



**Casa abierta al tiempo**  
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Licenciatura en Geografía Humana

José Alfredo Grimaldo Reynoso.

Matricula: 205327881

Territorio, redes y relaciones de poder: La Ronda (Colonia Ex-Hipódromo de Peralvillo)

Asesora: Dra. Rocío Rosales Ortega.

Septiembre 2011.

## Índice.

Introducción.....	3
<i>Capítulo 1. Conformación de redes y territorialidad.....</i>	<i>19</i>
1.1 Intersticios entre la geografía política y la geografía económica: las redes sociales y las escalas.....	21
1.2 Relaciones de poder en el espacio.....	31
1.3 Territorialidad.....	33
1.3.1 Espacio y territorio.....	40
1.3.2 Territorio un concepto multidimensional.....	41
1.3.3 ¿Por qué territorio y no lugar?.....	43
<i>Capítulo 2. Calzada de La Ronda, luz y sombra de la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo.....</i>	<i>47</i>
2.1 Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo.....	47
2.1.1 La Ronda. Orígenes de los comerciantes establecidos. Refacciones y parabrisas.....	49
2.1.2 El origen de los comerciantes informales (coyotes o intermediarios).....	52
2.1.3 Características de la comercialización de autopartes.....	54
2.1.4 Los vecinos.....	59
<i>Capítulo 3. Cooperación y competitividad en La Ronda. Coexistencia entre comerciantes establecidos e informales ¿Un mal necesario?.....</i>	<i>61</i>
3.1 De la apropiación de una actividad comercial a la apropiación territorial.....	63
3.2 Los vínculos fuertes y los vínculos débiles en la comercialización de autopartes. (La importancia de las redes).....	73
Conclusiones.....	88
Anexo 1.....	94
Anexo 2.....	96
Bibliografía.....	97

[...] hay una historia que permanece  
sin escribir, la de los espacios - que es al  
mismo tiempo la de los poderes/saberes -  
desde las grandes estrategias de la geopolítica  
hasta las pequeñas tácticas del hábitat (Foucault, 1980:149)

## Introducción.

La comercialización de autopartes ha desarrollado un importante papel en la generación de empleo en diversos ámbitos y modalidades. Una de estas modalidades es la importación directa de autopartes usadas que se realiza en algunos puntos de la Ciudad de México. A esta modalidad, se le conoce en el contexto automotriz como el mercado gris de las autopartes, ya que se considera un mercado que compite de manera desleal con la producción y comercialización de autopartes nuevas, ya sean nacionales o importadas. (Cabe mencionar que este tipo de mercado está legalmente constituido).

Dentro de este ámbito la competencia no sólo se presenta entre comerciantes establecidos, sino que también se presenta con comerciantes informales. Es en este sentido que ambos grupos de comerciantes utilizan una serie de estrategias que les permiten la construcción y el mantenimiento de un conjunto de redes sociales y comerciales, dando lugar a un complejo sistema de relaciones de poder tanto por la apropiación territorial, como por el control de esta actividad comercial. Es en este contexto que un pequeño grupo de microempresarios, decidieron a principios de los años sesenta dedicarse a la importación y comercialización de autopartes usadas en diversos puntos de la Ciudad de México uno de ellos es la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo<sup>1</sup>, específicamente en Calzada de La Ronda y posteriormente en sus alrededores. Como mencionamos anteriormente se conoce como mercado gris<sup>2</sup> de autopartes a la importación legal de esta mercancía

---

<sup>1</sup> Tradicionalmente se conoce a nuestra zona de estudio como La Ronda, debido a que en los inicios de la comercialización de autopartes, es decir a principios de los años sesenta, las primeras refaccionarias se encontraban sobre Calzada de la Ronda, en la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo. A lo largo de los años se ha presentado una gran expansión y aglomeración de refaccionarias en los alrededores de esta calzada y en general de la colonia.

<sup>2</sup> En México existen dos grandes asociaciones que agrupan al sector de autopartes: La ARIDRA (Asociación Nacional de Representantes, Importadores Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles A.C.) que fue fundada en 1943 y la INA (Industria Nacional de Autopartes) que se fundó en 1962. Estas asociaciones clasifican de la siguiente manera las importaciones del sector automotriz: **a) Importación formal de vehículos (*nuevos y usados*). b) Importación formal de componentes y autopartes. c) Mercados gris y negro de autopartes (*importación de componentes y autopartes usadas, autopartes robadas y contrabando*).**

proveniente principalmente de Estados Unidos. La característica principal de estas autopartes es que son usadas, pero originales y se obtienen en lugares conocidos en Estados Unidos como *junk yard* o *autosalvage*. Los comerciantes mexicanos los conocen y llaman *yonques* (en México se conocen comúnmente como deshuesaderos). En estos lugares los automóviles son comprimidos y posteriormente comercializados como “chatarra” o se comercializan por partes, es decir, las personas interesadas en adquirir estas autopartes se encargan de desarmar los autos, que generalmente se encuentran en buenas condiciones.<sup>3</sup>

Las autopartes usadas que se comercializan en La Ronda son por ejemplo, puertas, salpicaderas, cofres, cajuelas, facias, tapones, rines, techos, espejos, faros, cuartos, emblemas, cabinas, tolbas y una gran variedad de estas. Con respecto a autopartes mecánicas es menos probable encontrarlas en este sitio.

Otra modalidad del mercado gris de las autopartes, es la importación de autopartes nuevas (autopartes piratas) de Taiwán. Éstas son básicamente: cabinas, puertas, faros, cuartos, salpicaderas y cajuelas.

A raíz del emprendimiento y crecimiento económico de este pequeño grupo de comerciantes establecidos legalmente, se genera paulatinamente un boom de refaccionarias de autopartes, este proceso genera que paralelamente también se incrementa el número de comerciantes informales, -“coyotes”- además de comerciantes establecidos legalmente quienes importan autopartes nuevas, pero no originales –autopartes piratas- básicamente de Taiwán. Esta actividad económica ha generado procesos de organización social y cooperación entre los actores sociales antes mencionados, sin embargo, también se han presentado procesos que dan pie a conflictos territoriales y comerciales. Dichos procesos adquieren relevancia ya que permiten entender y explicar la organización socio-

---

<sup>3</sup> Es importante mencionar que existe una mala reputación con respecto a la comercialización de autopartes ya que justificadamente, existe la creencia que este tipo de actividad es de carácter ilícito y que las refacciones pueden ser de dudosa procedencia, es decir, robadas. En el territorio de nuestra investigación descubrimos que este tipo de mercancía existe, sin embargo podemos afirmar que con base en nuestro estudio la gran mayoría de las autopartes se comercializan de forma legal. En este trabajo estudiamos el mercado legal, sin realizar algún tipo de investigación sobre el mercado negro o ilegal.

económica y territorial que se produce por medio de intercambios de información, bienes, capital y poder en nuestro lugar de estudio.

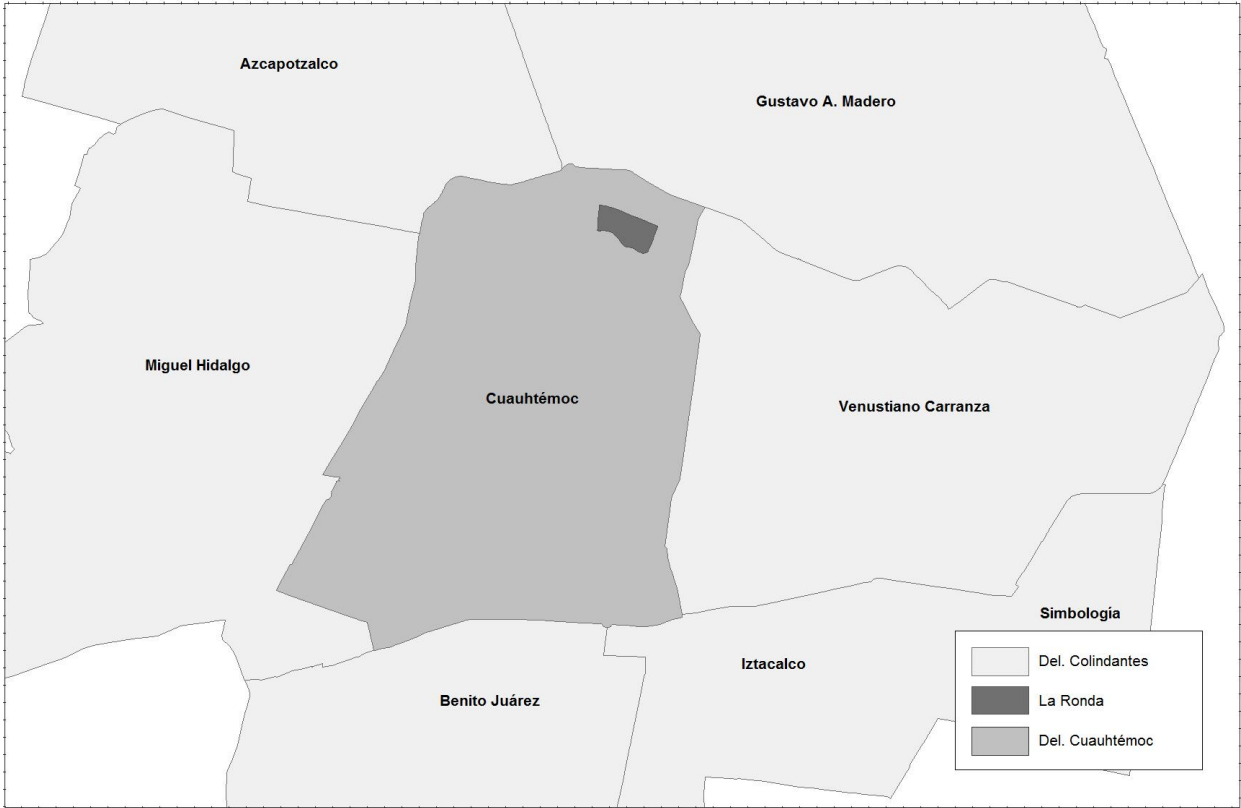
El interés por estudiar la dinámica socio-económica y de conflictos territoriales que se presentan en este microterritorio, en parte se debe a que no existen estudios sobre la comercialización de autopartes en la Ronda (Col. Ex Hipódromo de Peralvillo). Esta investigación busca explicar el proceso de conformación de redes de comercialización mediante la interrelación de escalas globales y locales. Así también, esta red de comercialización será analizada a través de la conformación de relaciones de poder que se producen entre comerciantes establecidos y comerciantes informales. Desde esta perspectiva se analizarán los conflictos y procesos de negociación que se producen por la apropiación del espacio para la realización de esta actividad comercial.

Podemos decir que detrás del comercio de autopartes, hay todo un proceso organizativo en el que confluyen una serie de elementos. Desde la dimensión económica, se conforman cadenas de comercialización. Desde la dimensión social, hay múltiples interrelaciones entre los distintos actores que intervienen, constituyendo redes sociales que podemos denominar como redes de vínculos fuertes y vínculos débiles que se basan en prácticas sociales donde la cercanía física, la confianza y el interés mutuo son fundamentales, pero también la disputa y el conflicto por la apropiación espacial y la actividad económica están presentes cotidianamente. Desde lo espacial, podemos observar como estos procesos tanto sociales como económicos, pero también culturales en un espacio determinado generan grupos sociales y como las personas transforman los lugares y se transforman a sí mismos, a través de estos procesos (Johnston, 1987).

Así, con esta investigación aportamos información sobre el desenvolvimiento de esta actividad comercial desde los años sesenta y hasta el año 2010; también mostramos la forma en que la comercialización de autopartes subsiste gracias a las redes que se crean entre actores sociales, las cuales de alguna manera son desconocidas y cuya existencia se comprobó a través de este trabajo.

El área de estudio de la presente investigación se indica en el Plano 1, en donde es posible localizar en la Delegación Cuauhtémoc, La Ronda (Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo).

**Plano 1. Ubicación de La Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo. La Ronda.**



Elaboración propia.

En esta investigación nuestro **objetivo general** es el siguiente: Estudiar las relaciones de poder y redes socio-territoriales que se generan por la comercialización de autopartes, mediante el control del territorio a través de las relaciones entre comerciantes establecidos e informales en la Ronda.

**Los objetivos particulares son:**

- Explicar el surgimiento y características del comercio de autopartes en la Ronda.
- Conocer como surgen los comerciantes informales en el lugar.
- Estudiar la formación de redes de comercialización de autopartes, entre los comerciantes locales, los comerciantes de E.U.A. y los de Taiwán.
- Analizar las formas de apropiación del espacio, por parte de los actores sociales involucrados en este estudio.
- Analizar y explicar los conflictos territoriales entre los diversos actores sociales que participan en la comercialización de autopartes en La Ronda.

**Preguntas de investigación.**

1. ¿Cómo surge y se organiza el comercio de autopartes en la Ronda?
2. ¿Qué características presenta la comercialización de autopartes?
3. ¿Cómo se produce la llegada de los comerciantes informales en el lugar?
4. ¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de importación de las autopartes en la Ronda?
5. ¿Han cambiado las características en la comercialización de autopartes con respecto a sus inicios?
6. ¿Qué tipos de redes existen y cómo se originan?
7. ¿Qué rol desempeñan tales redes en la reproducción y desarrollo de este negocio?
8. ¿Cuáles son las características de sus integrantes?



9. ¿Cómo se lleva a cabo la apropiación territorial de los comerciantes informales en el lugar?
10. ¿Qué conflictos surgen a partir de estas prácticas de apropiación?
11. ¿Cómo se expresa la territorialidad de estos grupos: material o simbólicamente?

### **Hipótesis.**

1. El progreso y/o estancamiento de las refaccionarias (pequeñas o medianas empresas) se va definiendo por el tipo de contactos y nivel de integración que los actores sociales realizan por medio de la conformación de redes sociales. Estas redes son construidas progresivamente teniendo como base la confianza personal y las relaciones de solidaridad entre sus integrantes. De ésta manera se establece un sistema de relaciones e intercambios, con intensidades diferenciadas en los distintos segmentos de la red.

2. A pesar de que las redes sociales se constituyen progresivamente con base en la confianza y la solidaridad, es innegable que las relaciones de poder se encuentran presentes en la conformación de éstas redes; en donde se presenta algún grado de subordinación la cual conlleva a relaciones sociales asimétricas.

3. Cuando el territorio aparece como variable, es posible vincular el poder con el espacio a cualquier escala, señalando que la apropiación y uso del mismo ponen en evidencia las relaciones de poder en las relaciones sociales entre individuos, las cuales asumen una forma espacio-territorial que refleja el “dominio” por los individuos o grupos sociales de dicho territorio.

## **Ejes de análisis del trabajo.**

El presente trabajo parte de la interrelación que existe en algunas líneas de investigación de la nueva Geografía Política y la nueva Geografía Económica, las cuales entienden al territorio no sólo como mero contenedor de los grupos sociales, sino como un actor activo que incide de forma directa en las relaciones y actividades sociales, ya sean económicas, políticas o culturales. Entienden que el territorio es el resultado de una construcción social, política y cultural, en la cual los actores individuales y colectivos intercambian recursos, ejercen poder y articulan intereses.

Por otro lado, la nueva Geografía Política surge como una herramienta para el análisis del poder y de las relaciones de poder a todas las escalas. “Se trata, en definitiva, de llegar a concebir un mapa político del mundo que no se centre exclusivamente en los Estados-nación como si fueran las únicas unidades políticas posibles, sino que lo conciba como un gran abanico de espacios políticos que van desde las naciones sin Estado hasta los espacios más difusos de carácter religioso, tribal o étnico, pasando por los diferentes barrios de una ciudad, los grandes espacios metropolitanos y hasta los sistemas mundiales” (Nogué, 2006: 205).

Dos de los principales conceptos que guían este trabajo, son el de territorialidad y el de escalas. Cada grupo humano, con una cierta estabilidad, se define por una cierta extensión, identificada como propia, que constituye su territorio y es reconocida o disputada, por otros grupos sociales. Se trata de lo que se denomina territorialidad. Es una territorialidad proyectada y construida. Se traduce en una división territorial en áreas de poder o soberanía, en espacios de ejercicio de este poder, por razones de diversa índole. Aparece en escalas tan contrastadas como la doméstica, la local, la nacional, etcétera.

En fin, se trata de geografías que intentan explicar “los procesos que permitan entender la forma en que el espacio geográfico, a escala mundial y a escala local o regional, se produce y reproduce, por medio de intercambios y flujos de capital, de bienes, de personas. Se trata de entender y explicar por qué y cómo se producen, unos y otros, los que tienen escala planetaria y los que tienen una dimensión local (...) *Procesos, agentes, prácticas y representaciones* son conceptos que pertenecen a esta perspectiva renovada” (Ortega, 2000: 516).

## **Conceptos operativos.**

### **Territorio**

El territorio es el resultado de una construcción histórica y social, - con dimensiones sociales, políticas, culturales y económicas en diversas escalas- en la cual los actores individuales y colectivos intercambian recursos, ejercen poder y articulan intereses. Su naturaleza es objetiva y cognitiva, real y representada, así como simbólica. Para la geografía el territorio es una totalidad por lo tanto es multidimensional. (Raffestin, 1980; Di Méo, 2000; Haesbaert, 2004).

### **Territorialidad**

La territorialidad supone un concepto relacional de poder, desde donde será posible comprender los procesos socio-territoriales que influyen no sólo en las formas de las relaciones de subordinación-dominación, sino también en las acciones de negociación, resistencia y transformación. Además podemos decir que se compone de dos formas: expresión material y contenido significativo simbólico. (Raffestin, 1980; Sack, 1986).

### **Redes**

Las redes son formas de interacción social, se definen fundamentalmente por los intercambios dinámicos entre los sujetos que las forman. En estos intercambios se presentan, competencia, cooperación, confianza y poder, es decir relaciones verticales y horizontales. En el contexto espacial las redes se entienden como todo tipo de relaciones entre todos los actores sociales que interactúan en un

territorio o fuera de él y que de alguna manera ejercen su influencia en el mismo. (Lin, 2001; Czerny, 2003).

### **Escalas geográficas**

En cada escala se presentan fenómenos específicos y dinámicas territoriales propias, que interactúan con las que se dan en otras escalas ya sean superiores o inferiores. Las escalas geográficas más que un mero recorte territorial de la realidad, son una herramienta teórico-metodológica que nos ayuda a comprender las dinámicas sociales y económicas y las relaciones de poder en toda su amplitud. (Nogué y Ruffi, 2001; Taylor y Flint, 2002).

El análisis del territorio como concepto multifuncional es central para comprender la articulación de redes sociales y económicas a partir de relaciones sociales que por ende se desarrollan en un territorio específico a cualquier escala. La territorialidad nos ayuda a comprender como los comerciantes informales así como los establecidos acceden, defienden, permanecen y realizan negociaciones por el territorio y los recursos o actividades que se encuentran en este. Ahora, consideramos importante el análisis de redes sociales por diversos factores; uno de ellos es el poder, ya que a pesar de la reciprocidad y confianza, la distribución del poder dentro de una red no es simétrico ni equilibrado. Se puede perder el carácter absoluto en una relación de dominación-subordinación, sin embargo no se eliminan totalmente, es decir, en este caso, los comerciantes de Taiwán o norteamericanos, se encuentran en la parte superior de la cadena de comercialización. Estos comerciantes proponen y de una u otra manera llegan a imponer las condiciones en las cuales se van a comercializar las autopartes. Además las relaciones que conforman la red permiten alcanzar ciertos objetivos importantes a corto plazo, en donde muchas veces las relaciones son meramente comerciales. También se presenta un ambiente de confianza, reciprocidad y seguridad, pero esto por lo general sucede en relaciones a largo plazo.

En este sentido las relaciones dejan de ser meramente comerciales. Entonces en el territorio se conforman redes sociales en donde paradójicamente se coopera en unos sectores y se compite en otros, es decir, en el funcionamiento de la red se configuran relaciones relativamente estables, pero no estáticas.

## **Metodología.**

Este trabajo es el resultado de la investigación realizada en La Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo, en La Ciudad de México entre febrero y agosto del año 2009. Para los fines de este trabajo y para cumplir con los objetivos planteados se decidió utilizar estrategias metodológicas cualitativas, con el fin de comprender las dinámicas socio-económicas de La Ronda, así como la especificidad que el territorio representa en las relaciones de poder que se presentan en el mismo.

*La observación participante (Flick, 2004)*, nos ayudo a conocer el funcionamiento general de las refaccionarias y la interacción entre comerciantes establecidos y comerciantes informales, así como las características esenciales sobre la comercialización de autopartes. Con base en la observación participante logramos reconstruir de manera más detallada los procesos y tendencias que caracterizan ésta actividad comercial. Estos primeros acercamientos permitieron comprender de mejor manera y en términos generales la dinámica de esta actividad económica, además que nos ayudaron a delimitar nuestra área de investigación.

