admirados y respetados; apego que es transmitido de padres a hijos y se reitera en la práctica continua de llevar a enterrar a sus difuntos al pueblo, similar a lo que sucede en Argentina (Minetti, 2011).

En la antigüedad, en casi todas las culturas se construían mausoleos destinados a honrar la memoria de los muertos, que eran más suntuosos que las casas. Pero en las sociedades actuales, en las que el disfrute de lo inmediato y la pérdida de interés por lo sagrado son una constante, la relación tan estrecha que existía entre la arquitectura y la muerte se ha ido difuminando, dando por resultado el desinterés en la construcción de los espacios funerarios (Pérez-Naya, 2011). Eso no ocurre en Santiaguito, donde el cementerio es una suerte de prolongación de las residencias de los vivos.

Lo que atrajo nuestra atención al respecto fue que una de las prioridades de la actual administración delegacional es, justamente, la ampliación del panteón. En una localidad tan pequeña como Santiaguito eso es sin duda de llamar la atención. Y esto es debido a la gran demanda de espacio para seguir construyendo las casas de los futuros muertos donde los taqueros se reunirán y descansarán en paz.

El cementerio



Fotografía de Imelda Sánchez García

En el panteón municipal abundan las tumbas lujosas, como castillos en miniatura, de distintos estilos arquitectónicos, sobrecargadas de decoraciones costosas y de colores vistosos. Son muy diferentes a las construcciones modestas de granito o mármol monocromáticos de los demás pueblos y ciudades de la región. Al igual que en el pueblo con las casas, existen menos sepulcros humildes que suntuosos.

Grabar el nombre o apellido de la familia a la que pertenece la tumba ha sido una práctica común en casi todas partes, en especial en los mausoleos que representan el rango social y económico del grupo familiar. En el caso de los taqueros los apellidos se escriben con letras doradas, en el lugar más elevado y visible como una metáfora de que se alcanzó la meta de la prosperidad que se buscó al salir (Minetti, 2011). En Santiaguito, además de grabar nombres y apellidos en letras bruñidas, también se pone el alias porque es como una marca que distingue a la persona y al negocio que creó: “El Jalisciense”, “La Negra”.

Las tumbas suelen tener vidrios biselados y vitrales, que permiten ver en el interior del mausoleo, una especie de hall o escaparate en el que hay fotos

de los difuntos, juguetes si hay algún cadáver de niño, imágenes de santos, grandes macetones con flores artificiales y algunas con flores naturales ya marchitas. Los modelos van desde los que imitan la arquitectura clásica con cúpulas, arcos y columnas, hasta los que reproducen edificios contemporáneos. Los materiales con los que son construidas y adornadas son cantera, madera, mármol, molduras de yeso, pintura al óleo, aluminio, vidrio biselado y grabado, azulejo y ladrillo de cerámica.

Tumbas mini-mansiones







Fotografías de Imelda Sánchez García

Los albañiles, comenta Miguel:

...En todo momento deben estar tijereando hasta cuando vamos a los templos: cómo están las líneas, tipos de moldura, cortes que se tienen, nos fijamos en la fachada de las capillas—que más que todo son fachada, porque de fondo no tienen mucho— y hacia arriba los detallitos que se les da, es lo único que tienen, es lo que hace que se vean bonitas, y es lo que les gusta a la gente, no cambian mucho que quítale aquí, ponle acá.

La construcción de este tipo de gavetas que se tienen es más por una cuestión sentimental, mucha de la gente pensaría que es competencia, cuando en realidad se trata más de un sentimiento por parte de los dolientes y a la vez una tranquilidad de saber que su difunto está descansando en algo digno,² aparte del gusto de venir, ver la capilla bonita, asearla, estar un rato dentro de ella, y es un poco evadir el dolor viendo el monumento que se le hizo a los familiares que están ahí.³

Otro de los argumentos que se dan ante estas construcciones va dirigido a la parte de la crítica de los familiares, vecinos, conocidos: *que si tenía bienes y buena vida, ahora de muerto cómo lo tienen*, en el caso de las gavetas de tierra.

Los diseños son a gusto de los dolientes; la mayoría son resultado de la combinación de imágenes encontradas en Internet, libros, revistas, visitas a otros cementerios y hasta de cajetillas de cerillos. Un ejemplo es la gaveta

2 “La preocupación por la protección y el bienestar de los difuntos se remonta al mundo antiguo, en donde la creencia en la vida después de la muerte estaba generalizada. Si bien la muerte ponía fin a la forma visible de nuestra presencia en la tierra, se tenía la certeza de que nuestra vida no se extinguía, y de hecho imperaba la creencia, luego retomada por el cristianismo, de que al morir se llegaba a un lugar en donde se iba a tener una 'mejor' existencia” (Escobar Wilson-White en Minetti, 2011:130).