En el plano 2 se muestra nuestra área de investigación. Los criterios para delimitar el área de investigación fueron principalmente, el número de refaccionarias que se encuentran en cada una de las calles seleccionadas; las dimensiones de las refaccionarias, es decir, pequeñas, medianas y grandes; las calles donde interactúan los vendedores informales y por último las calles en donde se desarrollan los principales conflictos territoriales y comerciales entre los grupos sociales que estudiamos. Observar y escuchar a las personas en su contexto real donde realizan sus actividades fue de gran ayuda para posteriormente encontrar a una persona clave que nos facilitara el acceso a este complejo mundo de las autopartes.

**Plano 2.** Delimitación de nuestra área de estudio.



Fuente: Elaboración propia. (Los criterios para delimitar nuestra área de estudio, fueron: a) El número de refaccionarias en las calles de la colonia; b) Las calles donde se concentra el mayor número de comerciantes informales; c) las refaccionarias que se encuentran en la “periferia” de la colonia y d) las características de las viviendas).

En este sentido, la observación participante nos permitió también utilizar la técnica de bola de nieve. (Taylor y Bodgan, 1987). Gracias a esta técnica de investigación Armando Rivera uno de los comerciantes establecidos desde hace veinte años en La Ronda ayudó a que estableciéramos el contacto con un mayor número de comerciantes establecidos, informales y vecinos, los cuales paulatinamente fueron aportando importante información para los fines de este trabajo.

En la segunda etapa del trabajo de campo se realizaron cinco entrevistas informales con los comerciantes, las cuales facilitaron y reforzaron la construcción de las entrevistas. Posteriormente la investigación se sustentó en la información que recabamos en 18 entrevistas semiestructuradas realizadas a nueve comerciantes establecidos legalmente y nueve a comerciantes informales.

Las entrevistas a comerciantes establecidos, se realizaron a propietarios de refaccionarias pequeñas, medianas y grandes. Las entrevistas a comerciantes informales se enfocaron primero a personas que no se identificaban con ningún grupo organizado de comerciantes informales, es decir, trabajaban solos y segundo a miembros pertenecientes a tres de los principales grupos de comerciantes informales. En otro contexto se realizaron ocho entrevistas a vecinos de la Colonia, para conocer su percepción sobre el comercio de autopartes y las implicaciones y/o consecuencias que esta actividad ha propiciado en la colonia y en su vida cotidiana. Antes de realizar las entrevistas se elaboró una guía con base en los objetivos planteados para la realización de este trabajo. Las entrevistas en general lograron mantener una buena comunicación, lo cual permitió profundizar en las mismas. El análisis de la información permitió ubicar y reconocer las redes socio-económicas que se estudiaron en el trabajo de campo.

Acceder a este sitio y entablar diálogo con los comerciantes fue complejo ya que la desconfianza se mantuvo presente durante los primeros días de la investigación. Con los comerciantes establecidos ésta desconfianza se presentaba generalmente debido a la creencia que se iban a revelar ganancias o pérdidas económicas, así como lugares donde compraban su mercancía en el extranjero, entre otras suspicacias.



La situación con los comerciantes informales resultó aún más difícil, ya que estos justificadamente tenían sospechas sobre nuestra procedencia y temían ser delatados o simplemente no les interesaba participar en nuestro trabajo.

Estamos conscientes que en este trabajo no existen estadísticas ni cifras oficiales que hubiesen enriquecido el mismo, esto debido a ciertas dificultades de acceso a la información, así como la falta de información histórica sobre la actividad económica en nuestra zona de estudio. En este contexto resultó casi imposible obtener información por parte de la Delegación Cuauhtémoc, ya que existieron dificultades burocráticas. En palabras de un funcionario de dicha demarcación política, “La Ronda es un lugar difícil y honestamente no creo que accedan a brindarte información, pero inténtalo. Lo más seguro es que te digan que lo consultes por Internet, pero no hay mucho”.

Las entrevistas a los comerciantes se desarrollaron en torno a los siguientes ejes temáticos:

- Trayectoria laboral.
- Relaciones con los demás actores sociales.
- Conformación de redes.
- Perspectiva territorial.

En las refaccionarias en las cuales realizamos entrevistas participan como trabajadores aproximadamente 100 personas de las cuales el 30% son familiares y el restante 70% son conocidos o empleados sin ningún vínculo de amistad o parentesco con los propietarios. La mayoría de los comerciantes establecidos no son habitantes o vecinos de la colonia.

Referente a los comerciantes informales, contabilizamos a 200 personas, sin embargo, el número es aproximado. En este caso todos los comerciantes informales de alguna manera tienen algún tipo de relación ya sea familiar o de amistad entre ellos, lo cual facilita su inserción en ésta actividad comercial. Es difícil que alguien sin ayuda o recomendación acceda a este mercado de trabajo. No hay mujeres trabajando como comerciantes informales. Con respecto a la procedencia de los comerciantes informales y con base en nuestras entrevistas la

mayoría provienen del norte y oriente de la ciudad, y los menos son comerciantes originarios de la colonia.

En el cuadro 1 presentamos a los comerciantes establecidos e informales que nos proporcionaron información valiosa para realizar esta investigación. Sin la ayuda de estas personas hubiese resultado muy difícil realizar este trabajo de investigación.

**Cuadro 1.** Características de los comerciantes establecidos e informales entrevistados.

<b>COMERCIAN- TES ESTABLECIDOS</b>	<b>PROPIETARIO O EMPLEADO</b>	<b>AÑOS DE TRABAJAR EN LA RONDA</b>	<b>COMERCIAN- TES INFORMALES (NOMBRE)</b>	<b>AÑOS DE TRABAJAR EN LA RONDA</b>
Armando Rivera	PROPIETARIO 1	21	Ramón García	21
Martín Castro	PROPIETARIO 2	30	Eduardo Peralta	20
Cesar Toledo	PROPIETARIO 3	32	Enrique Zarate	16
Pedro Lara	PROPIETARIO 4	40	Sergio Rosas	34
Adán Nájera	PROPIETARIO 5	30	Leonardo Villa	5
Enrique García	PROPIETARIO 6	15	Gerardo Guillén	8
Rafael Gómez	EMPLEADO 7	20	Antonio Rodríguez	12
Rodolfo García	EMPLEADO 8	32	Pedro González	3
Emilio Núñez	PROPIETARIO 9	25	Javier Rojas	4

Los nombres de los entrevistados fueron cambiados para preservar la confidencialidad de la información.

La investigación está dividida en tres capítulos. En el primer capítulo llevamos a cabo la revisión teórica de nuestros conceptos guía, así como de los enfoques que enmarcan la investigación. En el segundo capítulo, presentamos el contexto histórico del pequeño territorio que estudiamos, resaltando las características de la comercialización de autopartes, además la opinión de algunos vecinos de La Ronda sobre las implicaciones de esta actividad económica. Debido a la falta de información sobre la historia de esta actividad comercial y sus características generales, la observación y las entrevistas, fueron estrategias de investigación que nos ayudaron a realizar la reconstrucción histórica, así como comprender y explicar de mejor manera la dinámica socio-económica y territorial que se presenta en La Ronda.

En el tercer capítulo analizamos la información obtenida en el trabajo de campo, gracias a ello fue posible contextualizar las relaciones de poder que se presentan por una actividad económica así como por y en el territorio, es decir, los intersticios entre territorialidad y redes socio-económicas tanto verticales como horizontales. Por último, elaboramos las conclusiones de este trabajo.

## **Capítulo 1. Conformación de redes y territorialidad.**

Actualmente, en las Ciencias Sociales, el análisis sobre la conformación de redes sociales y económicas se ha convertido en una temática importante para analizar de manera más detallada diversos procesos que se presentan en la configuración de las relaciones sociales. Entre estos procesos encontramos la creación de la confianza, la cooperación, la reciprocidad, la solidaridad, además de diversas formas de intercambios económicos y de información. En este ámbito las redes sociales y su mantenimiento proveen al individuo de una base sobre la cual proyectar sus decisiones y obtener los beneficios deseados de una manera menos costosa, ya sea de manera económica o social. No obstante, en muchas ocasiones, las relaciones de poder, los conflictos y los procesos de negociación generados por el espacio se obvian o incluso se ignoran en el análisis de redes sociales. En este capítulo, intentaremos articular la dimensión espacial en las relaciones sociales y económicas por medio de conceptos elaborados desde la geografía política, la geografía económica y los enfoques de la nueva sociología económica.

En la primera parte reflexionamos sobre el concepto de redes sociales y su interrelación con el concepto de escalas geográficas. El análisis de redes aplicado al estudio de fenómenos económicos desde una perspectiva sociológica ha sido muy utilizado para abordar temas tan diversos como: la forma de competencia, la difusión de prácticas y el flujo de información entre y dentro de las organizaciones o diversos grupos sociales. A partir del estudio de las redes podemos avanzar en la comprensión de fenómenos sociales de rango *micro*, *intermedio* o *meso*. Al mismo tiempo estos fenómenos sociales permiten interacciones que unen simultáneamente redes de personas y redes de organizaciones de todo tipo, en las que estas personas trabajan o participan. Estas interacciones se pueden realizar en diversas escalas geográficas, por lo tanto el papel del espacio es fundamental para la organización y la explicación de las relaciones sociales.

En la segunda parte de este capítulo revisamos brevemente el concepto de poder, sobre todo dirigido a analizar su dimensión espacial. Ya que las relaciones de poder, en cuanto relaciones sociales, muchas de las veces se presentan por la disputa de algún territorio y las actividades económicas inmersas en el mismo. El territorio es uno de los conceptos más antiguos y tradicionales de la Geografía, su uso ha sido reivindicado; tanto para justificar la necesidad de la expansión de la soberanía de los Estados nacionales en un espacio determinado por fronteras internacionalmente reconocidas; como por comunidades locales, urbanas y rurales, en donde se analiza la organización espacial a partir del estudio del territorio como un actor activo que da lugar a una diversidad de formas peculiares de interrelación de los elementos económicos, sociales y culturales. De esta manera es comprensible que el concepto de territorio sea apropiado por diversos abordajes y perspectivas. Aunque para los fines de este trabajo primeramente el territorio será comprendido a partir del reconocimiento de las relaciones de poder proyectadas en el mismo entre los diversos actores sociales. No obstante, enfatizamos que tanto los conceptos de territorio como territorialidad no se restringen a un conjunto de relaciones de poder o su dimensión política. El concepto es más amplio ya que no ignora otras dimensiones. Territorio y territorialidad son conceptos multidimensionales.

### *1.1 Intersticios entre la geografía política y la geografía económica: escalas y redes sociales.*

Aunque existen un gran número de definiciones sobre redes sociales, en este ensayo retomamos la propuesta de Nan Lin (2001:158) quien define las redes sociales “como la constelación de relaciones sociales entre individuos o grupos que producen una estructura que conlleva a la circulación de recursos. Son estructuras que pueden emplearse para llevar a cabo acciones instrumentales y expresivas, y que adquieren diversas funciones como transmitir información; producir vínculos que ejercen influencia en los agentes involucrados; actuar como credenciales sociales que reflejan la accesibilidad de sus miembros a un conjunto de recursos determinado; y contribuir con el fortalecimiento de la identidad y el reconocimiento”.

En esta definición, se pone de manifiesto una doble interpretación de las redes, que será explorada en este ensayo: las redes como vía de transmisión de conocimiento y las redes como elementos que permiten acceder al control de recursos limitados y, por tanto, como forma de poder. Esta dualidad puede observarse en el desarrollo de las nuevas perspectivas de la geografía y la sociología económica. Una primera aproximación, desde esta perspectiva, es la diferenciación entre redes horizontales o verticales. En el primer caso, se resaltan los aspectos relativos a la cooperación, reciprocidad y confianza; en el segundo las relaciones asimétricas, de carácter jerárquico convierten el poder en un elemento de la red (Granovetter, 1973). Cabría destacar, sin embargo, que la competencia, la cooperación y la confianza también son relaciones que se apoyan en diferentes elementos económicos, sociales, culturales y políticos, propios de un lugar, territorio o región, a pesar de que muchas veces la dimensión espacial es obviada o pasa a segundo término, y a pesar también de que esta dimensión territorial es fundamental para comprender mejor estos procesos.

Una vez que se introduce la dimensión espacial en estos estudios, “afloran” complejas relaciones en y por el espacio, que, en algunas ocasiones, se desenvuelven de manera violenta y, en otras, hacen patente la capacidad de negociación. Las relaciones de poder en el espacio y por el espacio muchas veces pueden estar implícitas en diversas relaciones sociales, aunque no se muestren de forma explícita.

La actividad económica que da pie a que se presente la conformación de redes empresariales y sociales requieren de un territorio específico en donde se desarrollan un sinnúmero de relaciones entre diversos agentes, estas relaciones dotan de características específicas a un territorio. Entre los rasgos particulares de un territorio con base en las relaciones que en él se presentan y en sus respectivas conformaciones de redes podemos mencionar: el espíritu emprendedor, la solidaridad social, el ambiente de confianza, los rasgos históricos y culturales, las características de la estructura de poder, además, la competencia, la cooperación y el control. (Czerny y Makowski, 2003).

Siguiendo este orden de ideas podemos afirmar que en La Ronda, los actores sociales que ahí se desenvuelven cooperan en unos sectores y compiten en otros. El funcionamiento de la red o redes se alimenta de la cooperación y competencia; esta relación configura relaciones relativamente estables pero no estáticas.

Esta afirmación puede ser verídica también en el caso de las relaciones espaciales ya que la interdependencia entre la cooperación y competencia, aunque reduce el papel de las relaciones verticales jerárquicas y facilita una externalización de las estrategias de las empresas, se convierte en un factor importante de la organización contemporánea del espacio económico.

Con base en lo anterior, la conformación de redes sociales es el resultado de procesos de interacción, de negociación, de conflictos sobre la base de la confrontación de los intereses de los actores en el territorio. En este sentido, el análisis de redes se relaciona con la comprensión de la capacidad de acción de los diversos actores sociales, el acceso a los recursos a partir de dichas redes y la articulación de las mismas en el territorio.

De especial importancia son diversos procesos como integración/flexibilización y control/resistencia de los actores que pueden o no configurar diversas problemáticas en el territorio.

Un aspecto relevante a considerar en esta discusión es el relativo a la dinámica de conformación de las redes, que se van creando en un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo. Al mismo tiempo, el intercambio dinámico entre redes, de alguna manera, refuerza los recursos que poseen los actores sociales. Así estas múltiples y complejas interacciones que se construyen a través del tiempo, le otorgan forma y contenido a las diversas redes sociales. Por consiguiente, las redes pueden ser concebidas como relaciones dinámicas que se van transformando a lo largo del tiempo como consecuencia de las interacciones al interior y exterior de la red.

A un nivel más empírico, y siempre desde la perspectiva de la geografía económica, el análisis de redes sociales es relevante para comprender la dinámica de diversos fenómenos de raíz económica, como ejemplo, la migración, el comercio informal o el desarrollo local, aunque las temáticas pueden ser muy variadas. En este sentido, el análisis de redes sociales complementa las explicaciones que se han encaminado básicamente en una explicación macro-estructural que entiende la migración, el emprendimiento o la informalidad como producto de la incapacidad del sistema económico para insertar a grandes sectores de la población, o como un sector que es funcionalmente útil para el adecuado desempeño de diversos actores sociales (Portes, 1995; Silva, 2007). Por otro lado, el análisis de redes permite visualizar a una serie de actores que deciden ingresar al sector informal, migrar o adoptar una actitud emprendedora; lo cual redundará en mayores beneficios económicos; esta perspectiva es particularmente relevante en contextos de ausencia de regulaciones por parte del Estado (Silva, 2007).



Nuevamente siguiendo a Nan Lin (2001) y en su definición de redes sociales, encontramos que la constelación de relaciones sociales entre individuos o grupos produce una estructura que conlleva a la circulación de recursos. Estas estructuras pueden emplearse para llevar a cabo acciones instrumentales y expresivas que adquieren diversas funciones como transmitir información; producir vínculos que ejercen influencia en los agentes involucrados; actuar como credenciales sociales que reflejan la accesibilidad de sus miembros a un conjunto de recursos determinados; y contribuir con el fortalecimiento de la identidad y el reconocimiento.

Sobre el análisis de redes sociales se pueden destacar dos tendencias. La primera se refiere básicamente a los vínculos fuertes (también denominadas, densidad de los vínculos o redes con cierre), y la segunda hace énfasis en el concepto de los vínculos débiles. En el primer caso podríamos ejemplificar con un grupo específico perteneciente a una red; por ejemplo, los comerciantes establecidos legalmente. En este grupo de actores sociales de alguna manera todos están conectados de tal forma que no es posible pasar desapercibido a los otros (lo que implica una red densa). En teoría, las redes densas generan confianza y hacen cumplir normas establecidas por dicho grupo, además de realizar diversas formas de organización. En la medida en que el grupo este mejor organizado, los proyectos que se desean instrumentar darán mejores resultados. Mark Granovetter (1973) menciona que son los vínculos débiles los que permiten relacionar círculos sociales distantes. Un vínculo débil según Granovetter involucra menor compromiso o contacto entre ambas partes. Por ejemplo, los comerciantes informales requieren vínculos fuera de su círculo inmediato para obtener los recursos que les permiten obtener mercancía, información, territorio, etcétera.

Podemos decir entonces que la información que circula solamente mediante vínculos fuertes no sale de un mismo grupo o círculo social. Los vínculos débiles, en cambio permiten que la información circule desde y hacia círculos distantes y que los datos sobre nuevas formas de hacer las cosas provengan de otros círculos sociales.

Otro enfoque importante en el análisis de redes sociales es la visión de puente social. De acuerdo con Granovetter (1973), la noción de puente es medular para entender la dinámica de redes que van más allá del grupo primario en donde generalmente se presenta el cierre de los vínculos (o redes más densas).

Nan Lin (2001, citado por Casellas y Pallares, 2005) retoma este concepto haciendo referencia a la posición en las redes y más en concreto a lo que denomina posición del puente social. El autor define el puente social: como la relación que se establece entre dos individuos en posiciones clave en una red social de diferentes grupos; su posición es fundamental porque su ausencia rompería la conexión o el contacto entre dos grupos distintos. Para este autor un grupo se ve como una unidad formada por dos o más individuos, en este sentido, los puentes ofrecen la ventaja de hacer accesible para diversos individuos los recursos existentes en dos o más grupos distintos; recursos que no necesariamente se rechazan, sino se complementan. En este sentido podemos decir que la respuesta de cada individuo o grupo social hacia otras personas o grupos responde a una expectativa de retribución y la acción que persigue una retribución es la que guía la conducta y la interacción.

Ahora bien, en este ámbito de ideas en donde la retribución es la que guía la conducta y la interacción, Nan Lin (2001) presenta la coexistencia de dos tipos de racionalidad en la acción humana: racionalidad económica y racionalidad expresiva<sup>4</sup>. El autor asocia la racionalidad con una forma particular de intereses y construcciones del tejido social. La racionalidad económica estaría orientada a la obtención de beneficios económicos mientras la racionalidad expresiva a la obtención de beneficios sociales. Para los fines de este trabajo es importante señalar lo anterior, ya que en un dialogo entre la propuestas de Nan Lin y Pierre Bourdieu existen ciertas similitudes, las cuales nos ayudan dentro del análisis de redes sociales a ubicar las relaciones de poder que se presentan en la conformación de estas redes y consideramos que es necesario presentar como se

---

<sup>4</sup> En el caso de la geografía podríamos hablar de una racionalidad territorial, la cual entendemos como territorialidad ya que esta es una mediación simbólica, cognoscitiva y práctica que los territorios (o lugares) ejercen sobre el comportamiento social. (Raffestin, 1981; Dematteis, 2006).

ubica un individuo o grupo social (comerciantes establecidos y comerciantes informales) dentro de una estructura social determinada y en consecuencia la posición social que se tiene en comparación con los demás o con los “otros”.

Para Pierre Bourdieu las posiciones sociales son producto de la posesión de diferentes capitales: capital económico, cultural y social. La posesión de estos bienes ubica al individuo en determinada clase o en nuestro caso posición social en la cual se desarrolla un habitus particular que es producto de esta posición y que sirve para conservar los recursos o capitales que caracterizan a su clase o posición. Este posicionamiento mediante el habitus permite identificarse con unos y diferenciarse de otros. Podemos decir que en algunos casos se trata de posiciones excluyentes, en cuanto que cada individuo o grupo ocupa un lugar diferente (y distintivo) producto de las disputas por alguno de los capitales antes mencionado además del territorio. Así podemos decir que con el trazado de las redes sociales es posible ubicar las distintas posiciones de individuos o grupos que conforman un determinado territorio y una determinada actividad económica, lo cual conlleva a la competencia por diferentes formas de capital y territorio, además de entender si las redes se presentan de forma horizontal o vertical.