3 “A la luz de las dimensiones de tiempo y espacio, el cementerio se presenta de una manera particular como tiempo fijo y espacio trascendente, sagrado, ya que en definitiva es el lugar de la tierra que recuerda con más fuerza la proximidad del Juicio, como lugar definitivo y semiorganizado. De hecho, las unidades que lo constituyen no interactúan entre sí, sólo se presentan ante nosotros fechas que marcan dos jornadas del calendario ya pasadas, gestos inalterables en las fotografías ovales que, en blanco y negro, capturaron una imagen de los difuntos cuando aún pertenecían a este mundo. Por lo que, pese a la capacidad de interpelación que posee el cementerio, sus posibilidades para devenir un espacio significativo dependen del pueblo (lugar habitado) al que pertenece. En el cementerio, huelga decirlo, ya no hay vida: es un depósito de ancestros, de evocaciones, de llanto y, para muchos, es un lugar vacío de significado. En ocasiones se transforma en sitio de homenaje, habilitando una práctica que no es la habitual del cementerio, pero que también involucra la memoria, por parte de las instituciones que quieren rendir un tributo a las personas que contribuyeron con ellas, homenaje que deja una huella imperecedera a través de las placas, o la más efímera de las ofrendas florales” (Minetti, 2011: 141-142).

de Conrado Villagrana, fundador de El Borrego Viudo. El arquitecto que la diseñó hizo un proyecto inspirado en Italia, pero no es de una tumba, sino de una capilla.

Los diseños actuales son modernistas. Antes se pedían cúpulas y aun así las hacían aparecer distintas. Por ejemplo, hay una tumba con una cúpula de tres niveles que comienza de una forma, a la mitad cambia y termina de una manera diferente. Lo que pedía el dueño era originalidad (Miguel Ángel Sánchez, 22 de octubre de 2016).

Tumba modernista de Conrado Villagrana, fundador de El Borrego Viudo en la ciudad de México



Fotografía de Imelda Sánchez García

Los tiempos y costos de construcción son muy variados.

Si se habla de una gaveta sencilla, a la que sólo hay que pegarle azulejo, ponerle un cuadro donde metan un santo, una veladora, unas flores, poner jarrones... se lleva dos días para construirla; una gaveta más compleja, con diseños muy particulares, hasta tres meses, comenta Miguel.

La cantidad de trabajadores para estas construcciones depende de la complejidad de la tumba y fluctúa de uno a cuatro albañiles. En ese caso, el costo supera los \$ 200 000 pesos.

Empleos, trabajos y actividades económicas derivadas de la industria del taco

El impacto económico de la arquitectura migrante en la comunidad se advierte en el empleo y el comercio en Santiaguito y los municipios vecinos.