En el caso de La Ronda se ha producido una articulación económico-territorial que ha beneficiado a la mayoría de los actores sociales que interactúan en éste microterritorio; no sólo comerciantes informales y establecidos, sino toda una compleja red de personas que dependen indirectamente de la comercialización de autopartes. Para comprender la dinámica socio-territorial y económica de La Ronda no sólo es necesario analizar las estrategias racionales económicas, sino en lo posible focalizar el estudio en las relaciones entre actores individuales, colectivos e instituciones.

Retomando esta discusión sobre los actores, pero desde un enfoque diferente, el de la geografía política, nos planteamos, antes que cualquier otro tema, la discusión sobre el concepto de **escala en el espacio geográfico**. Nos referimos a escala en un sentido más amplio, no sólo a la escala vista en su nivel de representación de un recorte espacial de la realidad. La escala vista en un nivel geográfico, en donde existe una jerarquía de niveles y ámbitos en cada uno de los

cuales se observan unos fenómenos específicos y dinámicas territoriales propias, que interactúan con las que se dan en diversos niveles ya sean inferiores o superiores. Se puede afirmar que en el mundo actual, es fundamental para un proyecto de geografía analizar la dialéctica de lo global y lo local, pero no podemos dejar de lado la escala doméstica<sup>5</sup> (la casa, el barrio, la colonia el suburbio, etcétera) la cual también desempeña un papel importante. El espacio geográfico tiene que ver con las escalas espaciales en que se desenvuelven las relaciones sociales. De acuerdo a su carácter material las escalas se pueden denominar como sistema-mundo, Estados, regiones, territorios, lugares, lugares centrales, ciudades, periferias, suburbio, barrio, aldea, megalópolis, entre otros muchos términos que definen la trama conceptual de la geografía. Cada uno de ellos opera con autonomía y a la vez cada uno de ellos está determinado o al menos influenciado por los demás. Cada uno presenta su propio sistema de relaciones sociales y su específica dinámica espacial. Cada uno se inserta en tramas sociales, económicas, políticas, ideológicas, territoriales que pueden operar a modo de decisiones independientes o no. Muchos geógrafos, (por ejemplo, Peter Taylor, Neil Smith, Robert Sack) en sus aportes aconsejan trabajar con más de una escala, diferenciando la forma en que se presentan y articulan los elementos en cada una de ellas. El territorio es un tejido de relaciones en el que cada elemento interacciona con otros, por lo que para ser comprendido real y territorialmente en su inserción con los demás elementos de su entorno, ha de ser representado a más de una escala. El concepto de escala sirve, para analizar y ordenar en niveles los factores que intervienen en la configuración de un territorio. Para comprender las dinámicas sociales y económicas y las relaciones de poder

---

<sup>5</sup> Como mencionamos anteriormente en nuestro caso la *escala geográfica* no sólo es un recorte espacial de la realidad, ni se reduce a una escala, por ejemplo el Estado-nación. Sack propone una escala más amplia del territorio que sólo el Estado-nación: el nivel personal, una sala, un barrio y la escala global. Peter Taylor, por su parte, también propone una relectura escalar en el siguiente sentido: Economía mundo, Estado-nación y localidad. Taylor habla de una división vertical por escalas: la realidad viene regida por la economía-mundo, la ideología se centra en el Estado-nación y la experiencia se genera en la escala local. Neil Smith sugiere un modelo de las relaciones sociedad/territorio articulado en siete escalas: el cuerpo, el hogar, la comunidad, la ciudad, la región, el Estado-nación y las fronteras de lo global. Al referirnos a escala doméstica nos podemos ubicar en cualquiera de las anteriores propuestas.

en su mayor amplitud, es necesario considerar un análisis multiescalar que otorgue a cada escala los valores que le son propios. (Brunet, Ferras y Théry, 1993; Ortega, 2000; Nogué, 2001; Taylor, 2002).

Las escalas constituyen la materialidad del discurso geográfico y son además los elementos, el material con el que construimos la imagen compuesta del espacio geográfico y de sus relaciones sociales (y redes sociales) que se interrelacionan tanto horizontal como verticalmente. Para comprender las dinámicas sociales y económicas y las relaciones de poder en toda su amplitud, hay que considerar un análisis multiescalar que otorgue a cada escala los factores que le son propios. Las relaciones sociales de un mismo territorio producen la conformación de redes sociales las cuales interactúan con diversos elementos de su mismo entorno, los cuales pueden ser otras redes conformadas con los mismos objetivos. No obstante, estas interrelaciones muchas veces se presentan entre diversos territorios, los cuales no necesariamente tienen proximidad geográfica. En el análisis de redes es necesario tener en cuenta tanto su anclaje territorial como su grado de apertura al exterior. Por un lado, la proximidad geográfica, aunque constituye una base indispensable para activar indirectamente las acciones colectivas, no es suficiente para poner en marcha la cooperación entre actores o redes de un mismo territorio. Por otro lado, es importante señalar la importancia que adquiere la participación en redes externas. Por ejemplo, en este sentido ha resultado fundamental la diversificación y la conectividad de los actores sociales de La Ronda con redes cuyos ámbitos de acción se amplía a otras escalas; esto a su vez propicia que los comerciantes de nuestra zona de estudio se integren a redes externas y por ende existen mayores probabilidades de adquirir conocimiento y estrategias que permitan un mejor desarrollo en la actividad económica que ellos desempeñan. Otro aspecto importante es que primero hubo que consolidar las redes de La Ronda para después crear vínculos que permitieron la consolidación en las relaciones con otros actores nacionales e internacionales. Además ésta interacción entre territorios y redes mantienen una jerarquía de niveles y ámbitos con especificidades propias, las cuales de alguna manera precisan el doble entramado de relaciones horizontales y verticales. En

este sentido, con las características de las estructuras de poder, es importante analizar el equilibrio o la hegemonía de los actores sociales y la posible conflictividad que puede originarse entre ellos. Las redes adquieren especificidad territorial a través de acuerdos, alianzas, compromisos en las negociaciones ya sean locales o externas que se aprueban y negocian con base tanto en el consenso como en el conflicto. (Caravaca, González y Silva, 2005).

El análisis de redes sociales y escalas permiten entender como diferentes actores sociales gestionan e interpretan los elementos de su propio entorno y otros; como elaboran sus estrategias; como crean territorios para llevar a cabo sus proyectos; como pueden crear comportamientos específicos de su territorio, los cuales son distintos y que pueden ser contradictorios a los de otros actores sociales. Permiten además mostrar como esos procesos organizacionales y estratégicos pueden influenciar o ser influenciados por el contexto amplio del poder y acción social existente. Podemos decir que “la escala es considerada más como una expresión teórico-metodológica de las interrelaciones de los procesos económico-espaciales que como una representación proporcional de un recorte territorial” (Rosales y Bernal, 2010: 56).

Ahora, al hablar de relaciones de poder en el espacio, consideramos necesario referirnos a una geografía del poder. Si observamos lo político desde la perspectiva territorial, se hace evidente la necesidad de una organización y de una gestión del propio espacio o territorio, lo que permite preguntarnos por la relación entre la política y lo que podemos considerar como los intereses territoriales. La participación del espacio-territorio asume una doble dimensión. Por un lado en la capacidad que el hombre tiene de intervenir sobre él y modificarlo, aspecto por el que, entre otros, se distinguirán las políticas territoriales; pero, por otro lado, no podemos ignorar la significación de las escalas o intereses de los individuos y de los grupos sociales. El enfoque de la nueva geografía política no está interesado exclusivamente en el Estado, sino más bien en las relaciones de poder en el espacio.

En consecuencia, la geografía política se organiza en función de las escalas que permiten abordar y explicar el espacio del conflicto desde la economía mundo como marco global, al Estado como marco político y la localidad como marco de la experiencia individual y del grupo social o comunidad. La moderna geografía política, al resaltar el valor primordial del sistema mundo, de la escala global, como la referencia o entendimiento incluso de los fenómenos locales, viene a mostrar esta interrelación entre lo planetario y lo individual, esta dialéctica puede ser la base del entendimiento del espacio social y de las prácticas que le dan origen. (Taylor, 2002).

Muchas veces son las decisiones de las grandes corporaciones económicas y financieras, de las grandes multinacionales, de las grandes organizaciones estratégicas y militares, de los Estados en mutuo acuerdo o desacuerdo, las que de alguna manera “determinan” no sólo los acontecimientos decisivos a escala mundial, sino sus derivaciones más locales. El futuro de una pequeña localidad depende de acuerdos o decisiones ajenas a sus habitantes.

Lo local o diversos microterritorios se integran en una compleja “malla de relaciones, de estrategias, de procesos, que escapan al control directo de las comunidades afectadas. Las actitudes, los comportamientos, las decisiones de éstas, aparecen condicionadas por esa malla lejana, en la que es difícil identificar actores. De tal modo que las respuestas individuales y colectivas locales se producen de acuerdo con imágenes más o menos precisas del espacio social en el que se desenvuelven”. (Ortega, 2000: 519). Por lo tanto cuando tratamos de geografía política nos estamos refiriendo a aquel ámbito de las relaciones sociales, donde el espacio geográfico interviene como uno de los factores en la relación entre poder y contrapoder o dominio dependencia. Diversas propuestas surgen de una recuperación política de la geografía y de la geografía política como una herramienta para el análisis del poder y de las relaciones de poder a todas las escalas. En este sentido, el geógrafo Claude Raffestin (1980) considera que el conocimiento de una realidad material implica un sistema de relaciones al interior del cual el poder también está presente.

El poder no es una categoría espacial ni temporal, sin embargo se observa en toda producción de territorio y en el tiempo.

En una línea parecida, Bourdieu (1999) “ubica” las distintas posiciones de los agentes y grupos con respecto a las relaciones de poder que conforman un determinado territorio y que compiten por diversas formas de obtener beneficios a partir del acceso al capital social, económico o simbólico. La apropiación territorial o espacial juega un papel fundamental en estos procesos, los cuales se pueden presentar de diversas maneras ya sean armónicas o no.

### *1.2 Relaciones de poder en el espacio.*

La apropiación y uso de los espacios es el resultado geográfico del diferente acceso que tienen los actores al capital social, económico o simbólico. En esta discusión, el geógrafo catalán Joan Eugeni Sánchez (1992: 67) indica que “el espacio impone condiciones a la actuación del poder. Éste se planteará en base a su funcionalización y a los intereses dominantes, al fin de alcanzar una optimización en su participación como factor; como localización y asentamiento; como articulación de la jerarquización de la estructura social y como circulación de los restantes factores (tanto materiales y productivos), como de difusión ideológica, cultural o científica, así como de circulación de órdenes y respuestas”.

Con otras palabras, podemos decir que las élites dominantes discuten e imponen lógicas territoriales diferentes de acuerdo con sus intereses, de cara a optimizar sus beneficios ya sean materiales o inmateriales. De esta manera, al observar las asimetrías de los actores con respecto al territorio y sus conflictos internos, se permite visualizar la presencia y el papel de las élites en el proceso de apropiación y dominación del espacio, o sea, los aspectos políticos e institucionales que dirigen la dinámica de la vida económica y social.

Michel Foucault sostiene que el poder puede operar en la positividad del saber, no necesariamente sobre la violencia y no exclusivamente sobre la represión.



El poder, cualquier forma de poder, para mantenerse y reproducirse debe ser poder creador, para mantenerse en un medio conflictivo y asimétrico a cualquier escala, debe actuar de forma creativa. Esto implica que se tengan objetivos precisos y los medios para alcanzarlos. El poder en este caso puede ser flexible y positivo, puede ser poder creador. (Foucault, 1977).

Con respecto a los dos grupos sociales que vamos a estudiar, las relaciones de poder se manifiestan como relaciones sociales en donde el espacio geográfico adquiere un papel específico ya que las relaciones de poder se centran en la apropiación territorial. Las relaciones de poder en el lugar y entre los dos grupos a estudiar se presentan básicamente por dos situaciones: la primera, tiene que ver con la comercialización de autopartes y la competencia así como otras implicaciones que esta actividad económica conlleva. La segunda situación tiene que ver con el espacio geográfico, ya que este adquiere un papel específico en las relaciones de poder entre estos grupos y el objetivo sería la apropiación territorial y los beneficios que esto puede generar. El dominio territorial no tendría sentido si no existiera algún tipo de beneficio, muchas veces el beneficio es de carácter económico y político, aunque seguramente intervienen otras dimensiones de carácter cultural.

Entonces podríamos decir que las relaciones de poder en este sentido se presentan por la necesidad que tienen los actores por el dominio y la apropiación del espacio a cualquier escala. La sociedad se articula sobre un sistema múltiple y combinado de relaciones de poder, las cuales, están encaminadas a lograr diversos objetivos, los cuales mostrarán contradicciones y conflictos entre diversos actores sociales. De esta forma se pueden tener objetivos diferentes en una misma unidad "político-territorial", los cuales muchas veces pueden ser contradictorios. Son ejemplos de estas contradicciones, desde las decisiones de política internacional de cada Estado, hasta los conflictos entre la posición social y la posición territorial de un grupo social o de un individuo. Definir una estrategia y organizar diversas tácticas requiere, así lo consideramos, articular la gestión del poder, en la medida en que el poder no es un mero hecho simbólico y estático, sino activo que se materializa, dinámico y como mencionaba Foucault creador.

Consideramos que el poder debe buscar adecuar las estructuras sociales a sus objetivos, lo mismo pensamos se debe hacer con el espacio territorio, ya que este no es neutro ante los distintos usos que de él se quieran hacer, sino que para cada uso se debe transformar en un espacio social coherente con los objetivos específicos que de él se espera. De esta forma el espacio impone condiciones a la actuación del poder. Así en La Ronda ambos grupos, tanto comerciantes formales como informales establecen relaciones de poder, además de que toman y ejecutan decisiones que inciden en su territorio y le dan características propias. Vinculando el concepto de poder con su dimensión espacial podemos hablar de territorialidad, pero la territorialidad no se restringe a un conjunto de relaciones de poder (dominación-subordinación), la noción de poder es lo bastante amplia para incluir la propia naturaleza económica y simbólica del poder. El poder también es productivo.

### *1.3 Territorialidad.*

Para los fines de este trabajo y en particular con respecto a las características del lugar que se estudia, abordaremos la concepción de territorialidad como componente geográfico clave para comprender cómo la sociedad y el espacio están íntimamente relacionados. En esta concepción relacional, la territorialidad se configura como una expresión geográfica del ejercicio del poder en el espacio y por el espacio. En la Ronda se presentan procesos de apropiación y de defensa del territorio por parte de diversos actores sociales, los cuales suelen organizarse para lograr objetivos específicos en cuanto a estos procesos de apropiación y defensa territoriales. Dichos procesos y objetivos suelen ocasionar conflictos, los cuales no necesariamente terminan en hechos de violencia, sino suelen terminar en acciones de negociación. La territorialidad brinda un anclaje específico de los actores sociales con su territorio y esto genera condiciones y estrategias de control territorial, pero también de negociación territorial; el dominio, control y negociaciones territoriales no tendrían sentido sino existiera un tipo de beneficio para individuos o grupos sociales. Resulta importante analizar el tipo de

estrategias que se llevan a cabo por el control del territorio y que procesos de negociación se realizan para alcanzar un bien común en el mismo.

La territorialidad se ha estudiado desde diversas disciplinas ya sea en las ciencias naturales o en las ciencias sociales. Inicialmente fue estudiada desde la etología, sin embargo, biólogos, ecólogos humanos, antropólogos, geógrafos etc., se unieron a este campo de estudio. La territorialidad como uno de los principios centrales de la teoría etológica considera que esta es una parte innata de la conducta animal. Todos los animales tenderían a mantener territorios fijos y espacios individuales, estableciendo límites y excluyendo o admitiendo en los territorios así fijados a quien ellos quisieran. Se trataría entonces de una conducta puramente instintiva; así, los etólogos opinan que el instinto es una explicación posible de la tendencia humana manifiesta a poseer, defender y organizar políticamente un área geográfica delimitada, entonces los sentimientos de identidad y seguridad colectivos responden a un comportamiento territorial instintivo. No obstante, la vinculación de la territorialidad humana con la animal ha sido habitual, desde postulados diferentes y con intenciones dispares. La evidente coincidencia de actitudes y comportamientos no supone equivalencia (Ortega, 2000; Nogué, 2001).

“La diferencia esencial es el carácter elaborado socialmente que adquiere en la especie humana. Es una territorialidad proyectada y construida. Se traduce en una división y fragmentación de la superficie terrestre en áreas de poder o soberanía, en espacios de ejercicio de este poder, por razones de diversa índole” (Ortega, 2000: 527). En este contexto compartimos las concepciones propuestas desde la geografía política en donde la territorialidad en los seres humanos no es un instinto innato ni necesariamente agresivo, sino una forma de comportamiento espacial y actos de intencionalidad. Como mencionamos anteriormente, las relaciones sociales producen espacios y es un hecho que estos espacios pueden estar fragmentados, pueden ser únicos y singulares, pueden ser solidarios, pero también conflictivos y si los espacios pueden tener estas características necesariamente son el resultado de intencionalidades de las relaciones sociales, entonces estas intencionalidades son una representación específica del espacio.

Además aparece en escalas tan contrastadas como el hogar, el barrio, el lugar de trabajo, la escala local, los cuales como ejemplo podemos decir que son los territorios socialmente reconocidos como los más elementales; sin olvidar por supuesto la del Estado, como el territorio de una mayor amplitud y el que expresa de forma más intensa su carácter de espacio de poder.

Para Robert Sack la territorialidad es una base de poder, sin embargo, no la concibe como un mero acto instintivo, mucho menos asocia poder exclusivamente con agresividad. Sack define la territorialidad como el “intento, por un individuo o grupo de conseguir, afectar, influenciar y/o controlar personas, fenómenos y relaciones, por la delimitación y afirmación del control sobre un área geográfica. Esta área será llamada territorio” (Sack, 1986: 6). La territorialidad vinculada a las relaciones de poder es una estrategia que se puede llevar a cabo de acuerdo a un determinado grupo social (o individuo) y su contexto histórico y geográfico. En su dimensión política la territorialidad tiene que ver con los territorios jurídicamente reconocidos, comenzando por la propiedad privada, pero la territorialidad también se manifiesta en otros diversos contextos sociales. El autor afirma que “la territorialidad es una expresión geográfica básica del poder social. Es el medio por el cual espacio y sociedad están interrelacionados” (1986: 5). A pesar de centralizarse en la perspectiva política y material también reconoce la dimensión económica y cultural de la territorialidad, íntimamente ligada al modo como las personas utilizan el territorio, como ellas se organizan en el y como dan significado al mismo. Él no ignora el papel de la cultura y la economía en la definición de territorialidad, especialmente al comparar los contextos sociales del primer y del tercer mundo.

En este sentido la territorialidad humana sería una forma de comportamiento espacial y de estrategias construidas por individuos o grupos para apropiarse del espacio y permanecer en el, la territorialidad entonces esta sumamente ligada a las relaciones de poder, la desigualdad, la fragmentación, la tensión y el conflicto.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> El control de la propiedad privada en muy diversas maneras es un ejemplo físico y visible de una estrategia territorial que tiene por objeto preservar la integridad de la misma.

A diferencia de Sack, para Raffestin (1988), la territorialidad es el “conjunto de relaciones establecidas por el hombre como perteneciente a una sociedad, con la exterioridad o alteridad, con el auxilio de mediadores o instrumentos”.

En este sentido el mismo Raffestin menciona que estas definiciones no pretenden describir el espacio, sino de alguna manera explicar los instrumentos y los códigos de los actores sociales que han dejado huella e indicios sobre el territorio; además de entender que la territorialidad, no es por lo tanto el resultado del comportamiento humano sobre el territorio, sino que es el proceso de construcción de tal comportamiento, el conjunto de las prácticas y los conocimientos de los hombres en relación a la realidad material y la suma de las relaciones mantenidas de un agente con el territorio y con los demás agentes. Además este autor sintetiza tres formas de territorialidad: 1) la defensa de un territorio, 2) como apropiación (puede ser simbólica, como sentido de pertenencia o una apropiación funcional) y 3) como la relación con el otro (en este contexto la alteridad puede ser otro individuo, un lugar o territorio, etcétera). Parece ser, entonces, que su cualidad de dimensión simbólica no excluye, sin embargo, los aspectos materiales. Como puede verse, Raffestin concuerda con la idea de Sack de una territorialidad basada en la definición de límites para influir o controlar personas, cosas o relaciones; nunca se excluye la creación de relaciones de identidad e identificación, o sea, la territorialidad también como un proceso simbólico. No obstante, Sack definitivamente trabaja mucho más el nivel de lo material.