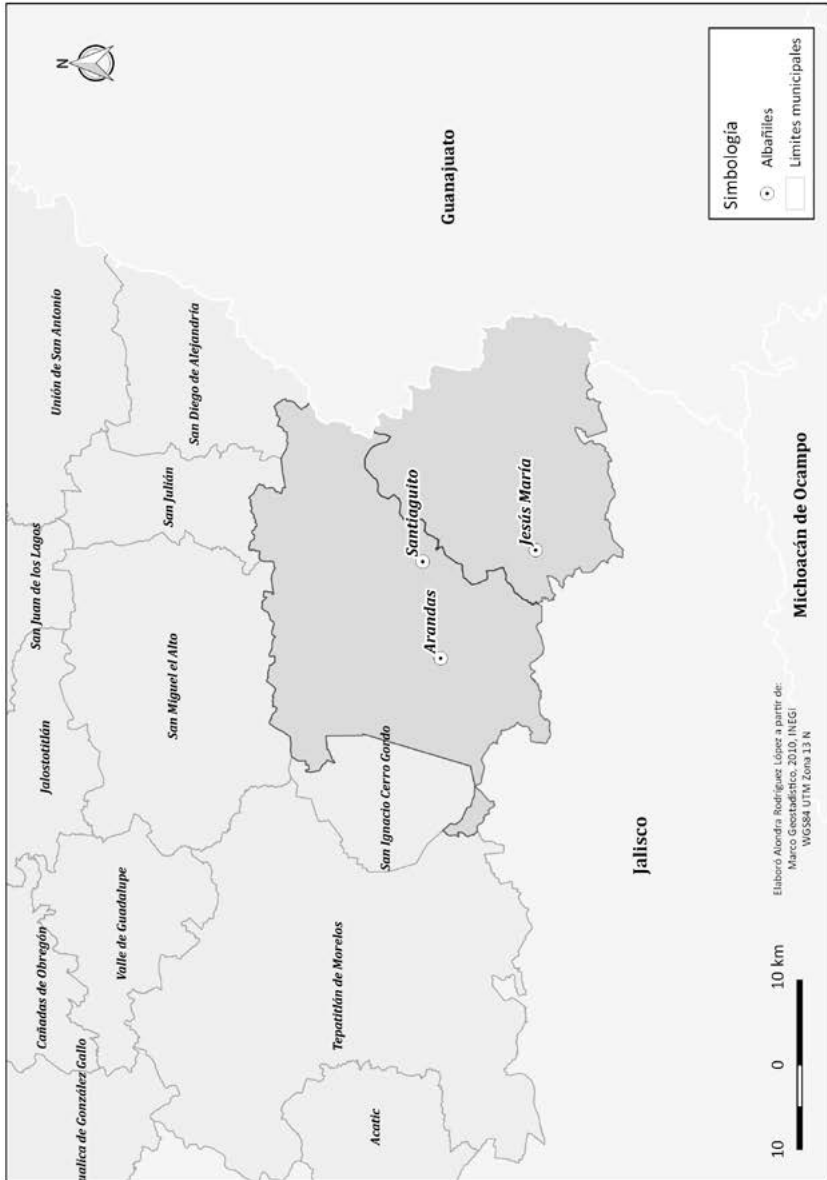
Los albañiles

El trabajo de albañilería es realizado por alrededor de cien albañiles y sus respectivos peones; por lo regular, cada maestro albañil requiere de un ayudante o peón. La mayoría son originarios de Santiaguito, pero el trabajo es tanto y tan constante que se suelen sumar a esta actividad albañiles de Jesús María y Arandas (Mapa 3). Otra razón por la que se recurre a mano de obra externa es que los jóvenes prefieren trabajar como taqueros. Un albañil, padre de seis albañiles dijo que:

Los peones se contratan en Jesús María o en las rancherías, porque aquí ya no hay quien quiera trabajar. ¿No se han fijado que no hay muchachitos haciendo bola en las esquinas? Es que nomás están de unos 14 o 15 años y pelan gallo.

Un albañil gana \$ 500 pesos al día y un peón \$ 250 sin prestaciones. En la zona no se acostumbra dar prestaciones a los trabajadores de la construcción y el campo. Un albañil comentó que no era una desventaja carecer de las prestaciones de ley porque, dijo, el IMSS no sirve para nada. Ellos prefieren que se les pague el total de sus ingresos en efectivo y buscar la atención médica por su cuenta. Cuando el cliente vive en estados y ciudades cercanas –Guanajuato, Aguascalientes, Zacatecas o la Ciudad de México– viaja a pagar directamente a los trabajadores. Pero si su negocio está lejos –la frontera o Estados Unidos–, suele encargar el pago de los sueldos a algún familiar o les deja el dinero a los albañiles.

Mapa 3
Lugares de contratación de albañiles



Migrantes exitosos

La compra de materiales la realiza el propietario o el encargado; pero cuando hace falta algo, los negocios expendedores entregan el material en el domicilio donde se realiza la obra.

El trabajo para las mujeres

Las mujeres que realizan la limpieza de las casas y el cuidado de las plantas, son de Santiaguito, aunque algunas trabajadoras llegan del municipio vecino de Jesús María. Por limpiar una casa se cobra entre \$ 100 y \$ 150 pesos y las casas deshabitadas se suelen arreglar una vez a la semana. Lo usual es que una mujer haga la limpieza de diez casas por semana, por lo que sus ingresos fluctúan entre \$ 4000 y \$ 6000 pesos mensuales, sin prestaciones. Martha, alias La Yuri, se dedica de tiempo completo a limpiar casas. En 2017 limpiaba 13 casas por semana por lo cual ganaba \$ 7800 pesos mensuales.

Además de la limpieza, las encargadas son responsables de realizar los pagos de los servicios: electricidad, agua, gas, televisión e internet vía satélite. Antes realizaban el pago del teléfono, pero todos han cancelado ese servicio porque se comunican con teléfonos celulares. El salario y el dinero para los pagos se les deposita mensualmente. Cuando los dueños de las casas van a Santiaguito a pasar unos días, incluso un sólo día, les encanta tener agua caliente y hasta comida en el refrigerador.

Otros trabajos masculinos

Además de la albañilería, los taqueros ofrecen otros empleos a los hombres: cuidado de ranchos y ganado y, en menor medida, en la jardinería. Por lo regular, las mujeres que hacen la limpieza se encargan también del cuidado de los jardines. Los salarios de los encargados de sembrar, cosechar y cuidar el ganado fluctúan entre \$ 1200 y \$ 1700 pesos semanales, es decir, un promedio de \$ 5800 pesos mensuales. Este trabajo lo realizan vecinos de Santiaguito y algunos de Jesús María y las rancherías vecinas.

Otras actividades

Para los servicios de arquitectura e ingeniería se recurre a profesionistas de Arandas. El único arquitecto originario de Santiaguito terminó la carrera en 2009 y desde entonces no le ha faltado trabajo ni un solo día:

Aquí los contratos son de palabra, no se acostumbra hacer contratos en papel, la mayoría de trabajos que yo hago consiste en el proyecto,

es decir, el plano que tiene todas las características que exige el municipio, a mí me pagan el proyecto y se lo llevan a un albañil para que lo ejecute.