Ahora, para muchos geógrafos existe un debate sobre estas dos aproximaciones al tema de la territorialidad. La propuesta de Sack muestra las relaciones de poder en este caso a nivel de un microterritorio a través de una forma que podríamos denominar territorialidad pasiva, la cual con estrategias de control tiende a excluir a un grupo social o individuos y recursos. (Demmatis y Governa, 2005). Digamos que los actores sociales que son controlados no desarrollan acciones de resistencia que contrarresten o equilibren la situación, entonces podemos hablar

sobre conductas de obediencia, lo cual puede resultar cómodo para este grupo de actores que son controlados.<sup>7</sup>

Ahora como lo menciona Demmateis y Governa, a pesar de la apariencia, no siempre la territorialidad pasiva se realiza por medio de prácticas coercitivas y se plantea objetivos negativos. De cualquier manera los objetivos por lo regular son impuesto por los “controladores”, mientras que los “controlados” no tienen las mejores posibilidades para hacer valer sus propios intereses.

Sin embargo, hay que recordar que Sack, reconoce que la territorialidad es una base de poder, pero no la observa como mero instinto, y mucho menos asocia poder exclusivamente con agresividad. La territorialidad puede ser activada o desactivada, Sack aquí muestra la movilidad inherente a los territorios y su relativa flexibilidad. En este sentido, ambos geógrafos entienden que las relaciones de poder no necesariamente derivan en estrategias de exclusión o sometimiento. Raffestin, siguiendo a Foucault, argumenta que las relaciones de poder se pueden presentar en forma activa, productiva y creadora.

Entonces podemos afirmar que los actores desarrollan acciones y se configuran estrategias de respuesta o resistencia respecto a la imposición o control y esto permite que se generen cambios que proporcionen en lo posible un mayor grado de cooperación y/o negociación<sup>8</sup>.

Raffestin (1999) menciona que la apropiación material o simbólica del espacio es una forma de territorialidad, estos procesos de apropiación territorial suelen estar marcados por conflictos; estos conflictos no necesariamente terminan en agresiones o violencia, sin embargo se pueden presentar en cualquier momento.

---

<sup>7</sup> En estos términos, la territorialidad, es decir, las estrategias construidas por diferentes agentes sociales para apropiarse de un territorio, pueden resultar digámoslo así, un *juego* deliberado e intencionado que involucra una lógica propia de la sociedad que construye esa territorialidad, sociedad que contiene tanto a quienes ejercen el poder para acceder al control del territorio como a quienes posibilitan ese dominio.

<sup>8</sup> La distinción entre comportamientos (pasivos y predefinidos) y acciones (activas e innovadoras), se toman de Yar (2000), quien las atribuye a H. Arendt.

Los conflictos generados por estos procesos de apropiación pueden presentarse en cualquier escala posible, quizá resulten más atractivos o porque no, más importantes en su magnitud y complejidad social, los conflictos entre Estados, grandes multinacionales, movimientos sociales, etc., sin embargo, en nuestro caso resulta interesante conocer los procesos de apropiación territorial y comercial además de las relaciones de poder que se manifiestan en la Ronda. Estos procesos son importantes ya que regulan de alguna manera las relaciones sociales que se llevan a cabo en el lugar, ahora estos procesos no solo son el resultado de lo que ahí sucede, sino de una compleja interrelación entre diversos lugares y decisiones que en estos se toman y que influyen en la Ronda. También vale la pena mencionar que estos procesos de apropiación son importantes ya que han permitido que a pesar de los conflictos que se han suscitado en el lugar también existan procesos de negociación, los cuales han permitido la permanencia y consolidación en el mercado de la comercialización de autopartes en esta colonia. Ahora los procesos de apropiación muchas de las veces son reconocidos o aceptados de manera legal o jurídica, sin embargo, otras veces no es así, en muchas ocasiones la legitimación de la apropiación del espacio se puede presentar y dar por acuerdos tácitos. En este sentido es importante mencionar que el concepto de territorialidad sirve para nuestros fines, tanto en el ámbito de relaciones de poder en donde se encuentran actores sociales que ejercen el dominio sobre el territorio y la actividad comercial que ahí se desarrolla, además de que los diversos actores sociales del lugar se esfuerzan para que el territorio y la comercialización de autopartes se mantenga vigentes, es decir, que de alguna manera a pesar de los conflictos y desacuerdos se encuentren en la medida de lo posible soluciones que brinden un bien común a estos actores.

Tanto en la concepción propuesta por Sack como la propuesta de Raffestin, la territorialidad desempeña un papel de mediación simbólica, racional y práctica entre la materialidad de los lugares, el actuar social en los procesos de transformación territorial y en la conformación de redes sociales y económicas que se realizan en un territorio específico, además que esta resulta indisociable de las relaciones de poder.

La territorialidad nos puede permitir entender como diferentes actores sociales gestionan e interpretan los elementos de su entorno y como de alguna manera elaboran sus estrategias y como crean su territorio para realizar sus proyectos. Desde este sentido, la territorialidad y el poder nos pueden ayudar a comprender los procesos que influyen en las formas de relación, de subordinación, de dominación, pero también en las acciones de negociación y transformación en La Ronda.

En estos procesos como hemos visto se establecen relaciones en función de diversas estrategias que elaboran los actores sociales en La Ronda y de esta manera se van conformando distintas redes económicas y sociales en un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo y por supuesto en la conformación de estas redes se presenta un intercambio dinámico que de alguna manera beneficia a estos actores sociales.

En suma, en el análisis de redes sociales, se requiere identificar en primer lugar a los actores individuales o colectivos que intervienen en la producción del territorio y en segundo lugar, las relaciones que se establecen en función de diversas estrategias que elaboran los actores sociales participantes. De esta manera, el análisis de redes sociales permite visibilizar la manera en que los diversos actores sociales se ubican y permanecen en un determinado territorio que aparece como un recurso central para su actividad. Por otro lado, es destacable (por ejemplo, en la distinción entre redes verticales y horizontales) el acceso asimétrico a los diversos recursos a través de las redes. Este acceso diferenciado a los recursos que por las redes sociales circula, demuestra que existen elementos de tensión y de conflicto y uno de estos elementos básicos es el espacio. Es por ello que la apropiación del espacio representa una dimensión básica del conflicto en la geografía.



### *1.3.1 Espacio y territorio.*

Antes de centrarnos en el análisis sobre el concepto de territorio, haremos una breve revisión sobre el concepto de espacio, lo cual nos ayudará a diferenciar estos conceptos.

En realidad podemos decir que el espacio geográfico es una construcción teórica y epistemológica, es un esfuerzo intelectual que ha terminado como objeto específico de la geografía, como un concepto central para los geógrafos. José Ortega Valcárcel (2000: 514), menciona que “el espacio geográfico es un concepto teórico, que aplicamos al mundo objetivo material y al mundo de los objetos mentales (o ideológico) y lingüístico, en orden a entenderlo y explicarlo.

Constituye una herramienta teórica para indagar las distintas dimensiones del espacio social que interesan desde la perspectiva geográfica”

De acuerdo a H. Lefebvre (1991), la producción del espacio se lleva a cabo por medio de las relaciones sociales. La sociedad construye su espacio material, pero además lo representa, la interacción entre el espacio material y los espacios mentales o simbólicos forman parte del espacio y de las prácticas sociales que lo definen, sin embargo estas prácticas pueden ser solidarias o conflictivas.

Así podemos decir que el espacio geográfico está formado por elementos de la naturaleza y por relaciones sociales con sus dimensiones, políticas, económicas y culturales. El espacio geográfico contiene al espacio social (o espacios sociales) producido por las relaciones entre personas y entre estas y la naturaleza, de esta manera se crean y transforman paisajes, territorios, regiones y lugares.

El concepto de espacio es el objeto de la geografía y en términos de su alcance analítico es amplio y complejo, por lo tanto poco operacional; es por eso que en otro esfuerzo intelectual los geógrafos se han ocupado en crear conceptos más operacionales como son: lugar, región y territorio, los cuales utilizan muchas veces diferentes procedimientos metodológicos.

Delfina Trinca (2006: 87) menciona que en varias de sus conferencias, Milton Santos señalaba que los geógrafos se habían ‘detenido’ en demostrar que había llegado primero, si el territorio o el espacio. Y decía que si tomábamos al espacio como extensión, éste habría ‘llegado primero’ que el territorio, pues es la parte que funciona (allí están los hombres organizados); el territorio llegaría después, pues es el que instauro la apropiación de las extensiones, siendo esta apropiación la que le define sus rasgos: exclusividad, límites e identidad. Exclusividad porque sería una tierra en la que un grupo social -cualquiera-organizado social y políticamente se establece; límites que se definen tanto por competencia como por la relación biunívoca entre la sociedad y la naturaleza, la que, a su vez, crea identidades en permanente reformulación. Es evidente que Santos se refiere al territorio en tanto su acepción política, sin embargo, desde diversos esfuerzos intelectuales y aportes teórico-metodológicos, el territorio adquiere un carácter multidimensional.

### *1.3.2 Territorio, un concepto multidimensional.*

En este apartado intentaremos revisar el carácter multidimensional del concepto de territorio lo cual posteriormente en un dialogo con los conceptos de redes económicas y redes sociales nos permitirá pensar y analizar los procesos económicos y socio-espaciales que ocurren en La Ronda.

Utilizaremos el concepto de territorio a partir del análisis de las formas de generación, apropiación y regulación de las relaciones de poder, identificando en un determinado espacio social, la acción política de lo actores que implica la construcción de mecanismos de negociación, los cuales se pueden presentar por medio de la cooperación o de conflictos. Así el territorio será comprendido a partir del reconocimiento de las relaciones de poder proyectadas en el espacio entre los diversos actores sociales.

Podríamos decir que el territorio, en cuanto a relaciones de dominación y apropiación sociedad-espacio, se desdobra a lo largo de un *continuum* que va de la dominación político-económica más concreta y funcional a la apropiación más

subjetiva y/o cultural-simbólica. Aunque puede resultar equivocado separar estas dimensiones, cada grupo social o individuo, clase o institución puede “territorializarse” a través de procesos de carácter más funcional (económico-político) o más simbólico (político-cultural) dependiendo las estrategias, objetivos o intencionalidades que están en juego. (Raffestin, 1980; Sack, 1986; y Haesbaert, 2007). La intencionalidad es un modo de comprensión que un grupo, una nación, una clase social o hasta una persona incluso, utiliza para poder realizarse, para materializarse en el espacio. De esta manera, relaciones sociales e intencionalidades específicas crean una determinada lectura del espacio (Lefebvre 1991).

Además que producen un espacio geográfico y social específico: el territorio. Las relaciones sociales, por su diversidad, crean varios tipos de territorios, formados por diferentes escalas y dimensiones. Los territorios pueden ser países, estados, regiones, municipios, barrios, fábricas, la casa, etc., ahora bien los territorios pueden ser concretos e inmateriales, la contradicción, la solidaridad y la conflictividad son relaciones explícitas cuando se intenta comprender el territorio en su multidimensionalidad. El territorio puede analizarse en sus dimensiones jurídicas y políticas, culturales y económicas, además de la natural (ista), la diversidad en las escalas es un factor importante a considerar.

En resumen podríamos decir que el territorio es el resultado de una construcción social, política, económica y cultural, en la cual los actores sociales intercambian recursos, ejercen poder y articulan intereses. La construcción de los territorios, es un proceso histórico y sociocultural que le otorga características particulares y distintivas a los mismos. También el territorio tiene un papel activo en cuanto marco de arreglos sociales, de estructuraciones sociales, además de que hablar de territorio es también hablar de identidad ya sea individual o colectiva y a diferentes escalas.

Como podemos observar la interacción entre actores sociales y territorios se construye mutuamente en un proceso complejo en el que se entrelazan diversas concepciones del territorio, para algunos actores sociales el territorio es su triunfo, su identidad y muchas veces su razón de ser. (Raffestin, 1993).

Por otro lado, la apropiación territorial es una condición necesaria para poder llevar a cabo los fines u objetivos necesarios para actores individuales o colectivos; la apropiación y el dominio territorial no tendrían sentido sino existiera algún tipo de beneficio para estos individuos o grupos sociales. La cuestión de la delimitación de un territorio implica la idea de apropiación del espacio, es decir, trazar un límite, incluir, excluir, son la expresión material (y simbólica) de un proyecto y de las intenciones que en él se llevan a cabo.

Trazar un límite implica relaciones de poder, además de que contribuye a la territorialización del espacio y a la conformación del territorio como un lugar “de acción en donde existe una diversidad que se expresa en la delimitación material entre diversas formas de territorialidad” (Raffestin, 1981: 164)

### *1.3.3 ¿Por qué territorio y no lugar?*

Consideramos que el concepto de lugar que proporciona la geografía humana es bastante enriquecedor en sus diversas acepciones; el concepto de lugar ha permitido enriquecer las aportaciones de la geografía humana a las ciencias sociales. Desde luego el concepto de lugar también ha sido abordado desde otras ciencias sociales, sin embargo básicamente en este apartado nos referiremos al lugar primordialmente desde la geografía humana.

Tradicionalmente, tanto desde la geografía humana como desde las ciencias sociales, se ha identificado al lugar como creador de identidad para individuos o grupos sociales quienes residen en un lugar en específico, esta identidad se sitúa en sus raíces históricas, culturales, religiosas, territoriales, etc. Es importante señalar que existen diversas acepciones del concepto, desde diversas corrientes en la geografía. Para la geografía humanística el concepto de lugar es un concepto clave, él cual es considerado como el “centro de significados, condición de la propia experiencia, foco de vinculación emocional para los seres humanos, contexto para nuestras acciones y fuente de nuestra identidad” (García, 1992: 11).

En este sentido, la geografía humanista desde postulados fenomenológicos y existencialistas, hace énfasis en la carga simbólica y afectiva de los individuos con el lugar, el espacio vivido. Para esta geografía el lugar está asociado a significados y valores específicos, es decir que el espacio se transforma en lugar una vez que se llena de estos significados y valores (Nogué, 1989). Podemos observar que significados, sentimientos, cotidianidad y valores están presentes en las experiencias de los individuos con relación a su lugar, la especificidad de este lugar y la identidad que el mismo brinda a los individuos o grupos que lo habitan.

Por otro lado la geografía humanística acompañada del concepto del lugar ha contribuido en parte a formular debates en la formación de una nueva geografía regional, al respecto Entrikin (1991) subraya la incidencia que tiene en el estudio del paisaje, la idea de la especificidad de los lugares en función de las experiencias que asocian con él, los individuos y los grupos que lo habitan.

En general la geografía humanística, se convierte en la geografía de los espacios vividos, espacios de la subjetividad, que se encuentran completamente cerrados sobre sí mismos. Tuan argumenta que el lugar es el “espacio humanizado”, además considera que existe una gama de lugares que abarca desde el sillón favorito hasta la Tierra entera (1977: 73-149)

Ahora bien con respecto al concepto de lugar en un ámbito más funcional Entrikin menciona que “el lugar ya no es visto, interpretado e interpretable como conjunto coherente y estable en el tiempo, de la sociedad local y el contexto físico; sino más bien como un desafío, una oportunidad, una construcción.” (1991).

Surge así, una revaloración económica, cultural, social y política del lugar, sin embargo existen posturas encontradas en donde por un lado este resurgimiento del lugar es visto de manera positiva y en donde se adopta una visión progresista y de resistencia cultural en contra de los grandes poderes económicos. Por otro lado, existen las posturas que sugieren que el lugar debe superar la visión reaccionaria de quienes observan en él una especie de refugio a la inseguridad que provoca el proceso de globalización y en donde pareciera ser que todo se lleva a cabo sin problemas y de manera estable, además de que se pueden

percibir las relaciones con el exterior como necesariamente negativas. (Massey, 1994, Harvey, 1998, Agnew, 1987).

Para Dooren Massey (1993) la concepción de lugar en lo general y en la mayoría de los trabajos académicos consta de una raíz heiddegeriana; menciona esta autora que esta situación puede resultar problemática básicamente porque ve al lugar como un dador de identidad basado en su historia interna y porque requiere, para la identificación de un lugar, del trazado de fronteras que delimiten claramente y en forma discreta un área. Además pareciera que no existe la posibilidad de que existan conflictos en el interior de los lugares.

Como alternativa, la autora ofrece una caracterización del lugar en la que sea posible reconocer a la identidad (la identidad no es necesariamente única ni armónica) a partir de “determinadas interacciones y conexiones mutuas de relaciones sociales, de experiencias y de formas de entender las cosas en una situación de copresencia, además por supuesto del apego al lugar. Esto a su vez nos permite concebir un sentido extrovertido del lugar, que incluye la conciencia de sus vínculos con un mundo más amplio, que integra lo global y lo local de un mundo positivo” (Taylor, 2000: 365, citando a Massey, 1993: 66).

Por otro lado Agnew y Entrikin ponen énfasis en las cualidades objetivas y subjetivas de lugar sin caer en un subjetivismo arbitrario y mencionan que es posible describir la tensión fundamental entre aspectos subjetivos y aspectos objetivos, entre sentido de lugar y concepción de lugar. La concepción de lugar tendría que englobar el sentido de lugar; Para Agnew el concepto de lugar se constituye de tres elementos: 1) localidad, 2) ubicación y 3) sentido de lugar. (Agnew, 1987, Entrikin, 1991).

En este sentido podemos decir que la armonía y pluralidad de los lugares de alguna manera siempre son relativas, sin embargo consideramos que a pesar de las bondades conceptuales que nos muestra el lugar, este deja en segundo plano las relaciones de poder entre actores sociales que se suscitan en el espacio. Podemos decir sin generalizar, que el lugar tiene relación con el espacio vivido, con el espacio de la convivencia y posee como punto de referencia lo cotidiano; por supuesto que entendiendo lo cotidiano en un contexto más de armonía que de

conflicto. En el territorio desde luego que se manifiesta la cotidianidad, pero se puede presentar en ocasiones, en un contexto más de conflicto o negociación que de armonía, en donde las relaciones de poder pueden surgir por aspectos políticos y económicos. En contraste con el sentido de lugar, en el territorio se puede presentar apego al territorio, pero no únicamente por cuestiones históricas, culturales y espaciales, sino por aspectos en ocasiones meramente funcionales.

## **Capítulo 2. Calzada de La Ronda, luz y sombra de la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo.**

En el presente capítulo tenemos como objetivo principal contextualizar las características de las redes de la comercialización de autopartes, así como intentar reconstruir el contexto histórico de esta actividad económica en la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo<sup>9</sup>,

En primer lugar se explican algunos rasgos históricos sobre La Calzada de la Ronda y La Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo, así como la creación de las primeras refaccionarias y su paulatina expansión. Después se estudia el contexto sobre las características de la comercialización de autopartes y la conformación de las redes sociales y comerciales en esta zona; así también los orígenes de las disputas comerciales y territoriales que ahí se presentan entre diversos grupos de comerciantes. Por último, recuperamos la opinión de algunos vecinos sobre la percepción que tienen sobre esta actividad económica y como repercute en su día a día.

### *2.1 Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo*

La Colonia se formó en 1922 durante la presidencia del Gral. Álvaro Obregón dentro de un clima político en el que las demandas de los trabajadores, incluso por vivienda, se intentaban integrar en un vasto y complejo aparato de representación sindical y política. Las tierras que el Presidente destinó el 28 de octubre de 1922 a la formación de la colonia habían sido adjudicadas con anterioridad a otros proyectos. En 1903, el Gobierno Federal había comprado a la Sociedad Anónima Jockey club Mexicano el predio conocido entonces con el nombre de Rancho de

---

<sup>9</sup> Sobre la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo se puede encontrar bastante información sobre su historia y diversas características en general, sin embargo, acerca del surgimiento o la historia de La Ronda y las refaccionarias, además de los procesos de comercialización de autopartes, refacciones y vidrios, nos fue difícil encontrar documentos que nos ayudaran en nuestra investigación. Por lo tanto un aporte importante de nuestra investigación es la reconstrucción histórica sobre la comercialización de autopartes en La Ronda, así como dar cuenta de las dinámicas socio-económicas y territoriales que se desarrollan en este territorio. Esta reconstrucción fue posible gracias a diferentes actores sociales que interactúan en este sitio, ya sea propietarios de refaccionarias, comerciantes informales y vecinos.



Vallejo, dentro del cual se estableció el Hipódromo de Peralvillo. La superficie del inmueble era de 419,856 metros cuadrados. En su origen, el terreno se destinó a la construcción de un cuartel y de un campo de maniobras militares. El 1910, el Presidente de la República dispuso que parte de los terrenos, aún desocupados, sirvieran para la formación de un parque nacional, pero en 1921, por acuerdo presidencial se ordenó que esa parcela del rancho se vendiera a un particular fuera de concurso y en la suma determinada por avalúo. No prosperó la idea y, finalmente, el Gral. Álvaro Obregón ordenó en 1922 que 30,000 metros cuadrados de terreno fuesen entregados a Jesús Abitia para la fundación de una pequeña colonia cuyas parcelas habrían de ser pagadas por los colonos en anualidades vencidas en un plazo de cinco años. Se carece de información referida a los primeros años de la colonia, la Sociedad Cooperativa creada por un grupo de colonos bajo la razón social Plutarco Elías Calles S.C.L., nació en 1926 año en que el Presidente de la República derogó el acuerdo de 1922 que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público mantenía con los colonos, para entonces formular un contrato de cesión onerosa del mencionado terreno a favor de sus ocupantes.