Los trabajos de carpintería son realizados por tres carpinteros de Santiaguito, pero también se contratan en Arandas, sobre todo cuando los carpinteros locales están muy ocupados. Hay seis herreros en la comunidad, de los cuales tres trabajan el hierro forjado. Para los trabajos de herrería se recurre a los arandenses porque los herreros locales, que trabajan muy bien, se han acostumbrado a dar precios elevados en comparación con los que se pueden conseguir en la cabecera municipal.

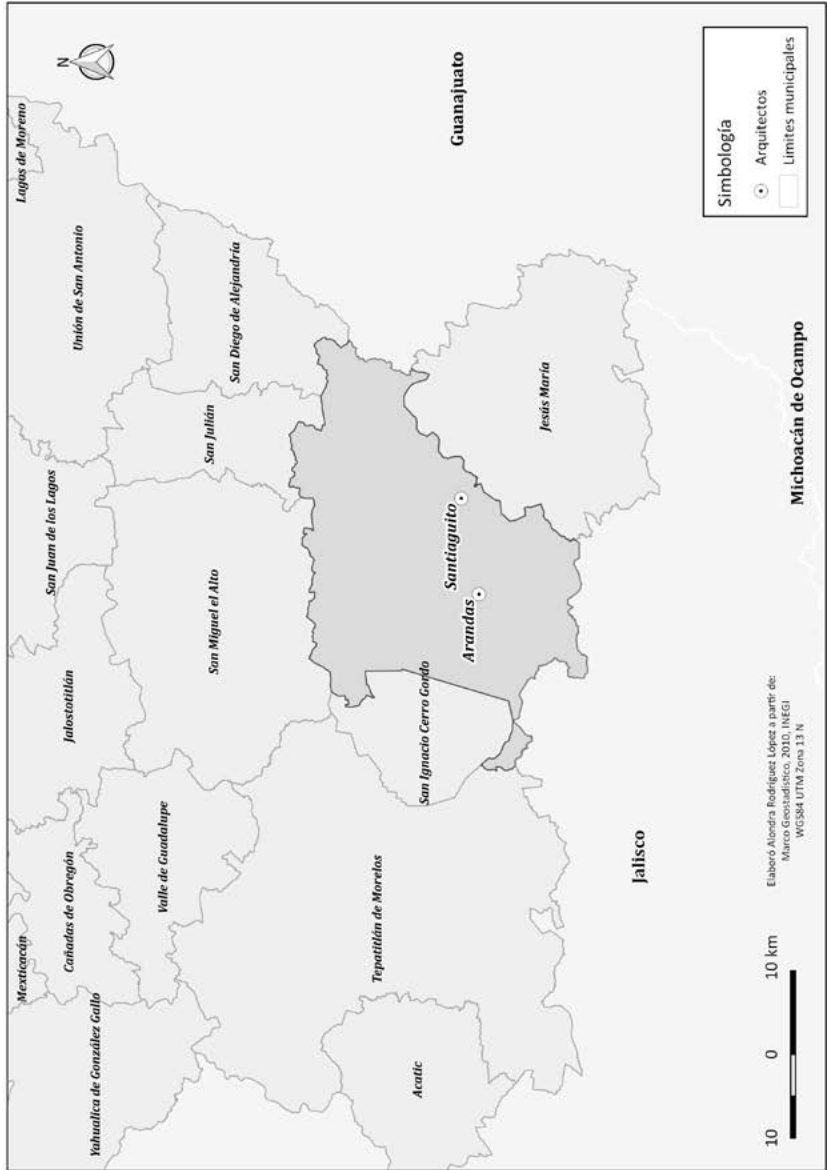
Los materiales

En Santiaguito hay un almacén de materiales de construcción y una ferretería. Los materiales para construcción como ladrillo, cal, cemento, varilla y vigas se compran en Arandas y en Santiaguito; en una fábrica de San Ignacio Cerro Gordo se suele adquirir parte del ladrillo, sobre todo el que se utiliza para terminados que se conoce como ladrillo aparente. El vidrio, herrería, pintura, madera y puertas automáticas proceden de los dos primeros lugares, pero sobre todo de Arandas.