Según un informe de dicha secretaría, el día 17 de octubre el Gobierno Federal procedió a la celebración de tal contrato, entregándose a los miembros de la cooperativa los terrenos que forman la colonia Ex Hipódromo de Peralvillo, durante los primeros años de su existencia, la cooperativa de colonos observó un adecuado funcionamiento, de tal manera que en este periodo se llevaron a cabo las obras de introducción de agua y drenaje. Los terrenos de esta colonia quedaban comprendidos entre las calzadas de Guadalupe (al oriente), la de Vallejo (al poniente), la de la Ronda (al sur) y Juventino Rosas (al norte). Dicha colonia se encuentra dentro de la Delegación Cuauhtémoc y esta delimitada de la siguiente forma: Al Norte con la Colonia Peralvillo; al Sur con el Conjunto Urbano Nonoalco Tlatelolco y la Calzada de La Ronda; al Oriente con la Colonia La Maza y La Calzada de los Misterios paralela a La Calzada de Guadalupe (sobre la cual corrían las vías del F.F.C.C. Mexicano que iba al Puerto de Veracruz); al Poniente con la Colonia San Simón Tolnahuac. (Fuente: Delegación Cuahutémoc, REF/233/2008).

Actualmente en la colonia viven familias de clase media alta y clase media baja<sup>10</sup>. A raíz del terremoto de 1985 muchas familias abandonaron la colonia, (rentando sus propiedades para la comercialización de autopartes) pero otras se quedaron y algunas comenzaron sus propios negocios, sobre todo relacionados a refaccionarias automotrices.

### *2.1.1 La Ronda. Orígenes de los comerciantes establecidos. Refacciones y parabrisas.*

En La Calzada de La Ronda se encontraban pequeños arroyos y alfares antes de que esta fuera pavimentada. Se dice que los planes para esta calle eran convertirla en una avenida principal con dirección hacia la Raza, sin embargo, esto no se realizó y paulatinamente se fue habitando esta avenida. Un aspecto que es importante señalar es que a finales de los años cincuenta, la fábrica Palmolive cerró sus puertas y los terrenos donde esta estaba establecida fueron vendidos. Estos terrenos estaban ubicados sobre calzada de La Ronda e iban desde la calle de Constantino y hasta Adelina Patti. Actualmente los dueños de estos terrenos reciben la renta mensual de 17 refaccionarias ya sea entre comerciantes de autopartes o vidrios. Es importante mencionar que el nombre de La Ronda por obvias razones proviene de la calzada con el mismo nombre ya que en sus inicios la comercialización de autopartes sólo se realizaba en esta avenida, por supuesto las primeras refaccionarias se encontraban sobre la misma.

Posteriormente más refaccionarias se expandieron sobre diversas calles de la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo, sin embargo a lo largo del tiempo el lugar ha sido conocido como La Ronda. Antes de que las refaccionarias comenzaran a crecer en número, esta zona era considerada por sus habitantes como una de las

---

<sup>10</sup> Los criterios para clasificar a los habitantes de la colonia entre clase media alta y clase media baja, fueron básicamente la observación y las entrevistas. Estas herramientas nos permitieron hacer una comparación entre ambas posiciones; por un lado encontramos en nuestras visitas, familias que poseen casas muy grandes, autos del año, hijos que estudian en escuelas privadas, y por otro lado, familias que cuentan con departamentos de interés social (que están pagando) o rentan cuartos en muy malas condiciones, utilizan transporte público y sus hijos estudian en escuelas públicas.

zonas más lujosas de la colonia<sup>11</sup>. A mediados de los años sesenta son cuatro las refaccionarias que abren sus puertas y comienza así la historia de las mismas en La Ronda. Seguramente existen varias razones por las cuales estas personas decidieron iniciar esta actividad comercial, pero hay tres en particular que pueden ser de mucha importancia: la primera de ellas fue la ubicación de La Ronda y la cercanía con Peralvillo en donde ya existían algunas refaccionarias y talleres mecánicos, esto propicio que surgieran ciertas relaciones de negocios con estos comerciantes de Peralvillo, lo cual propicio el emprendimiento por los pioneros de las refaccionarias en La Ronda. La otra causa es que gracias a estas conexiones, surgieron otras vinculaciones más importantes con los comerciantes y proveedores de la Ciudad de Monterrey, estos comerciantes adquirirían autopartes en el norte de la República Mexicana y en algunos estados de la Unión Americana y posteriormente las comercializaban en la Ciudad de México. Una tercera causa para que se diera el establecimiento de las refaccionarias fue la influencia de un ciudadano polaco quien compraba camiones inservibles a PEMEX para posteriormente armar camiones enteros y comercializarlos o en su defecto comercializar partes de estos camiones por separado<sup>12</sup>.

La demanda aumento y como resultado de esto se crearon otras refaccionarias, los viajes a Monterrey comenzaron y es en estos viajes donde de alguna manera se logran obtener los contactos y recomendaciones con algunos comerciantes norteamericanos, es así como comienzan los largos viajes a los yonques estadounidenses y La Ronda se convierte en importadora legal de autopartes automotrices. De igual manera a mediados de los años sesenta y paralelamente a las refaccionarias de autopartes se instalan las dos primeras comercializadoras de

---

<sup>11</sup> Información obtenida por Armando Rivera mediante la entrevista realizada el día 18 de Marzo del 2009. Armando es socio de lo que denominaremos en este trabajo la refaccionaria número 1, la cual se dedica a la importación directa de autopartes y actualmente en menor medida comercializan con aseguradoras. Él comenzó a laborar en 1980, los lugares a donde viaja para obtener las autopartes son principalmente Oklahoma, Houston y Florida.

<sup>12</sup> Esta información fue obtenida por medio de la entrevista que realizamos a Pedro Lara el día 19 de Marzo del 2009. Pedro fue empleado de la segunda refaccionaria que se abrió en La Ronda. En 1979 junto con su hermano deciden emprender e iniciar su propia refaccionaria. Pedro es propietario de lo que denominaremos la refaccionaria 3. Pedro junto con sus hijos viajan a Memphis, Arkansas y Colorado.

parabrisas, medallones y vidrios automotrices, estos también en su mayoría son de importación. Es importante mencionar que sólo dos de las primeras familias que deciden iniciar esta actividad eran vecinos de la colonia, actualmente en su mayoría los propietarios de las refaccionarias no son habitantes de la Colonia Ex Hipódromo de Peralvillo, estos provienen de diversos lugares de la Ciudad de México. Aquí podemos resaltar que muchos de los propietarios al ver que comenzaba un boom de refaccionarias deciden rentar sus casas y en otros casos venderlas ya que esto les brindaba importantes ganancias económicas.

A mediados de los años ochenta comienza a aumentar el número de refaccionarias. Para los años noventa se presenta lo que podemos denominar el boom de las estas, de aproximadamente 25 que se encontraban establecidas en los años ochenta el número se eleva a 300 comercializadoras<sup>13</sup> de autopartes hasta nuestros días. Este fenómeno creció gracias al Tratado de Libre Comercio. En el lugar existen las grandes refaccionarias, las medianas y las pequeñas, no necesariamente las más antiguas son las más grandes o las más fuertes, sin embargo la tradición y su historia les brindan el reconocimiento y la obtención de capital cultural y social.

En los inicios la mayoría de los locatarios junto con los comerciantes de la Colonia Buenos Aires, de Iztapalapa, de La Ronda y Peralvillo intentan crear una gran asociación de importadores de autopartes, lo cual les brindaría beneficios y reconocimiento por parte del Estado, sin embargo los intentos no fructificaron y la organización es disuelta. No obstante, a principios de los años noventa se crea la Unión de Comerciantes e Importadores de la Ronda, esta organización es creada entre otros motivos para contener ciertas acciones tomadas por parte de la Delegación Cuauthémoc, además de que la expansión de empresas y por ende el crecimiento de la actividad económica así lo requería<sup>14</sup>

A manera de ejemplo podemos mencionar lo siguiente; si a cualquier persona se le daña en una coalición la puerta de su automóvil, por ejemplo, una puerta sin

---

<sup>13</sup> Información obtenida por medio de La Unión de Importadores de La Ronda A.C.

<sup>14</sup> Información obtenida por La Unión de Importadores de La Ronda A.C.

accesorios en la agencia tiene un costo de \$4000 pesos<sup>15</sup>, aparte se comercializan los accesorios, es decir, el vidrio, los elevadores, las cañuelas, la vestidura, etc. En La Ronda la misma puerta, pero usada con todos los accesorios tiene un precio de \$2500 pesos, esto con algún comerciante establecido, con un comerciante informal el precio se incrementa y se puede encontrar en \$3500 pesos, es decir el comerciante informal puede pedir prestada la puerta por el precio de \$2500 y obtener una ganancia de \$1000. En muchas ocasiones, por evitar ser presionado, el cliente termina comprando al intermediario, en otras ocasiones los comerciantes establecidos obtienen la venta ya que muchos clientes con experiencia saben que les conviene más obtener la mercancía en un establecimiento, ya que existe garantía de por medio.

Por último podemos decir que aproximadamente hasta el año 2004 de alguna manera los comerciantes establecidos mantenían el “control” del territorio o de La Ronda ya que ellos decidían si prestaban o comercializaban autopartes con los comerciantes informales, es decir, los comerciantes establecidos marcaban las reglas y la apropiación territorial y el control de la actividad económica se generaba desde las refaccionarias o locales. Los comerciantes informales dependían totalmente de los comerciantes establecidos.

### *2.1.2 El origen de los comerciantes informales (coyotes o intermediarios).*

Paradójicamente los comerciantes informales llegaron al lugar contratados por los comerciantes establecidos, estos al iniciar la comercialización no contaban con los recursos de promoción necesarios y La Calzada de La Ronda no generaba la confianza suficiente para que los clientes se acercaran, además que los comerciantes de Peralvillo habían generado una clientela que prefería acercarse con ellos en lugar de acercarse con los comerciante de la Ronda. Es así que la función de los comerciantes informales en sus inicios, fue la de atraer a los clientes de avenidas aledañas a La Ronda, ofreciendo las autopartes a mejores precios. Una vez que las cosas comenzaron a marchar mejor, estos comerciantes

---

<sup>15</sup> Información proporcionada por la armadora Chrysler México, Agosto de 2009.

aprendieron a ser intermediarios sin necesidad de tener un patrón, ellos compraban las piezas a un precio y las vendían a uno más elevado, por supuesto que para que las cosas funcionaran de esta manera se necesitó confianza, cooperación y reciprocidad, independientemente de la competencia que comenzaba a surgir.

Cuando las refaccionarias comenzaron a multiplicarse y la actividad económica tuvo un gran crecimiento, también los comerciantes informales comenzaron a multiplicarse. Familiares, amigos y conocidos fueron llevados al lugar por los primeros comerciantes informales, la actividad comercial proporcionaba mayores beneficios económicos los cuales no se podían encontrar en una fábrica o empresa. Esta situación generó uno de los ejes principales de nuestra investigación; el conflicto por la apropiación del espacio y el mejor aprovechamiento de una actividad económica. No es nueva la situación conflictiva que se genera por el espacio denominado público entre comerciantes establecidos e informales, los primeros protestan contra estos últimos por competencia desleal y por no tener que pagar rentas, impuestos, permisos, servicios, etc. además que entorpecen el acceso a sus locales y causan mala impresión. Estos actores sociales en su mayoría provenían de la periferia de la ciudad. Actualmente las nuevas generaciones comienzan a apropiarse del territorio y de la actividad económica y en algunos casos exigen cuotas a comerciantes informales nuevos o de otros lugares. Un comerciante informal actualmente en promedio gana entre \$500 y \$800 diarios. De diversas visitas que hemos realizado al lugar de trabajo, podemos decir que se han contabilizado en La Ronda entre 80 y 100 trabajadores informales. De estos la gran mayoría está dividida en tres grupos los cuales se encuentran establecidos en lugares diferentes y delimitados material y simbólicamente y una minoría que trabaja de manera individual. A diferencia de diversos grupos de comerciantes informales en la ciudad, estos grupos no están afiliados a ninguna organización o partido político.

En la Delegación Cuauhtémoc, están enterados perfectamente de la existencia de estos grupos, sin embargo no existe ningún interés por la regulación de los

mismos, a pesar de diversas peticiones de los comerciantes establecidos y de gran variedad de actos violentos (homicidios, robos, etc.) en la zona.

Una vez que la competencia se acrecentó, y el peso se deprecio además de otros factores, muchos comerciantes establecidos ubicados en la “periferia” del lugar de estudio comenzaron a necesitar de manera paulatina a los comerciantes informales ya que gracias a su movilidad pueden acercarse de manera más fácil a los clientes y comercializar las autopartes.

Esta situación se fue presentando de manera paulatina en gran parte de La Ronda y muchos comerciantes establecidos comenzaron a depender cada vez más de los comerciantes informales, los cuales inmediatamente utilizaron estas ventajas a su favor. La movilidad que ellos tienen en el territorio les permite cubrir mucho más espacio y por ende el contacto con los clientes es más fácil y rápido.

### *2.1.3 Características de la comercialización de autopartes.*

Con respecto a las autopartes existen básicamente tres formas distintas en que estas son adquiridas por parte de los comerciantes establecidos y en consecuencia tres maneras en las que se conforman redes entre proveedores y establecidos. La primera y más tradicional e importante es la importación directa. Esta consiste en viajar<sup>16</sup> a distintos yonques en diversas ciudades de Estados Unidos y comprar piezas usadas ya sean sueltas o por lote, cada refaccionaria tiene sus propios contactos y difícilmente los comparten entre si. Una vez que se adquiere la mercancía, esta se comercializa en La Ronda cara a cara. En los años ochenta y hasta mediados de los noventa la plusvalía según diversas entrevistas era hasta del 400% en la actualidad es de aproximadamente 150%. En volumen de importación de autopartes, el medio de transporte más utilizado es el carretero, debido a que Estados Unidos de América es el principal proveedor.

---

<sup>16</sup> La duración de los viajes varía debido a diversos factores, por ejemplo la cantidad de capital con que se cuente, la ubicación geográfica de los yonques, etc. Un viaje corto puede durar entre diez o doce días, mientras que un viaje largo se puede prolongar hasta un mes o más tiempo.



Fotografía 1. Vista clásica de una refaccionaria en La Ronda.

Para realizar una importación de Estados Unidos es necesario llevar a cabo los siguientes pasos:

- Tener una empresa legalmente constituida bajo las leyes mexicanas, esta debe estar inscrita en el Padrón de Importadores general y en el Padrón de Importadores Sector Específico, además de estar inscrito ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).
- Copia de la factura comercial.
- Lista de empaque.
- Conocimiento de embarque o guía aérea, revalidados.
- Documentos que comprueben el cumplimiento de las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias.
- Certificado de origen. Copia del documento presentado por el agente aduanal a la Administración General de Aduanas, que comprueba el encargo que se le hubiere conferido para realizar el despacho aduanero de las mercancías.
- Pedimento de importación en formato oficial.
- Al presentar los documentos y ser aprobados por la aduana mexicana, el importador debe proceder al pago del Impuesto General de Importación o



arancel, (dependiendo de la posición arancelaria), pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Derecho de Trámite

- Aduanero (DTA), pago de Derecho de Almacenaje.
- Una vez que el agente aduanal tenga en su poder los documentos anteriores ya aprobados, solicita al transportista la presentación de la mercancía ante el semáforo fiscal.
- El paso por el semáforo fiscal es un mecanismo de selección automatizado, donde se determina si debe practicarse o no el reconocimiento aduanero. Si sale semáforo verde, la mercancía sale sin revisión alguna de la aduana. Si el semáforo sale rojo, tiene que esperar el turno de revisión donde un funcionario de la aduana mexicana revisa que el producto de importación cumpla con la veracidad de lo declarado en los documentos, respecto a unidades de medida, número de piezas, volumen, descripción, naturaleza, estado, origen y demás datos y características de la mercancía que permitan su identificación.
- Si se detecta alguna inconsistencia en este paso, la mercancía se devuelve a las bodegas de la aduana, donde podrá solucionarse el problema o seguir un proceso legal según sea el caso.

La segunda modalidad es la importación de autopartes nuevas no originales fabricadas en Taiwán, estas por supuesto son de menor calidad que las originales. Esta modalidad surge a principios de los años noventa. Un grupo de empresarios taiwaneses acudieron, entre otros lugares a La Ronda a ofrecer e intentar comercializar autopartes nuevas, pero no originales. Cabe señalar que únicamente son cuatro los locatarios que participan en esta cadena comercializadora con los comerciantes taiwaneses. Para este tipo de mercancías el principal puerto de entrada es el de Manzanillo.

La tercera modalidad consiste en comprar autopartes usadas a aseguradoras, estas piezas vienen con pequeños defectos los cuales los comerciantes establecidos tienen que encargarse de reparar. La diferencia con la importación es que las aseguradoras en ocasiones entregan la mercancía directamente, esta

situación seguramente puede parecer que beneficia a los comerciantes establecidos ya que produce ahorros en toda la logística de los largos viajes, sin embargo, muchos de ellos prefieren la tradicional importación. Para algunos comerciantes establecidos esta modalidad les parece más atractiva ya que se pueden obtener autopartes más modernas (las autopartes más modernas o del año en curso sólo se consiguen robadas y no cualquier comerciante establecido se atreve a comercializarlas).

Es un hecho que en la colonia existe el mercado de autopartes robadas, sin embargo, aún no se llega a los niveles que por ejemplo, se presentan en La Colonia Buenos Aires<sup>17</sup> en donde las autopartes son exhibidas en las refaccionarias. Ahora bien, en nuestro caso decidimos no estudiar este tipo de mercado ya que no está en nuestros objetivos, además que resulta difícil el acceso a la información.

Otro dato importante de mencionar es que la mayoría de estas refaccionarias las podemos considerar según el diario oficial de la federación como microempresas, la minoría son pequeñas empresas.<sup>18</sup>

También es importante mencionar la clasificación que se ha elaborado sobre la comercialización de autopartes en nuestro país. Esta clasificación la han desarrollado básicamente las dos principales y más grandes asociaciones que existen en México: La ARIDRA (Asociación Nacional de Representantes, Importadores, Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles A.C.) que fue fundada en 1943 y la INA (Industria Nacional de Autopartes) que se fundó en 1962. Cada una de ellas se refiere a los dos grupos en que se divide esta industria: la ARIDRA agrupa las empresas del sector de autopartes destinadas a ser utilizadas en refacciones o reparaciones de vehículos y la INA a las empresas del sector abocado a los insumos que se destinan a las terminales de fabricación

---

<sup>17</sup>Algunas visitas que realizamos a la Colonia Buenos Aires y pláticas informales con comerciantes de ésta colonia, así como el trabajo de campo en La Ronda nos permitió corroborar esta información que de alguna manera es de conocimiento público.

<sup>18</sup> Esta división se realiza teniendo en cuenta el número de empleados. El 30 de diciembre de 2002, el Diario Oficial de la Federación publicó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. En ella se clasifica a las empresas de acuerdo al número de empleados: de 0 a 10 empleados es una micro empresa, de 10 a 50: pequeña, de 51 a 250: mediana más de 250: grande. Fuente: INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática).

de vehículos. Ambos organismos se dedican, desde sus orígenes, básicamente a: la representación institucional de las empresas de la industria nacional de autopartes, la investigación y análisis de mercados y productos, colaboran en la actualización en materia de leyes y reglamentos de la industria automotriz y generan información de interés y soluciones para las empresas, en cada una de sus áreas relevantes. No obstante, estas asociaciones no inciden, ni tienen una representación importante con la mayoría de las refaccionarias de La Ronda. En el siguiente cuadro podemos observar la clasificación que estas asociaciones han realizado con respecto al mercado de autopartes.

Cuadro 2. Clasificación de mercado de las autopartes

<i>Mercados e importación</i>	<i>Estado de las autopartes</i>	<i>Lugares de comercialización</i>
Importación de vehículos	Nuevos y usados	Agencias, lotes, (refaccionarias y particulares , <i>La Ronda</i> )
Importación formal de componentes y autopartes	Nuevas	Por ejemplo, <i>Refaccionarias California</i>
<b><i>Mercado gris. Importación formal de componentes y autopartes</i></b>	<b><i>Usadas</i></b>	<b><i>La Ronda, Col. Buenos Aires, Iztapalapa, etc.</i></b>
Mercado negro. Autopartes robadas y contrabando	Nuevas y usadas	En mayor medida Col. Buenos Aires e Iztapalapa. <i>La Ronda</i>

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de ARIDRA (Asociación Nacional de Representantes, Importadores Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles A.C.)

#### 2.1.4 Los vecinos

Los vecinos de la zona son actores sociales importantes ya que a lo largo de la historia de La Ronda de una u otra manera han coexistido con los comerciantes. En un primer momento cuando la comercialización de autopartes y vidrios comenzó a ser un verdadero negocio muchos de los vecinos se beneficiaron económicamente al rentar o vender sus casas, para que estas se convirtieran en refaccionarias o bodegas.