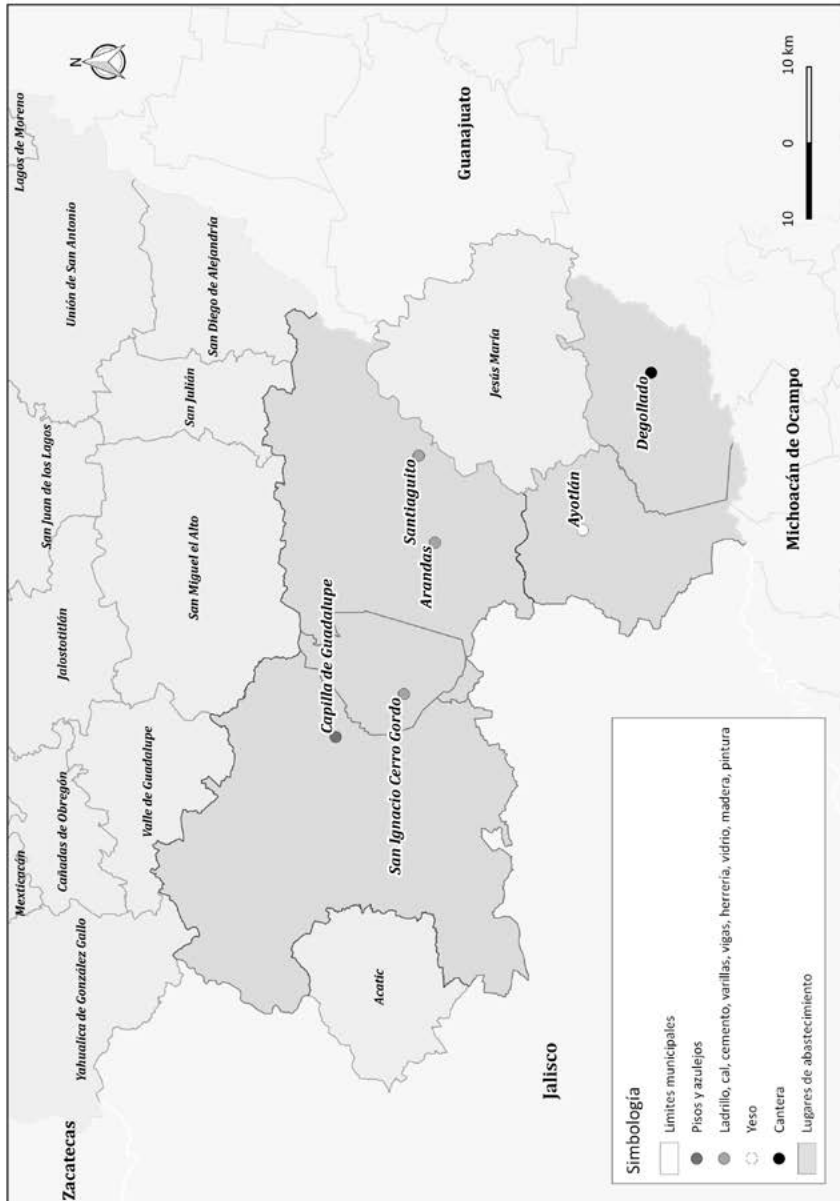
Capilla de Guadalupe, otro municipio de la región, tiene el liderazgo en la venta de pisos de cerámica y azulejos. La cantera rosa que gustaba tanto para realzar las fachadas de las residencias llegaba de Yahualica y San Miguel el Alto, pero ese material pasó de moda y ahora se compra en Degollado, Jalisco, porque ofrece gran variedad de colores. El que predomina es el de tonalidades oscuras y tipo mármol, pero que por su menor dureza no llega a ser mármol, sino que sigue clasificándose como cantera. De ese material se elaboran columnas, fuentes y balaustradas. Las molduras en yeso que no son construidas por los albañiles se adquieren en Ayotlán y se usan para decorar techos, esquinas y fachadas. En alguna ocasión se ha contratado a algún maestro yesero de Ayotlán para que moldee las figura sobre el terreno.

Los vendedores de materiales confían en la formalidad de los taqueros y los entregan a crédito con la seguridad de que les será pagado. El teléfono y las redes sociales han hecho que el proceso de pedido-entrega de materiales sea muy ágil. Con una llamada o mensaje de WhatsApp y en cinco minutos están recibiendo los sacos de cal o los ladrillos cuando se piden al almacén de Santiaguito y no más de media hora si los llevan desde Arandas.

Mapa 5
Lugares de contratación de arquitectos y servicios



Mapa 6
Principales lugares de abastecimiento de materiales



Las fiestas

En la tipificación de remesas internacionales elaborada por Durand (2007) está la remesa prestigio. Es la parte que se destina a gastos por medio de los cuales se alcanza reconocimiento por parte de los paisanos, que así son partícipes del éxito alcanzado en la aventura migrante. Los gastos en viviendas y tumbas tienen ese tinte de derroche y lujo, aunque existe una diferencia entre esos bienes no perecederos, con las fiestas que son acontecimientos efímeros, pero de los que queda algo muy importante: el recuerdo y los comentarios de qué tan fastuosas u originales resultaron.

Las fiestas del pueblo son el mejor pretexto para que los empresarios regresen a su terruño, se reencuentren con familiares y amigos, hagan gala de su éxito y lo compartan con sus paisanos. También para que los jóvenes busquen pareja entre sus coterráneos y seguir reproduciendo la estirpe de los taqueros, que, aunque nazcan en otras ciudades del país, se siguen identificando como oriundos de la tierra del taco.

Las fiestas de la localidad son: Semana Santa, las fiestas patrias y, la principal, el Novenario a la Virgen de Guadalupe, que inicia el 4 de diciembre y concluye el 12. En las fiestas de diciembre los nueve días se distribuyen entre las familias taqueras más pudientes. Entre sus responsabilidades se encuentra arreglar el templo, pagar la música, la pólvora y la comida que se ofrece de forma gratuita a los asistentes. Ellos hacen la fiesta tan grande como se los permita su presupuesto y su deseo de lucimiento. Un día puede estar patrocinado por más de una familia.

Los adornos florales con que engalanan el templo y cubren la totalidad de muros que apenas dejan lugar para las personas, son el orgullo de los santiaguenses y tema de conversación y admiración en toda la microrregión. Los arreglos florales se instalan el día 3 de diciembre por la noche, en vísperas del inicio del novenario. Durante muchos años el adorno del templo estuvo a cargo del señor Conrado Villagrana, dueño de la afamada taquería “El Borrego Viudo” considerada como la mejor de la ciudad de México. Desde su fallecimiento, en 2015, fue sustituido por sus familiares. El día 12 de diciembre, que corresponde a la familia Velázquez Velázquez solía ser uno de los más lucidores porque se agregaban adornos florales que representan vírgenes, que se traían armadas desde viveros de Cuernavaca, Morelos y eran instaladas por los floristas contratados allá mismo. Esto dejó de hacerse en 2016.

La pólvora y los castillos también son memorables. Para darnos una idea de la importancia de los juegos pirotécnicos, el 12 de diciembre de 2016 se quemaron cuatro castillos. Los cohetes no dejan de estallar y el ruido resulta ensordecedor,

No paran de tronar las ristras desde las cuatro de la mañana y durante todo el día, a veces hasta enfadan.

Los castillos son algo que la gente espera con expectación porque cada año hay sorpresas.

Entre los más asombrosos está uno que quemaron el año pasado (2015) que medía 27 metros y tenía unas esferas que al estallar esparcieron dólares por todos lados, para superar ese tendrán que ponerle mucho ingenio. Comentaba un vecino.

En las fiestas patrias hay coronación de la reina, palo encebado, castillo y todo lo que se estila en los pueblos de la región. En las celebraciones que transcurren durante el día, como las peregrinaciones y las misas, la concurrencia es básicamente local, hay muy pocos turistas y visitantes ajenos a la comunidad.

Las fiestas por la noche son otra cosa; se presentan grupos musicales famosos pagados por los taqueros, por lo que no se cobra para verlos. A esos eventos llegan visitantes de la región atraídos por la fama de los grupos musicales y la pólvora que se quema en abundancia, además del festivo ambiente pueblerino que los vecinos de las ciudades como Arandas, Tepatitlán, San Miguel el Alto han comenzado a revalorar. Pero la verdadera fiesta la hacen los santiaguenses que se reencuentran, y que, entre canciones, bailes, se cuentan sus vidas y milagros y ven como sus hijos e hijas interactúan, con miras a formar las nuevas familias de taqueros que seguirán buscando nuevos mercados donde propagarse.

En Semana Santa las fiestas no son bulliciosas y se concentran en los ejercicios de encierro, las misas y procesiones. En esas celebraciones los empresarios aportan dinero para dar la comida de los que “viven las pascuas” y patrocinan las camisetas estampadas con motivos alusivos. Pero lo que es común en cada una de las festividades es la afluencia de santiaguenses que vuelven a disfrutar de sus casas; a convivir con amistades y familiares, a informarse de dónde están y cómo les va porque el resto del año lo pasarán trabajando sin muchas oportunidades de verse.

Las fiestas de noche y de día



Fotografías proporcionadas por Gumercindo Navarro Hernández

La iglesia engalanada



Fotografía de Gumercindo Navarro Hernández

Ni un lugar sin flores. Diciembre de 2016



Fotografía de Jorge Durand

Danzantes



Fotografía de Jorge Durand

Reflexiones finales

Santiaguito es sin duda un pueblo diferente a los demás de los Altos de Jalisco. Allí no hay desempleo, su paisaje tiene mucho de urbano, sin perder la tranquilidad de un pueblo donde todos se conocen; no hay vagos ni delincuencia, las casas más lujosas son las que nadie habita en mucho tiempo, pero siempre están perfectas y todo eso se debe a que su historia es la de los exitosos empresarios del taco. Es uno de esos casos excepcionales en que los migrantes de un pequeño lugar llegaron a las ciudades y pudieron escapar del trabajo asalariado, por lo general, mal pagado, para desarrollarse con éxito y convertirse en el principal factor de desarrollo, en verdad, de la sobrevivencia de su lugar de origen.