Fotografía 2.



*El edificio "San Pancho" sobre Calzada de La Ronda ya reconstruido. Algunos vecinos de este edificio se ven beneficiados directa e indirectamente por la comercialización de autopartes.*

Para él Sr. Tomas Arredondo<sup>19</sup> el boom de la comercialización de autopartes fue importante en su vida:

*"Para mi fue importante que creciera el número de locales yo en particular me he visto beneficiado ya que hasta la fecha sigo viviendo aquí yo les rento una casa a unos señores desde el 88 la ocupan como bodega. La renta de la casa y otras entradas me dio la oportunidad de comprarme otra casa aquí mismo en la colonia, pero ya no en La Ronda, ahora estoy en Ricardo Bell. Y así muchos conocidos terminaron por rentar o vender sus casas a los locatarios, la verdad no se puede uno quejar....."*

<sup>19</sup> El señor Tomas Arredondo vive en la Colonia desde 1962. La información fue obtenida el 6 de Junio del 2009

En otro sentido, para muchos vecinos de la zona, el hecho de que se abrieran las refaccionarias ha sido “lo peor” que le ha sucedido a la colonia, ya que para estos vecinos, muchos de los trabajadores de La Ronda sólo han deteriorado el lugar, además que los consideran como una clase social inferior, excepto claro a “algunos conocidos que tienen las refaccionaria más grandes y a los cuales les ha ido muy bien”

El Sr. Martín Dávila habita en la colonia desde 1965 y comenta lo siguiente:

*“Antes de que se abrieran los negocios la colonia era bonita, La Ronda era la zona azul y oro de la colonia había gente de clase. Una vez que empezaron a abrirse los locales, pues al principio estaba bien, pero ya después empezaron a llegar puros vagos o como yo les digo son pura fauna nociva y muchos ni son de aquí. Ahora ya nomás se oye que andan ahí tomando y drogándose, asustando a medio mundo, pero ellos dicen que trabajan, bueno joven pues habrá unos que sí, pero la verdad el barrio era mejor en aquellos tiempos. Las casas eran bonitas, la colonia estaba limpia, había mucho respeto y andaba uno con tranquilidad. Ahora es un desastre, yo tengo varios conocidos que tienen su negocio y ni modo hay que buscarle y ellos encontraron los fierros para los coches, que le vamos a hacer.....”*

Para la señora Teresa Ramírez habitante del Edificio San Francisco La Ronda le ha permitido tener una fuente de empleo. Ella comercializa ropa y calzado con los comerciantes establecidos y los no establecidos.

*“El barrio es tranquilo joven, es como en todos lados luego hay problemas, pero se solucionan. El hecho de que haya venta de refacciones es una ayuda porque así muchas vecinas podemos ganar un dinero extra. Mire yo vendo ropa, zapatos y tenis en pagos y la verdad nunca he tenido problemas, todos me pagan, bueno le diré luego hay unos más mañosos, pero le entran y pagan además ya hay confianza ya nos conocemos todos. Hay otra señora creo que es de Adelina (Patti) es mi competencia y otros muchachos que vienen de tepito, nos llevamos bien todos necesitamos comer, mi vecina de aquí al lado vende postres, otras amigas de Berlios venden comida corrida y no nos podemos quejar. Si no hubiera locales se imagina como le haríamos para ayudarnos.....”*

Entre los vecinos existen opiniones encontradas, para algunos el cambio del paisaje y de las actividades cotidianas es un hecho frustrante que les provoca un total desacuerdo con respecto a la comercialización de autopartes en cualquiera de sus ámbitos; para otros La Ronda es una oportunidad para salir adelante, ya sea comercializando autopartes o realizando otras actividades económicas.

Podemos observar que en este complejo entramado de relaciones sociales y comerciales, las relaciones de poder espacialmente presentes, pueden ser productoras de identidad, – por supuesto a cualquier escala- pues de alguna manera controlan, distinguen y separan. Cuando esto sucede los individuos o grupos sociales encontramos identificación social y territorial, lo cual muchas veces conlleva a crear estrategias en momentos de conflicto y/o negociación. Para algunos vecinos es un hecho que las refaccionarias y la comercialización de autopartes provocan hechos negativos en la colonia, para otros esta actividad económica es una fuente importante de recursos económicos. Para los comerciantes establecidos como informales esta actividad económica es su fuente de empleo y la competencia es cada vez más fuerte, lo cual provoca una serie de conflictos que se presentan de diversas formas.

En este sentido es un hecho que la mediación o capacidad de negociación de los diversos actores sociales que interactúan en esta zona, proporcione herramientas importantes para lograr en la medida de lo posible un bien común.



En esta fotografía podemos apreciar a dos comerciantes establecidos (dueños) “resguardando” las afueras de su refaccionaria. Esto para evitar que comerciantes informales se ubiquen afuera de su refaccionaria y así proteger lo que ellos denominan su lugar de trabajo, además de no registrar perdidas en la venta del día a día.

### **Capítulo 3. Cooperación y competencia en La Ronda. Coexistencia entre comerciantes establecidos e informales. ¿Un mal necesario?**

En el presente capítulo se analizan los procesos y las características que definen la conformación de las redes sociales y comerciales que estudiamos, así como los conflictos territoriales y comerciales que se suscitan en nuestra zona de estudio.

Se hace énfasis en la importancia que tiene el territorio en la articulación de elementos políticos, económicos, sociales y culturales que lo componen, pero primordialmente el territorio comprendido a partir de las formas de generación apropiación y regulación de las relaciones de poder. Identificándose como en un determinado territorio la mediación y capacidad de negociación de sus actores sociales implica la construcción de mecanismos que pueden ser relacionados tanto como por la participación como por el conflicto.

De este modo, el objetivo central del presente capítulo es analizar, a partir de la información de campo obtenida, las relaciones de poder que se generan dentro de las redes sociales y comerciales que analizamos. Los hallazgos de la investigación muestran que, detrás de la comercialización de autopartes existe todo un complejo proceso organizativo en el que confluyen una serie de elementos: desde lo económico, se conforman cadenas de producción y comercialización; desde lo social, hay múltiples interrelaciones entre los distintos actores que intervienen, constituyendo redes (sociales y comerciales) con vínculos fuertes y débiles (o lo que también podemos llamar, redes complejas y simples), que se basan en prácticas sociales donde la cercanía física, la confianza, el parentesco, la amistad y el interés mutuo son fundamentales, pero además no podemos dejar de lado las relaciones de poder, que siempre se encuentran presentes en la conformación de estas redes.

### 3.1 De la apropiación de una actividad comercial a la apropiación territorial.

Como vimos en el capítulo anterior a mediados de los años sesenta se abrió la primera refaccionaria de autopartes en La Calzada de la Ronda, unos meses después se abrieron otras dos refaccionarias; para el año dos mil se encontraban registradas 300 refaccionarias<sup>20</sup>. Desde sus inicios las refaccionarias contrataban a personas para atraer la clientela, fue así que estas personas comenzaron a fungir como intermediarios, los cuales a través del tiempo fueron llamados “coyotes”.

El número de comerciantes informales se incremento de manera directamente proporcional al aumento de refaccionarias establecidas legalmente. Con base en los hallazgos encontrados en el trabajo de campo podemos decir que las relaciones entre los grupos que ocupan el territorio, y por decirlo de alguna manera controlan la actividad, se han ido deteriorando a través de los años. Consideramos que desde sus inicios y hasta el año dos mil las relaciones eran más cordiales y de respeto.

Fotografía 3.



*En esta fotografía el comerciante establecido sostiene una puerta la misma que intenta comercializar fuera de su refaccionaria. El cliente es tapado por el mismo comerciante establecido, al mismo tiempo un comerciante informal también intenta convencer al cliente para que este compre la puerta con él. Todo esto sucede afuera de la refaccionaria del comerciante establecido. La disputa por una pequeña porción de espacio y la actividad comercial genera conflictos cotidianos que pueden ser leves o muy serios.*

<sup>20</sup> Fuente: Asociación de Comerciantes de Autopartes Usadas Zona Norte La Ronda.



*“...antes nuestra relación con los viejos coyotes era diferente, había respeto y valores. Ellos vendían en sus esquinas y no había problema, nosotros vendíamos en nuestros locales y lo que nos corresponde de banqueta, para nada que venían a quitarte a los clientes, hoy los chavos no te dejan trabajar parecen moscas, además son muy agresivos. No se conforman con vender en toda la calle, quieren meterse a tu propio local...” (Pedro Lara, comerciante establecido).*

*“El problema son los nuevos coyotes estos chavos no saben de respeto. Yo si los tengo amenazados si acercan a mi local a abordar a mis clientes ya saben que de a como nos toque, aunque no te creas es difícil a veces trabajar a gusto” (Adán Nájera, comerciante establecido).*

Las primeras generaciones de comerciantes informales se apropiaban de lugares específicos como ciertas esquinas además de las calles, pero no obstruían el paso hacia los locales de los comerciantes establecidos con el fin de apropiarse de las ventas y mucho menos asumían una actitud de cierta violencia hacia los clientes y hacia los mismos comerciantes establecidos. Se podría afirmar que anteriormente tanto comerciantes establecidos como informales de alguna manera trabajaban en equipo, siempre respetando la delimitación material y simbólica del territorio, lo cual de alguna manera generaba una territorialidad en activo y un claro sentido de pertenencia al territorio.

*“Al menos yo siempre he entendido que los locatarios son quienes nos han dado chamba todos estos años, antes eran raros los problemas, siempre hubo respeto, aunque algunos se sentían lo máximo porque pues la verdad les iba bien, pero como sea la mayoría nos entendíamos bien y mientras cada quien estuviera en su lugar no había problemas, venías a trabajar con gusto. Hoy la cosa es diferente.....” (Ramón García, comerciante informal).*

Lo que es un hecho es que desde sus inicios y hasta el año dos mil aproximadamente los comerciantes establecidos eran quienes de alguna manera definían las reglas en cuanto a los límites de sus territorios y los territorios de los comerciantes informales.

También en cuanto a los precios y préstamos que realizaban a los comerciantes informales, quienes tenían que pagar las autopartes en el tiempo fijado, es decir, en este sentido se llegaba a acuerdos tácitos los cuales eran cumplidos satisfactoriamente. De esta manera los comerciantes establecidos e informales no tenían problemas por el control del territorio y por la comercialización de autopartes, además existía la convicción de que el trabajar, de alguna manera como equipo, generaba un beneficio común para ambas partes. Por lo tanto, también existía la conciencia de tratar con respeto a los clientes y no abusar en cuanto a los precios ya que no había necesidad de esto, de cualquier forma las ganancias para ambos grupos en promedio llegaba a ser hasta de un 400%.

*“Antes no había necesidad de corretear a los clientes solos llegaban, si los agarraba primero un coyote no había problema, el coyote tenía que venir con nosotros y ya aquí nos arreglábamos, si el cliente llegaba al local nada de que los coyotes se acercaran a querértelo ganar. Todos ganábamos, se le ganaba a una pieza hasta el 400% en serio, eran los tiempos que daba gusto venir a trabajar a La Ronda, además de los viajes, que aunque eran cansados, pero eran padres, hoy ya ni ganas dan de venir a trabajar....” (Enrique García, comerciante establecido).*

Para los comerciantes de La Ronda ya sean establecidos o no, los tiempos pasados eran mejores, las relaciones entre estos daban pie a no sólo relacionarse por cuestiones meramente comerciales, sino que existía camaradería. El barrio implicaba no solamente “tener que ir a trabajar”, el comercializar autopartes, los viajes, entre otras cosas resultaban un gusto para muchos comerciantes.

El barrio y las relaciones que ahí se presentaban generaban identidad territorial. Actualmente existen comerciantes que aún expresan ese sentimiento de identidad por La Ronda, sin embargo, en muchos de los casos ésta identidad se ha ido perdiendo

*“Yo nací aquí en La Ronda y la verdad ya me siento fastidiado llevo trabajando veinte años aquí, antes era diferente venía a chambear con gusto, me gustaba el barrio, la banda era otra cosa, hoy ya no me gusta.... lo que pasa es que mi padre puso su refaccionaria y bueno pues hubo que echarle la mano. Además hubo un tiempo en que nos iba bien económicamente.... Pero la verdad yo pienso irme a vivir a provincia.” (Rafael Gómez, comerciante establecido).*

*“A pesar de los problemas que hay la verdad también hay amistad, a mi me gusta trabajar aquí en La Ronda, me siento libre, me muevo como yo quiera. Además de que te llevas tu lanita. La verdad yo si me siento identificado y me llevo bien con toda las personas. Antes trabajaba en una fábrica y la verdad si tenía más prestaciones y me pagaban un poco más del mínimo aquí a veces me llevo hasta mil pesos diarios, entiendes, que voy a hacer a una fábrica a estar encerrado y haciendo rico al patrón...”*

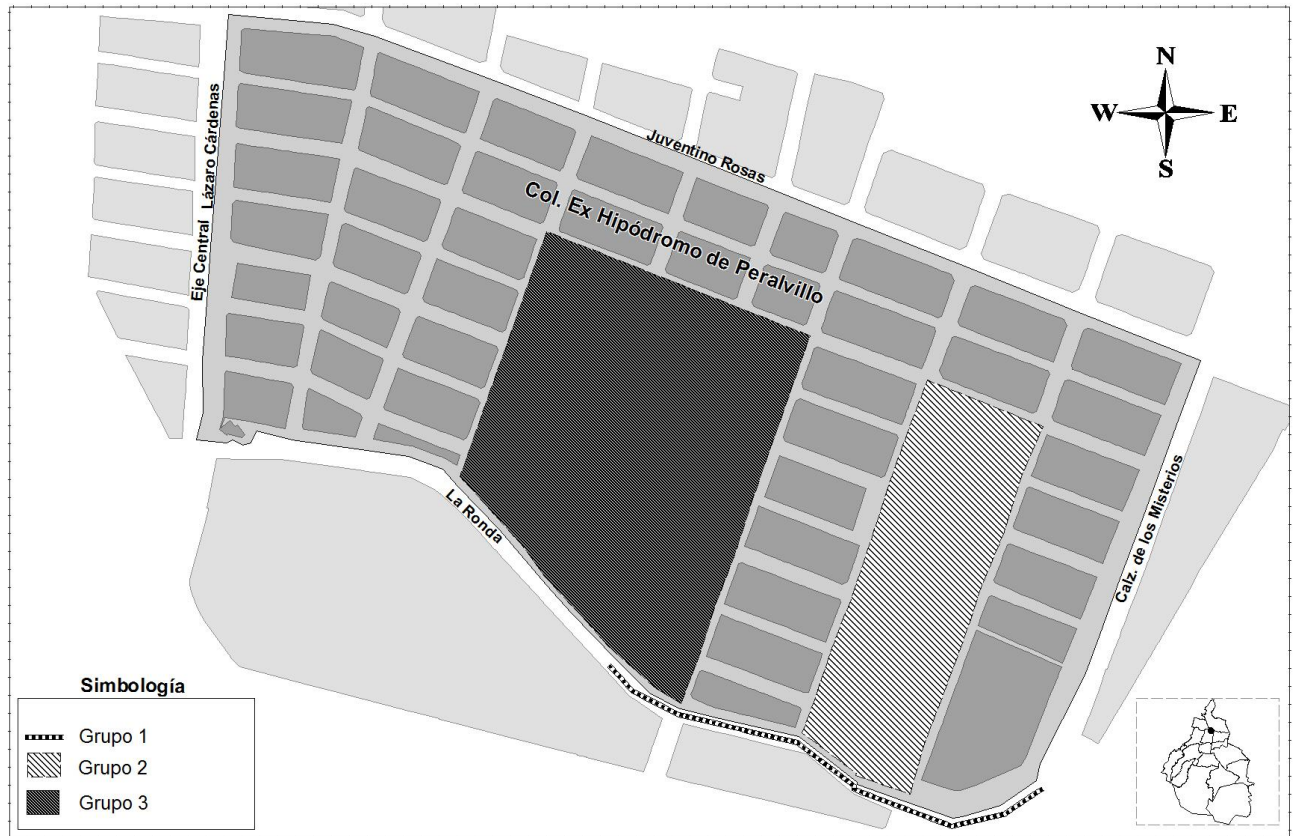
*(Eduardo Peralta, comerciante informal).*

Fotografía 4



*Esta fotografía fue tomada en la esquina de Wagner y Pedrel. Tanto Wagner como Pedrel son dos de las calles que prácticamente están ocupadas en su gran mayoría por refaccionarias. Estas calles junto con Calzada de La Ronda son las principales articuladoras de las redes comerciales y sociales en nuestra área de estudio.*

### Plano 3. Delimitación territorial realizada por tres grupos de comerciantes informales en La Ronda.



Fuente: Elaboración propia.

Ahora, en relación con los comerciantes informales podemos decir que existen tres grupos<sup>21</sup> : el primer grupo se encuentra en la entrada a La Calzada de La Ronda, es decir, de Calzada de los Misterios y al poniente hasta Adelina Patti y hacia el norte hasta la calle de Boito; el segundo grupo se encuentra establecido de Adelina Patti y hasta Wagner sobre Calzada de La Ronda. El tercero establece su territorio principalmente sobre la Calle de Wagner, en el plano se encuentra delimitado con color negro.

<sup>21</sup> Aunque existen trabajadores que no se identifican con ningún grupo y por lo regular son quienes llevan más tiempo en La Ronda por la misma razón se han ganado el respeto tanto de comerciantes establecidos como de informales.

Este último grupo es el que genera mayores problemas a los comerciantes establecidos de esta Calle, pero también de otras como por ejemplo: Constantino, Pedrel, Grieg o la misma Calzada de La Ronda.

Ninguno de estos grupos puede ocupar el espacio apropiado material y simbólicamente por otro grupo, los territorios están completamente delimitados. Incluso en el primer grupo si se incorpora un nuevo trabajador, este tiene que pagar una cuota al líder de este grupo para poder trabajar.

Estos conflictos de apropiación del espacio dan lugar a múltiples modalidades de negociación, pero también de enfrentamientos, tanto entre los mismos comerciantes informales y de estos con los comerciantes establecidos. La regulación por parte del Estado o en particular alguna instancia de gobierno como la Delegación cuauhtémoc, parece no existir en estos conflictos.

*“Si llega alguien nuevo primero debe venir recomendado y aunque venga recomendado le tiene que entrar con \$50 diarios. Bueno la mayoría le tenemos que dar al Dandy<sup>22</sup> y sus amigos cierta cantidad para que nos deje vender. Como él es de aquí y ya tiene su tiempo dice que La Ronda es de los de La Ronda. Si llegan chavos nuevos sin recomendación, no te dejan vender, ya si se van más para Wagner y La Ronda ya te arreglas con los de allá, allá es otro espacio” (Enrique Zarate, comerciante informal).<sup>23</sup>*

En el caso del tercer grupo, es decir los que se han apropiado de la Calle de Wagner, Constantino, Pedrel y Calzada de La Ronda, en su gran mayoría son jóvenes de entre 18 y 30 años, aunque hay tres personas que son de mayor edad y con más tiempo en el barrio de alguna manera asumen de papel de líderes, sin embargo, aquí no existen las cuotas por ejercer la comercialización de autopartes. En general los tres grupos son violentos, aunque se comenta que el primer y el

---

<sup>22</sup> Líder del primer grupo, habitante de la colonia. Muchos de los miembros de este grupo no son del barrio, sino de diversas partes de la ciudad.

<sup>23</sup> La información proporcionada por nuestros dos entrevistados se obtuvo el día 6 de Julio del 2009. Enrique Zarate es un comerciante informal él cual tenía cierto temor de proporcionarnos la entrevista ya que para Enrique el líder conocido como el Diablo es una persona bastante violenta. Martín Castro es socio de la refaccionaria 1 y dice detestar a las nuevas generaciones de comerciantes informales. Él ha intentado convencer a un gran número de comerciantes establecidos para que no les proporcionen autopartes a algunos comerciantes informales y de esta manera erradicarlos, sin embargo, sus sugerencias no han tenido resultado.

tercer grupo son los más violentos y aunque el tercer grupo es el que ocupa más espacio, no necesariamente es el que cuenta con más influencia en el barrio.

*“Las nuevas generaciones son el problema, ellos argumentan que por ser de aquí tienen el derecho de hacer lo que quieran y que nos están haciendo un favor por dejarnos vender. Están mal los chavos, están acostumbrados a lo fácil. En mi caso yo no soy de aquí, pero he hecho junto con mis compañeros (de la refaccionaria) más por la colonia que todos estos chavos, mucha gente de aquí vive gracias a nosotros.....Ellos según en su cabeza quieren ejercer el control de la colonia dicen que es su territorio, cual territorio, aquí se viene a trabajar. Mira aquí hay coyotes que llevan años y son de aquí mismo y mis respetos, trabajadores, serios, pagadores y nunca te dicen que son de aquí” (Martín Castro, comerciante establecido).*

Sergio Rosas es comerciante informal al que se puede considerar líder del tercer grupo, él mismo no se considera así, sin embargo, algunos de sus compañeros opinan lo contrario. Para ellos Sergio es una persona que además de contar con muchos años trabajando en este sitio, cuenta con la capacidad para negociar con algunos comerciantes establecidos y de esta manera obtener beneficios propios y para sus compañeros.

Logramos observar que precisamente este comerciante cuenta con una gran capacidad de negociación y facilidad de relacionarse con otros comerciantes y vecinos, no obstante, según sus propias palabras, las relaciones con los comerciantes establecidos cada vez se deterioran más.

*“Nosotros lo único que queremos es trabajar, pero los locatarios o algunos no todos, no entienden que si no nos prestan o venden mercancía, a ellos no les sale, nosotros les hacemos un favor. Y lo que sea de cada quien nosotros somos de aquí y tenemos derecho a una rebanada del pastel. Esta bien que ellos traen las piezas, pero los coyotes les ayudamos a que se venda. Ahora que les da envidia que le ganemos más a una pieza, pues ya es otra cosa, y también les da envidia porque ellos de su local no salen, nosotros andamos en toda La Ronda como si fuera nuestra casa...” (Sergio Rosas, comerciante informal).*

En cuanto a la territorialidad podemos observar que en el caso de la defensa de un territorio y apropiación de el mismo, tanto comerciantes establecidos como no establecidos de alguna manera se organizan para mantener o controlar lo que ellos entienden como su territorio, y su actividad comercial. Como lo menciona Sergio Boisier “Primeramente hay que recordar que el hombre es un *animal territorial* antes que el ser aristotélico *animal político*... Así pues, el territorio seguirá formando parte básica de nuestra conducta y seguiremos levantando muros reales o virtuales y continuaremos siendo la especie animal con mayor agresividad territorial” (2003: 112).

Fotografía 5.



En esta fotografía apreciamos el acceso a La Ronda, así como a comerciantes informales del grupo 1. Las peleas y negociaciones entre grupos han generado la división y “repartición” territorial entre los mismos. En este caso miembros de otros grupos no pueden comercializar autopartes en este sitio, porque esto puede ocasionar problemas serios.

Durante la elaboración de las entrevistas, descubrimos que desde un punto de vista geográfico y económico las relaciones de poder, en cuanto relaciones sociales, pueden desarrollarse a partir de la apropiación de un territorio y de una actividad comercial. Ahora en el caso de la apropiación territorial, esta se puede presentar y tener el reconocimiento legal y social y/o cultural sin ningún tipo de

conflicto, sin embargo, en diversos procesos de apropiación espacial, como en nuestro caso nos encontraremos ante una situación regularmente conflictiva.

Ahora el dominio territorial no tendría objetivo si no se permitiera algún tipo de beneficio para un “dominador”, las relaciones de dominio implican alguna relación de dependencia de un Estado, grupo social o individuo respecto a otro, por lo cual uno de ellos se atribuye derechos, e impone condiciones unilaterales sobre el dominado. Lo mismo sucede con los actores sociales que interactúan en nuestro microterritorio de estudio:

*“nosotros hacemos los viajes y traemos las piezas, tenemos locales legales, pagamos impuestos, por lo tanto tenemos el derecho y el poder. Si queremos les vendemos a los coyotes; dependen de nosotros, desgraciadamente no hay unión entre nosotros, la unión se presenta sólo en casos graves.” (Martín Castro, comerciante establecido).*

Entonces podemos decir que las relaciones de poder en cualquier ámbito social muchas de las veces, requieren de un territorio sobre el que se desean imponer intereses específicos, siempre haciendo acto de presencia la disputa por la apropiación del espacio y en nuestro caso de una actividad comercial. En este sentido, cabe aclarar que no toda relación de poder es territorial o incluye una territorialidad.

*“los gringos son secos, son volubles y la verdad son prácticos, viéndolo bien de alguna manera ellos son quienes organizan todo lo que pasa aquí, si nos suben los precios de ahí no los sacas y por consiguiente afectan todo lo que pasa en La Ronda” (Cesar Toledo, comerciante establecido)<sup>24</sup>.*

---

<sup>24</sup> Cesar Toledo es socio de la refaccionaria 6, también es importador de autopartes los lugares donde obtiene las autopartes son principalmente Oklahoma y Houston. La entrevista se realizó el 14 de Julio del 2009.



Debido a que existen cadenas o jerarquías en las relaciones de poder y en este caso los comerciantes norteamericanos o de Taiwan, de acuerdo a sus intereses, toman decisiones que generan cambios en los procesos socio-económicos y políticos de La Ronda. Ahora, nosotros consideramos que el móvil principal de los conflictos que se presentan en La Ronda se debe a diferencias internas entre los actores sociales que ahí interactúan, básicamente por la apropiación territorial y en consecuencia por el control de la actividad económica. No obstante, las decisiones que son tomadas en otros lugares influyen en las problemáticas que se presentan en La Ronda. Por ejemplo, el encarecimiento de las autopartes en los yonques y en Taiwan, genera que la competencia comercial y territorial entre comerciantes establecidos e informales sea cada vez más compleja y esto produzca fricciones que anteriormente no sucedían. En la escala local debido a la ausencia de políticas eficaces por parte de la Delegación Cuauhtémoc o por el mismo gobierno federal, no existe una adecuada regulación territorial y comercial en La Ronda, lo cual da pie a que los conflictos que ahí se suscitan cada vez sean más serios. Estos ejemplos permiten aseverar que lo sucedido en un territorio muchas veces se debe a decisiones (o falta de ellas) que se toman (o no) en otros territorios o instituciones estatales.

*“Aunque no lo creas los gringos nos dicen que debido a la guerra con Irak y Afganistán, su ejército les compra cantidades industriales de autopartes ya comprimidas o aplastadas y se las paga a un precio alto. Las consecuencias para nosotros es que tenemos que pagar el mismo precio y eso nos hace comprar menos y vender más caro aquí. Los clientes se quejan, la mercancía no sale y el resultado es tener que prestarles a los coyotes”*

Analizando los procesos de apropiación territorial y comercial por parte de los actores sociales en La Ronda “la territorialidad desempeña un papel (además de apropiación) de mediación simbólica, cognitiva y práctica entre la materialidad de los lugares (en nuestro caso territorios) y el actuar social en los procesos de transformación territorial”. (Dematteis, 2001: 45).

### 3.1.1 Posición social versus posición territorial.

Si bien dentro de la posición social, se puede establecer una solidaridad de clase, la posición territorial implica, por su parte formas culturales y acuerdos tácitos que se presentan con base a la pertenencia o no a una colectividad territorial. (Cox, 1990).

Adán Nájera propietario de tres refaccionarias comenta: *“mis refaccionarias aunque no están en la mejor ubicación de la zona, son las mejores.....”*<sup>25</sup>

Ya que en palabras de él mismo, tuvo la capacidad de adaptarse a los cambios y debido a esto no le sucedió lo que a otros dueños; por ejemplo, unos quebraron, otros no supieron invertir de mejor manera sus ganancias. La capacidad de adaptarse a los cambios e innovar en diversas áreas de la comercialización de las autopartes, dio como resultado que económicamente este comerciante fuera exitoso, sin embargo, las relaciones más allá de lo económico con otros comerciantes son malas, para Adán el generar capital social no es importante, lo valioso es obtener capital económico: *“mira en realidad a mí no me interesa mucho hacer amigos, lo que me importa es tener ganancias.....Lo que si te puedo decir es que mientras cumplas los acuerdos (comerciales) y pagues y te paguen a tiempo, todo funciona bien, de lo contrario las cosas salen mal.... Y a final de cuentas le puedes car mal a la banda, pero de todas formas me tienen que comprar...Si les caes bien o no a quien le importa, lo que importa es el billete. (Adán Nájera, comerciante establecido).*

Recuperando a Lin, en este caso podemos identificar tanto la racionalidad económica, como la racionalidad expresiva; la primera estaría orientada a la obtención de beneficios económicos mientras la racionalidad expresiva a la obtención de beneficios sociales<sup>26</sup>. Podríamos ubicar en este contexto el

---

<sup>25</sup> Información obtenida el día 9 de Agosto del 2009. Adán es propietario de tres refaccionarias podemos decir que de gran tamaño en cuanto espacio y mercancía, es uno de los comerciantes establecidos que cuenta con el mayor número de trabajadores, además de vehículos para efectuar los viajes. Él decidió no brindarnos información sobre los lugares donde obtiene su mercancía.

<sup>26</sup> La racionalidad económica estaría asociada a una socialización instrumental en un contexto de interacción entre desiguales, en donde la conservación de recursos es meramente económica. En

habitus de Bourdieu en donde la obtención de capital social y capital económico ubican al individuo en determinada clase social, es decir, permite al individuo identificarse con unos y diferenciarse con otros. Indudablemente entre ambas posiciones puede configurarse un conflicto en el interior de los individuos, o en colectivos sociales ya que si la posición social establece de alguna manera solidaridad con sus iguales (o de clase); la posición territorial implica, por su parte formas culturales e históricas muy particulares que se adquieren por el hecho de pertenecer a la colectividad territorial.

*“Aquí soy él que más vende desde las piezas más antiguas hasta las más modernas y todo por la derecha. Los demás locatarios me tienen envidia, pero la verdad es que mi negocio es el mejor, tú lo puedes ver. Ahora mira como traigo a mis chalanos uniformados, los demás no hacen eso.....No, los coyotes son puro naquito, desprestigian la zona y bueno uno que otro de los locatarios también. Aquí en la refaccionaria vendemos más y lo mejor en toda la extensión de la palabra..... Cuando salimos de viaje también compramos ropa y de todo lo mejor para la familia, hay que andar a la moda.....Hay que diferenciarse de los demás, la buena imagen, aunque no lo creas te da más clientela...Además somos pocos los que nos hemos superado en esto de las autopartes y nos llevamos bien Dios nos hace y nosotros nos juntamos”.*

Los comerciantes informales se denominan ellos mismos (y en general en La Ronda así se les conoce) coyotes, según ellos tienen el dominio territorial de La Ronda, a pesar de que los comerciantes establecidos fueron quienes comenzaron esta actividad comercial. Los comerciantes informales se consideran de una clase social baja, pero simbólicamente existe una colectividad entre ellos mismos la cual les brinda la responsabilidad de proteger el barrio de cualquier tipo de problemas<sup>27</sup>. Reafirmamos que sin

---

contraste la racionalidad expresiva conllevaría a dimensiones de solidaridad, amistad, confianza y por ende a la conservación de recursos en ámbitos más amplios.

<sup>27</sup> Aunque en la realidad existen problemas que afectan el barrio, comerciantes informales, formales y algunos vecinos tienden a unirse, para proteger el territorio y la actividad económica (o actividades económicas que ahí se desarrollan).

generalizar, la identificación se presenta con unos y la diferenciación con otros, sin embargo la coexistencia se mantiene. Esta actividad comercial es bastante redituable y hay que cuidarla, aunque pareciera que en cualquier momento la situación puede salirse de control.

Se puede afirmar que en el territorio además de ser comprendido a partir del reconocimiento de las relaciones de poder proyectadas en el espacio entre diversos actores, también se articula uno de los conceptos que generalmente son aceptados en la conformación de las redes sociales: como la estructura de vínculos entre individuos o grupos que permiten la circulación de recursos y adquieren una función expresiva y otra de carácter instrumental.

### 3.2 Los vínculos fuertes y los vínculos débiles en la comercialización de autopartes. (La importancia de las redes).

Para cumplir nuestros objetivos básicamente nos centraremos en las siguientes redes sociales y económicas que se han conformado en La Ronda, directa e indirectamente. Primero la red de los comerciantes establecidos con los comerciantes norteamericanos y de Taiwán; después la red conformada entre comerciantes establecidos; posteriormente la de estos con los comerciantes informales y por último la red conformada entre comerciantes informales.

En el cuadro 3 y el gráfico 1 se muestran las redes que decidimos analizar, las cuales se han conformado paulatinamente. Actualmente podemos decir que son las más importantes en nuestra zona de estudio.

Cuadro 3. Redes sociales y comerciales de La Ronda.

<b>Comerciantes establecidos</b>	←	<b>Comerciantes norteamericanos y de Taiwán</b>	→
<b>Comerciantes establecidos</b>	←	<b>Comerciantes establecidos</b>	→
<b>Comerciantes establecidos</b>	←	<b>Comerciantes informales</b>	→
<b>Comerciantes informales</b>	←	<b>Comerciantes informales</b>	→

Fuente: Elaboración propia.

En el primer caso, vamos a analizar las redes que se han conformado, entre comerciantes establecidos legalmente con comerciantes norteamericanos y taiwaneses. Para ello, vamos a describir como se fue conformando una de estas redes utilizando como ejemplo la experiencia de los propietarios de una refaccionaria y la relación que estableció con un yonque en Estados Unidos, esta red fue reconstruida gracias a la información proporcionada por Armando Rivera y Cesar Toledo socios de la refaccionaria 1.

En 1982 seis amigos que eran comerciantes informales deciden emprender y aventurarse a comprar una casa en La Ronda, y con ahorros y prestamos, además de la renta de un camión realizan sus primeros viajes a San Antonio y Houston. Comercializan en estos lugares porque es donde los primeros comerciantes establecidos adquirirían las autopartes. Una vez que viajan con más constancia se enteran de más yonques en todo E.E. U.U. y es así que llegan en 1985 a un poblado<sup>28</sup> llamado Barko en la Ciudad de Oklahoma, es en este lugar donde comienza la adquisición de autopartes con más regularidad ya que los precios eran más accesibles que en otros lugares.

Una vez que realizan su quinto viaje surge la oportunidad de que el propietario del yonque les otorgue crédito, esto genera relaciones de confianza y reciprocidad entre ambas partes ya que hasta la fecha nunca han dejado de pagar los créditos obtenidos

*“Los gringos son volubles y huraños parece que te hacen un favor, pero la verdad ellos en lo que están, son buenos comerciantes. En Florida, Houston, San Antonio, las relaciones eran muy difíciles, hasta que encontramos el yonque de Oklahoma.*

*La situación al principio fue igual de complicada, pero con el tiempo se logro una relación bastante buena.....Realmente los créditos con los cuales nos han apoyado han sido de palabra por la confianza que se ha ido dando, la confianza se gana, pero la verdad hemos hecho ganar buen dinero al americano. Todos salimos ganando, la verdad nunca hemos firmado ningún tipo de documento. ....Ahorita la situación esta difícil, antes en nuestros buenos tiempos hacíamos hasta trece o catorce viajes al año hoy sólo hacemos cuatro cuando mucho*

---

<sup>28</sup> Muchas veces los comerciantes establecidos de La Ronda buscan comercializar en pequeños pueblos de la Unión Americana ya que en estos lugares el precio de las autopartes es más accesible. Comercializar en las grandes ciudades implica mayor gasto y menos plusvalía.

*cinco y luego échale toda la competencia. Antes del TLC tenías que ir a Hacienda a solicitar un permiso de importador directo y no era tan fácil que te lo dieran, todo lo contrario era en la embajada gringa no era tan difícil como ahora obtener la visa. Una vez que Salinas abrió la frontera con su famoso tratado se hizo el desastre en La Ronda, todo mundo empezó a poner refaccionarias y a viajar y a cometer una serie de tonterías. Fíjate llegaban por ejemplo a Houston y por no saber empezaron a pagar más caras las piezas, con los gringos es difícil que les regatees, pero uno también se las ingenia y te rebajan, por culpa de los nuevos y por querer traer según ellos mejores piezas empezaron a pagar bien caro, lógico llegas de nuevo y acostumbrado a pagar por ejemplo 1 dólar por una calavera te dicen ya cuestan cinco, sus paisanos así nos las pagan si quieren, sino hay más yonques. Hubo que buscarle hasta que encontramos Oklahoma, por eso esa clase de información no se comparte” (Cesar Toledo. y Armando Rivera).*

En el caso de la refaccionaria dos la situación ha sido diferente. Los propietarios son dos hermanos que decidieron emprender y convertirse en dueños de una refaccionaria para dejar de ser empleados. De igual manera compran una casa a un vecino y un viejo camión con el cual comienzan sus primeros viajes en 1983. También comienzan en Houston y San Antonio, sin embargo los lugares en los cuales hasta el día de hoy compran las autopartes son: Houston, pero principalmente Arkansas y Memphis. No obstante a diferencia de la refaccionaria 1, la refaccionaria dos no ha logrado establecer a pesar de los muchos años de relación con los comerciantes norteamericanos, una relación de confianza y reciprocidad, ya que en su caso jamás ha existido la posibilidad de obtener algún tipo de crédito.

*“Los gringos son huesos duros de roer, con ellos no se puede regatear. Ahora nosotros seguimos comprando ahí porque la verdad las piezas están baratas, nos dan buen precio, por ejemplo si compro en San Antonio es mucho más caro aunque esta más cerca.....Si hemos solicitado crédito, pero son muchos tramites legales, mejor así la dejamos. En ocasiones les quedas a deber algunos dólares, pero para la vuelta no te la perdonan.....Pues sí podemos decir que la relación es buena, pero negocios son negocios. (Javier Lara).*

En el caso de otras refaccionarias existen relaciones de mayor confianza y reciprocidad con los comerciantes norteamericanos, pero no es el caso en la mayoría. De lo anterior podemos inferir que en el caso de la refaccionaria 1 a lo largo del tiempo se han generado relaciones de confianza, las cuales se han reforzado los compromisos y cooperación entre estas empresas y los actores sociales protagonistas de esta relación.

Como indica Granovetter (1992) La confianza es una variable no económica, que aunque difícilmente entra en el cálculo de las empresas, es estratégica en las relaciones económicas.

La refaccionaria dos a pesar de los muchos años de relación no ha logrado establecer una relación de plena confianza y reciprocidad ya que al parecer los comerciantes norteamericanos que interactúan con los comerciantes de la refaccionaria dos se interesan mayormente por la plusvalía y la norma más que por la confianza.

Ahora, no podemos hablar de relaciones horizontales ya que en la realidad las relaciones que se presentan son asimétricas y de carácter jerárquico, el poder en este caso no se encuentra equilibrado en ambos tipos de relaciones, definitivamente el poder lo tienen los comerciantes norteamericanos.

A continuación analizamos la interrelación de dos refaccionarias<sup>29</sup> (refaccionarias 9 y 10) de La Ronda con fabricantes de autopartes nuevas de Taiwán.

En el primer caso el Sr. Emilio Núñez (refaccionaria nueve) nos comenta lo siguiente:

*Nosotros no queríamos vender usado, hicimos algunos viajes a diversas partes del otro lado, nos informamos y vimos que era viable vender piezas nuevas de Taiwán ya que las mexicanas eran muy malas. Solicitamos una*

---

<sup>29</sup> Las autopartes de Taiwán son refacciones nuevas, pero de menor calidad que las originales de agencia (Ford, GM, Nissan, etc.), sin embargo de mejor calidad que la chinas o mexicanas. En pocas palabras son autopartes piratas de menor calidad que evitan utilizar la marca original, es decir no pueden marcar las autopartes con el logotipo, por ejemplo de Ford u otra ya que entonces los fabricantes, así como los comerciantes de La Ronda tendrían serios problemas legales con las armadoras de automóviles. En el caso de La Ronda sólo existen cuatro refaccionarias que comercializan autopartes nuevas de Taiwán, dos son grandes refaccionarias y distribuidoras y las dos restantes son de menor envergadura en todo sentido. En nuestro caso entrevistamos a propietarios de las dos refaccionarias más grandes.

*entrevista con la embajada de Taiwán y ellos nos ayudaron y nos pusieron en contacto con algunas empresas que fabrican autopartes. Te estoy hablando del 87.*

En este caso los propietarios (hermanos) de la refaccionaria nueve entablaron el primer contacto con una fábrica taiwanesa que únicamente produce y comercializa *cuartos y calaveras*. Esta misma fábrica los contacto con otra que produce cabinas de camionetas y tractocamiones, de esta manera se fueron dando contactos con diferentes fábricas o empresas que fabrican diversas autopartes, podemos observar que entre estas empresas se presentan relaciones horizontales y así la refaccionaria nueve pudo ampliar la gama de autopartes y apropiarse del mercado de este tipo de refacciones en La Ronda.

Es importante mencionar que con cada una de las empresas con las que la refaccionaria nueve a entablado relaciones comerciales, se han presentado oportunidades de créditos.