Ellos están muy orgullosos de lo que han logrado y de ser copropietarios de la franquicia social que representa el negocio de las taquerías. Hay que tener en cuenta que el trabajo de taquero no goza de gran reconocimiento social en términos generales. En lugares donde el desempleo es una constante se suele oír la frase “métete, aunque sea de taquero”, como si fuera una actividad que se hace al no haber más y en tiempos de crisis. Pero cuando se hace con tanto oficio, dedicación y sobre todo con tanto éxito, se convierte en un orgullo para el gremio de los taqueros y de todos los vecinos lo que hace que jóvenes digan “yo soy taquero de los buenos”.

El impacto del desarrollo de Santiaguito, que se extiende incluso a otras localidades de la región, no es resultado de ninguna iniciativa o política de gobierno, muy al contrario. Las autoridades municipales y delegacionales, así como las religiosas están siempre pendientes de incentivar y encausar las donaciones que los taqueros hacen para mejorar la comunidad; pero nada tienen que hacer por la actividad productiva, que reproduce la forma de vida de los santiaguenses, tanto de los que se quedan como los que se van y edifican esas mansiones de vivos y muertos a través de las cuales mantienen el cordón umbilical con el terruño porque, como es sabido, la familia, las propiedades y los antepasados son los principales nexos con el lugar de origen.

La suntuosidad que los taqueros migrantes manifiestan con sus mansiones genera la admiración de sus vecinos, el aprecio de los constructores y la aceptación general de que su ostentación es lícita, incluso aplaudida y motivo de orgullo comunitario porque sus ingresos proceden de una actividad “honrada” y pública, del trabajo arduo, de la tenacidad, de la experiencia que son parte de su tradición, de un modelo de negocios que es patrimonio comunitario de todos los santiaguenses.

Por ello, vecinos hacen un símil, pero también establecen la diferencia entre la forma en que se han enriquecido sus paisanos respecto a los narcotraficantes al decir “*ojalá que sigan vendiendo hierba blanca y verde*”,

refiriéndose al cilantro y la cebolla, dos de los ingredientes imperdibles de las salsas.

En otras partes del país un esplendor así se lograba, antes, con las remesas que enviaban los migrantes desde Estados Unidos y, ahora, con la delincuencia que asfixia a tantas comunidades rurales de México.

Referencias

Alcalá, Graciela, y Juan Pedro Viqueira (1982). De la quesadilla al taco. Un mito mexicano. *Crítica, Revista de la Universidad Autónoma de Puebla*, 19. pp. 94-97.

Arboleda, Gabriel (2006). ¿Qué es la arquitectura vernácula? Berkeley, CA. <http://www.etnoarquitectura.com/web/articulos/articulo/06V29-02arts>

Arias, Patricia (2013). Antropología y espacio rural en Martha Chávez y Martín Checa Martín (Editores) *El espacio en las ciencias sociales. Geografía, Interdisciplinariedad y compromiso*. Zamora: El Colegio de Michoacán. pp.487-506.

Arias, Patricia y Jorge Durand (2013). *Paul S. Taylor y la migración jalisciense a Estados Unidos. Investigación y edición*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Cualtos.

Arias, Patricia, Imelda Sánchez García y Martha Muñoz Durán (2015). *Quehaceres y obras. El trabajo femenino en los Altos de Jalisco*. Guadalajara: Arquitónica.

Cabrales Barajas, Luis Felipe (1997). Mercado del suelo urbano y tipología de vivienda en Lagos de Moreno, Tepatitlán y Ciudad Guzmán en Lorey, David E. y Basilio Verduzco (Compiladores) *Realidad de la utopía. Demografía, trabajo y municipio en el occidente de México*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara, UCLA Program on Mexico, Juan Pablo Editor. pp. 115-183.

Camus, Manuela y Santiago Bastos (2011). Arquitectura de migrantes, las caras contradictorias del orgullo contrahegemónico en *Arquitectura de remesas. Sueños de retorno, signos de éxito*. México: Centro Cultural de España en México. pp. 1-16.

CATALOGO DE LOCALIDADES – UNIDAD DE MICROREGIONES <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/IndRezViv.aspx?refn=140080283>. Consultado el 01/04/17

Durand, Jorge y Patricia Arias (2011). La arquitectura migrante en *Arquitectura de remesas. Sueños de retorno, signos de éxito*. México: Centro Cultural de España en México. pp. 16-31.

Durand, Jorge (30 de enero del 2011). La arquitectura migrante en *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2011/01/30/opinion/018a1pol>

Durand, Jorge (2007). Remesas y desarrollo: las dos caras de la moneda en Paula Leite, Susana Zamora, y Luis Acebedo (Coordinadores) *Migración internacional y desarrollo en América Latina y el Caribe*. México D.F.: CONAPO.

Fletcher, Peri Lynn (1996). *La casa de mis sueños: Migration and Houses in a Transnational Mexican Community* (Tesis doctoral, The Johns Hopkins University, Baltimore, Estados Unidos).

Holtz, Dévora, Juan Carlos Mena y Alejandro Escalante (2012). *La tacopedia. Enciclopedia del taco*. México: Trilce.

González, Luis (1978, 2002). Los artífices del cardenismo en *Luis González y González, Obras 4*. México: El Colegio Nacional.

INEGI. http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P. Consultado el 15/04/2017.

Infante, Victoria (2015). Tacos jaliscienses en Los Ángeles, California. *Jaliscocina, Periodismo gastronómico*. Recuperado de <http://jaliscocina.com/tacos-jaliscienses-angeles-california>

Lynn López, Sarah (2010). The Remittance House: Architecture of Migration in Rural Mexico. *Buildings & Landscapes: Journal of the Vernacular Architecture Forum*, 17(2), 35-52.

Martínez Saldaña, Tomás (1997). Santiaguito de Velázquez, Jalisco, un pueblo dependiente. Encuadernado con Preciado Coronado, Jaime y Tomás Martínez Saldaña *Poder local y municipio en dos ciudades medias de los Altos de Jalisco: Tepatitlán de Morelos y Lagos de Moreno*. Tepatitlán: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de los Altos, pp. 74-92.

Minetti, Ricardo Angel (2011). Dona eis requiem. Los cementerios ante la mirada de la cultura. *Alteridades*, 21(41) pp. 129-143. Recuperado en 24 de mayo de 2017, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172011000100013&lng=es&tlng=es.

Neffa, Julio César (1999). Actividad, trabajo y empleo: algunas reflexiones sobre un tema en debate. *Orientación y sociedad*, 1, pp. 127-161. Recuperado en 26 de mayo de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-88931999000100007&lng=es&tlng=es.

Pérez Naya, Antonia María (2011). La muerte silencios. Arquitectura funeraria contemporánea. *Acta del Congreso Internacional de Arquitectura Religiosa Contemporánea*, 2,2. pp. 99-107.

Rollwagen, Jack R. (1968). *The Paleteros of Mexicacan, Jalisco: A Study of Entrepreneurship in Mexico*. Oregon: University of Oregon, Ph Dissertation. Department of Anthropology.

Tillería González, Jocelyn (2010). La arquitectura sin arquitectos, algunas reflexiones sobre arquitectura vernácula. *Revista AUS*, pp. 12-15.

Velázquez Hernández José Ascensión y José Socorro Velázquez Hernández (2012). *Santiaguito de Velázquez. La microhistoria de un pueblo de Jalisco*. Guadalajara: Edición de los autores, impreso en Ediciones y Exposiciones Mexicanas, S.A. de C.V.

Migrantes Exitosos. La franquicia social como modelo de negocios
se terminó de editar en diciembre de 2017 en los talleres de
Kerigma Artes Gráficas
calle Pamplona 1136 Colonia Santa Elena Alcalde
Guadalajara, Jalisco, México.

Esta edición consta de 1 ejemplar

Cuidado de la edición: José Obdulio Valdez Amezcua
Diagramación y Diseño: Rafael Valdez López

Este libro reúne seis artículos acerca de migrantes rurales que a lo largo de los siglos XX y XXI se desplazaron a diferentes ciudades de México donde se convirtieron en empresarios que modificaron no solo las trayectorias de sus vidas y las de sus familias, sino también las de sus comunidades de origen. En pocos años, esos migrantes se convirtieron en hombres de negocios ampliamente reconocidos en sus nichos de actividad, sus establecimientos han persistido y, a pesar del tiempo y el paso de las generaciones, han mantenido, ellos y sus descendientes, relaciones significativas con las comunidades de las que son originarios.

Los migrantes-empresarios comparten el provenir de un lugar de origen específico, la dedicación, por cuenta propia, a un mismo giro, y, aunque con una gran dispersión geográfica, el haber mantenido la relación, necesaria y persistente, con las comunidades de las que un día salieron en busca de mejores oportunidades. Se trata de una historia de migrantes construida desde el margen, en las orillas menos conocidas de dos fenómenos: la migración rural-urbana y los empresarios en México.

El elemento central que tienen en común es haber generado un modelo de negocios al que denominamos franquicia social. Se trata de una variedad de desarrollo y reproducción empresarial que, ante la ausencia de recursos monetarios y un fácil acceso a ellos, se basa en la maximización de bienes sociales y culturales.

En este libro presentamos cuatro ejemplos históricos de migrantes-empresarios de Jalisco y Zacatecas y dos ejemplos recientes de los estados de Hidalgo y Michoacán.



ISBN E-BOOK: 978-607-742980-7



CUCSH
Centro Universitario de
Ciencias Sociales y Humanidades