*“La primera vez que compramos, los taiwaneses nos dieron créditos con la condición de intentar expandir el mercado en toda la República. Desde luego que nosotros inmediatamente pagamos en el siguiente pedido y así con cada una de las fábricas con las que tenemos negocios” (Emilio Núñez).<sup>30</sup>*

Con base en lo dicho por nuestros entrevistados podríamos hablar de acuerdos tácitos y espontáneos – y porqué no hasta de confianza-, en donde no hubo necesidad de acuerdos formales. Aquí todas las partes involucradas han conformado una red comercial en donde lo primordial es obtener beneficios que se generan gracias a la misma red, por supuesto que para lograr estos beneficios necesariamente deben existir relaciones de cooperación y confianza, además de intercambio de experiencias y conocimientos que permitan el aprendizaje colectivo (Caravaca, 2005: 12). Esto de alguna manera en la lógica de los empresarios debe propiciar los beneficios esperados, aunque también puede ser posible que

---

<sup>30</sup> Información obtenida el 12 de septiembre del 2009. Emilio Núñez es propietario de la refaccionaria más grande en La Ronda que comercializa con autopartes nuevas fabricadas en Taiwán.



no todas las empresas salgan beneficiadas de igual manera. La argumentación que nos da nuestro entrevistado del porqué comercializa con diversas empresas y no sólo una, es debido a que la maquinaria para fabricar o producir autopartes es muy costosa y esto dificulta y provoca que una sola empresa no pueda comprar u obtener toda la maquinaria necesaria para producir las autopartes que se comercializan, entonces los comerciantes taiwaneses encontraron la solución, de tal manera que cada empresa se dedica a producir una refacción en particular y de esta manera crearon una red horizontal.

Así que cuando el señor Emilio Núñez o cualquier otro cliente solicitan por ejemplo calaveras y facias, la empresa que produce las calaveras recomienda a los clientes con otra empresa dedicada a producir facias. Es así que los comerciantes taiwaneses deciden visitar La Ronda ofreciendo diversas modalidades de créditos a los comerciantes establecidos. Definitivamente esto molesto a los propietarios de la refaccionaria nueve, lo que propició que se llegara a un acuerdo el cual dio como resultado que además de la refaccionaria cuatro, otras tres refaccionarias más conformarían la red con los comerciantes de Taiwán. En los inicios de esta relación comercial los cargamentos de autopartes llegaban al Puerto de Manzanillo y cada uno de los comerciantes establecidos tenía que recoger las autopartes por sus propios medios.

Actualmente esta red se ha ampliado tanto en la Ciudad de México, como en diversas partes de la República. En un acuerdo que surgió entre todos los actores involucrados en esta red se decidió instalar lo que podemos denominar una casa matriz con razón social denominada Radec, la cual se encuentra en la Ciudad de Guadalajara. Las autopartes ahora llegan a Radec y de ahí se distribuyen a La Ronda, y otros lugares de la republica mexicana.

En este caso podríamos hablar de una red horizontal, sin embargo, para nosotros en la realidad es difícil encontrar redes totalmente horizontales ya que siempre habrá actores sociales que de alguna manera controlan tanto actividades como recursos en una red y esto indirectamente ejerce influencia y poder sobre otros actores de la red.

A pesar de la interdependencia de los actores y reciprocidad de las prestaciones, la distribución del poder dentro de la red no es simétrico ni equilibrado. Al contrario, las estructuras de las redes sociales y comerciales no eliminan totalmente a la relación de dominación –subordinación, pero podemos decir que en algunos casos pierde su carácter absoluto. De acuerdo a Nan Lin (2001) la posición del individuo o empresa es importante en las estructuras jerárquicas, es decir, que en cuanto más cerca se este de las posiciones más altas en la jerarquía, es menos complejo acceder a los recursos que beneficien a los diversos actores sociales que conforman la red.

Ahora analizaremos la conformación de la red entre comerciantes establecidos y posteriormente entre estos con los comerciantes informales. En las entrevistas realizadas a los comerciantes establecidos podemos observar que cada uno de los socios o propietarios de las refaccionarias decidieron asumir formulas de autoempleo como alternativa a diversas causas, podemos decir que decidieron emprender sus propios negocios, los cuales en los años setenta y ochenta y hasta antes de la entrada del TLC, prosperaron económicamente.

Esto dio pie a una relación de competencia y cooperación que podemos decir se daba de manera armónica, por supuesto estas relaciones se apoyan o apoyaron en diferentes elementos económicos, sociales, culturales, políticos y desde luego territoriales. Mencionamos el aspecto territorial ya que con base en nuestro trabajo de campo logramos identificar que la proximidad entre las refaccionarias en aquellos años era importante ya que se creaban relaciones de confianza y reciprocidad entre los comerciantes establecidos

*“Fíjate que antes era más fácil llevar una buena relación entre vecinos de locales. Mi hermano tenía su local en Adelina Patti y la verdad llevo el momento que me relacionaba mejor con mis dos vecinos. Compartíamos hasta información de donde comprar mercancía en el norte, como reparar una pieza y así se hacía la cadenita. Nos prestábamos las piezas y sin problemas. Claro si uno pide uno paga, pero eran suaves aquellos tiempos. Fíjate les pedía piezas con más confianza que a mi hermano y hasta la fecha.....” (Rodolfo García).*

Las nuevas modalidades de transporte ligero como las motonetas y el uso de teléfonos portátiles, ha beneficiado a comerciantes establecidos como informales, por un lado los comerciantes con mayores recursos económicos han adquirido motonetas, esto ayuda para que los desplazamientos sean más rápidos y conseguir alguna refacción en otro local, es decir, si no se tiene una pieza se le dice al cliente que espere un momento y se consigue la refacción en otra refaccionaria. Ya sea que la pieza se pague en el momento del intercambio o si existe mayor confianza esta se presta y en un tiempo indeterminado se liquida. Otra modalidad son los radios de telefonía celular con los cuales los comerciantes establecidos se pueden comunicar de una manera mucho más ágil y así saber si alguno de ellos cuenta con alguna refacción que el otro no tiene. De esta manera no se pierde el tiempo caminando y especulando sobre si cual o tal refaccionaria cuenta con una pieza en específico.

Una vez que se dio el boom de las refaccionarias, las relaciones entre los comerciantes establecidos dejaron de ser en general buenas ya que básicamente entre la mayoría de comerciantes establecidos lo importante es la obtención de beneficios económicos, sin embargo, entre una minoría de comerciantes establecidos además de los beneficios económicos y la competencia lógica, aún existen vínculos de amistad, confianza y reciprocidad. Un ejemplo de estos vínculos, es el hecho de que hoy en día los viajes a E.E.U.U., los realizan comerciantes establecidos que compiten en La Ronda, pero se unen para viajar juntos y de alguna manera contrarrestar la inseguridad que se presenta en las carreteras y también compartir algunos gastos que implican esta clase de viajes.

*“Antes quien se iba a imaginar que íbamos a viajar juntos varios locatarios, pero las cosas cambian ya han asaltado a varios de los muchachos. A nosotros nos toco hace como cinco meses, no nos quitaron la carga, pero si una buena lana.....Por eso es que decidimos hacer algunos viajes con los viejos conocidos.....Si unos van para Houston o Memphis pues vamos juntos, al menos nos acompañamos.....Es que no queda de otra la inseguridad y la crisis están duras.....Las autoridades cuáles autoridades ellos mismos te roban, como dicen la unión hace la fuerza” (Pedro y Javier Lara).*

Las relaciones que en algunos casos conforman esta red permiten alcanzar ciertos objetivos a corto plazo, así como también crear un ambiente de confianza y seguridad importante a largo plazo. Nuevamente siguiendo a Lin, los vínculos fuertes en las redes son relevantes puesto que a “más relaciones íntimas y recíprocas entre sus miembros pueden incrementar la probabilidad de movilizar a otros con intereses compartidos y recursos para defender y proteger recursos y retornos expresivos existentes” (Lin, 2001: 20).

Ahora bien, no podemos afirmar que la red entre comerciantes establecidos es totalmente *densa* o de vínculos fuertes ya que las redes sociales son densas o de vínculos fuertes en la medida en que todos los miembros de la red se encuentran conectados unos con otros y se comparten recursos e información entre sus miembros (Granovetter, 1973). No obstante, y sin caer en generalizaciones los comerciantes establecidos independientemente de sus diferencias, se dicen a si mismos locatarios no “coyotes” esto nos lleva a lo planteado tanto por Bourdieu como Lin, en donde existen posiciones excluyentes, en cuanto que cada grupo social ocupa un lugar distinto y/o distintivo, producto de las disputas tanto por el capital social y económico y además del territorio. La dimensión espacial para el concepto de redes es importante, ya que la unidades territoriales como La Ronda constituyen lo que podemos denominar una matriz en la cual la red o redes pueden desarrollarse, además que se puede fijar una o diferentes actividades económicas.

La red que a través de los años se ha conformado entre comerciantes establecidos e informales, ha tenido dos etapas; una de ellas es en los comienzos de La Ronda como territorio de comercialización de autopartes; la segunda comienza entre el año 2000 y el 2005. En la primera etapa las relaciones eran de confianza, respeto y reciprocidad, actualmente este tipo de relaciones sigue existiendo, pero entre los locatarios y los comerciantes informales con más tiempo en este sitio. Aquí básicamente la relación se genera con el préstamo de refacciones por parte de los comerciantes establecidos a los comerciantes informales, el pago de las autopartes prestadas tiene un tiempo indefinido, dependiendo de la confianza que se tenga, pueden ser horas o semanas.

A pesar de que en esta situación parece que la relación es simétrica, observando detenidamente podemos darnos cuenta que más bien parece una relación clientelar, o sea, que la parte menos poderosa esta en dependencia hacia la más poderosa.

Esto sucede primordialmente en lo que podemos denominar la parte “central” de La Ronda ya que es donde los clientes en su mayoría obtienen las autopartes, esto se debe a que muchas ocasiones los clientes no se atreven a aventurarse más allá es decir lo que podemos denominar la “periferia” de La Ronda. En la “periferia” los comerciantes establecidos dependen en mayor medida de los comerciantes informales, ya que estos logran comercializar las autopartes en diversos puntos, por supuesto que a un precio mucho mayor. Por ejemplo, el comerciante establecido puede vender una puerta a un comerciante informal en \$1500.00 y el comerciante informal fácilmente la puede comercializar en \$2500.00 o hasta más.

En una segunda etapa podemos hablar de las nuevas generaciones de comerciantes informales, los cuales en su mayoría son del barrio, esto es importante ya que las primeras generaciones de estos comerciantes no pertenecían a La Ronda, sino a diversos lugares de la zona metropolitana de La Ciudad de México. Las nuevas generaciones como hemos visto suelen ser más violentas ya que amedrentan tanto a los clientes como a algunos comerciantes establecidos, principalmente a los de la “periferia” de la zona. Ellos tienen como objetivo apropiarse de la actividad económica en lo que denominan su barrio, por supuesto la relación con los comerciantes establecidos en general es negativa, sin embargo, la gran competencia que existe en La Ronda ha hecho de estos grupos un mal necesario, ya que gracias a su movilidad territorial pueden abarcar más espacio y contactar con mayor número de clientes y en muchas ocasiones los comerciantes establecidos tienen que recurrir a los servicios de los comerciantes informales muchas veces a disgusto.

*“para sacar lo del día hay que venderles a esos cuates” (Roberto Ramírez propietario de una de las refaccionarias que se encuentran en la “periferia” del barrio).*

Independientemente de las relaciones menos formales entre estos dos grupos sociales se ha conformado una red en donde el concepto de vínculos débiles consideramos encuadra perfectamente ya que estos se caracterizan por tener poca intimidad, intensidad, obligación y reciprocidad. Los vínculos débiles permiten un nivel de relaciones con círculos distintos a los que se pertenece y amplían las posibilidades de los individuos o grupos sociales secundarios.

Ahora para que esta red permanezca vigente es importante recordar el concepto que Granovetter y Lin utilizan de manera muy parecida, la posición en las redes y más en concreto lo que estos denominan el puente social. Este concepto de puente social lo podemos definir como la relación que se establece entre dos individuos en posiciones clave en una red de diferentes grupos. En este sentido, los puentes ofrecen la ventaja de hacer accesible para diversos individuos los recursos existentes en dos o más grupos distintos.

*“Nosotros no le vendemos o le prestamos a cualquier coyote. Les prestamos a los que ya conocemos de tiempo o a alguno de sus conocidos” (Armando Rivera).*

En la relación que se mantiene entre comerciantes establecidos e informales la figura del puente social regularmente la desempeñan comerciantes informales que cuentan con muchos años en la zona. Esto les permite tener relaciones de mayor confianza con los comerciantes establecidos y de esta manera obtener diversos recursos que benefician a miembros de otros grupos de comerciantes. Son estas personas las que en la mayoría de las ocasiones sirven como mediadores entre ambos grupos sociales. Podemos observar que en este sentido no es necesario ser líder de un grupo de comerciantes o tener una actitud violenta, para obtener

beneficios o recursos por parte de otro grupo. La confianza es fundamental para lograr ciertos objetivos ya sean meramente económicos o de otra índole.

*“Aquí en nuestro grupo no podemos decir que haya un líder, pero la verdad siempre hace falta alguien que organice a la banda o que nos conecte con los locatarios. Por ejemplo el Román ya tiene más tiempo y ya se la sabe más, además lo conoce mucha gente” (Leonardo Villa, comerciante informal).*

Por último observaremos la conformación de la red de comerciantes informales. Aquí podríamos aplicar con sus debidas reservas el concepto de vínculos fuertes o redes densas, sin embargo, también se puede aplicar el concepto de vínculos débiles, ya que como hemos visto existen tres grupos importantes de comerciantes informales. Entre estos grupos se presentan acuerdos tácitos de cooperación, pero en la mayoría de los casos existen conflictos territoriales. Resulta complejo analizar el equilibrio o la hegemonía de estos grupos sociales y la conflictividad que se puede generar entre ellos.

La competencia, la cooperación y la reciprocidad se dan de manera más armoniosa entre los grupos 1 y 2. Con el grupo tres más que cooperación se busca el control del territorio y por ende mayor remuneración económica.

De cualquier manera entre los comerciantes informales surge un equilibrio, que de igual manera se presenta entre estos, vecinos y comerciantes formales, es decir, estos actores sociales tienen a la vez roles diversos, son clientes, vecinos, proveedores, competidores, etcétera. Estas relaciones los vinculan tanto comercial como extracomercialmente, lo cual acentúa la densificación de las relaciones sociales y esto a su vez permite que las redes sociales de La Ronda permanezcan vigentes y al mismo tiempo produce una relativa estabilidad en la apropiación del espacio, es decir, que de acuerdo a su capacidad, los actores sociales que interactúan en La Ronda han generado diversas formas de organización que les han permitido la permanencia, la competencia y la cooperación en el territorio.

Los vínculos que se crean entre estos actores sociales se sustentan en la proximidad geográfica y cultural y en el desarrollo de sentimientos de identidad colectiva, además de una serie de relaciones de poder.



## **Conclusiones.**

En el presente trabajo se analizaron los procesos y las características que definen la organización socio-territorial y económica que conlleva la comercialización de autopartes en La Ronda. Hacemos énfasis en la importancia del territorio es su carácter multidimensional, así como en el reconocimiento de las relaciones de poder que se presentan en el mismo por parte de diversos actores sociales. Así, La Ronda es un territorio que es resultado de construcciones sociales en donde los actores sociales intercambian recursos, articulan intereses y ejercen poder. La configuración de La Ronda responde a procesos históricos, socioculturales y económicos, en donde los actores sociales le otorgan características particulares y distintivas a su territorio.

Ahora, estos actores sociales y su territorio no se encuentran aislados, reproducen sus intereses y/o necesidades en función de relaciones locales o extraterritoriales, es decir, muchas veces lo que sucede en un territorio específico, es el resultado de las decisiones que se toman en otros territorio, por otros actores sociales.

En este sentido, el concepto de escala resulta de suma importancia ya que en cada escala espacial se presenta un sistema de relaciones sociales y su específica dinámica territorial. Para comprender las dinámicas sociales, económicas, territoriales y las relaciones de poder en toda su amplitud, hay que considerar un análisis multiescalar, en el cual cada territorio interactúa con otros. Esto lleva a plantear la escala en un doble entramado de relaciones horizontales y verticales, es decir, en muchos casos existe una jerarquía de niveles, en donde se observan fenómenos específicos y dinámicas territoriales propias que interactúan con las que se presentan en otros niveles superiores o inferiores.

Por ejemplo, observamos que los procesos, acciones y decisiones que se llevan a cabo por los comerciantes de Taiwán y de Estados Unidos afectan o influyen de diversas formas en La Ronda.

Es aquí, en donde las relaciones verticales se hacen presentes. Los sectores económicos sobre los que se fundamenta la economía local de un territorio establecen relaciones desiguales con otros territorios. Por ejemplo, los comerciantes extranjeros, influyen considerablemente en los procesos socio-económicos y territoriales de La Ronda, ellos son quienes van dictando de una u otra manera las condiciones que se presentan en este sitio. La guerra de Irak puede influenciar de muchas maneras la economía mundial, pero, específicamente ¿cómo influye en La Ronda? La armada de Estados Unidos requiere acero, este lo encuentran en los yonques, la prioridad en algunos casos es comercializar con la armada, esto ocasiona un incremento en los precios, lo cual, afecta indirectamente a las dinámicas socio-económicas de La Ronda. Observamos una división vertical por escalas en la que la realidad viene regida por la economía mundo, de esta manera el barrio se integra en un complejo sistema de relaciones, de decisiones, de estrategias y de procesos que de una u otra manera influyen en el mismo. El fenómeno de la globalización en nuestra actualidad lejos de disminuir los efectos geográficos ha fortalecido su influencia, es en esta medida que la escala geográfica da cuenta de la interacción, convergencia y divergencia entre procesos globales, regionales y/o locales.

En este sentido, la conformación de redes socio-económicas se presenta en diversas escalas ya sean internas o externas. Cada una de estas redes exhiben dinámicas particulares, combinaciones originales, problemáticas entre ellas y procesos de negociación que sustentan o no su vigencia.

Situándonos en el análisis de redes, podemos observar cómo los comerciantes tanto establecidos como informales se ubican en un determinado microterritorio que aparece como recurso central para su actividad. Este recurso se puede conservar con relaciones de cooperación, solidaridad, confianza y hasta camaradería, pero también competencia y conflictos que pueden terminar en violencia.

Así, entendemos que en nuestra zona de estudio la confianza ha sido un factor importante para el mantenimiento de las redes que ahí se han conformado.

Como hemos visto, este tipo de actividad comercial presenta vínculos débiles y fuertes o densos. Los primeros se usan por parte de los comerciantes establecidos para lograr las negociaciones que se requieren con los comerciantes extranjeros; también son usados por parte de los comerciantes informales para negociar con los comerciantes establecidos. Los segundos podemos decir que son utilizados para realizar acciones que requieren de la preservación o mantenimiento de los recursos que benefician tanto a un grupo, como a otro. Así, a las redes las podemos concebir como dinámicas que se van transformando a lo largo del tiempo como consecuencia de las interacciones hacia el interior como al exterior de la red. Nan Lin (2001) sostiene que los vínculos fuertes pueden relacionarse empíricamente con los vínculos débiles y en el caso de La Ronda así es ya que ambos grupos aunque antagónicos, suelen buscar estrategias que les permitan conservar recursos y así no verse perjudicados. Aunque en estos casos prevalecen dos maneras de interacción; la primera denominada racionalidad económica y la segunda racionalidad expresiva. En muchos de los casos comerciantes establecidos mantienen una relación meramente comercial, se pueden presentar estrategias de cooperación, pero estas son para mantener recursos, en ningún momento existe interés por mantener relaciones más allá de lo meramente comercial. Con respecto a la racionalidad expresiva descubrimos que ésta se presenta principalmente en relaciones que se han ido formando a través de los años y por ende entre comerciantes con muchos años en el barrio.

Este tipo de relaciones rebasa lo meramente económico y aunque lógicamente existe competencia, también existe un ambiente de confianza y reciprocidad. En este sentido consideramos que tanto la racionalidad expresiva como la racionalidad económica son estrategias que siguen una lógica de costo-beneficio, el actor social selecciona aquella alternativa que considere necesaria acorde a sus intereses o necesidades.

Otro elemento destacado son las redes tanto verticales como horizontales que revelan un acceso diferenciado a los recursos.

Es un hecho que en las redes sociales que estudiamos existen relaciones de cooperación y confianza, sin embargo, las estructuras de las redes no eliminan totalmente la relación de dominación-subordinación. Las redes verticales generan relaciones jerárquicas entre los actores sociales y en la punta de la pirámide se encuentran los comerciantes extranjeros, quienes de alguna manera influyen en la organización socio-económica que se presentan en La Ronda. Las redes horizontales generan relaciones de cooperación y confianza. De esta manera en el barrio se van conformando distintas redes sociales en un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo y al mismo tiempo, un intercambio dinámico entre redes que fortalecen los recursos que poseen los actores sociales. Por ejemplo, en teoría los comerciantes que cuentan con mayores recursos económicos son quienes cuentan con más poder en el barrio, esto en parte es cierto, pero no del todo, para estos comerciantes, lo primordial es obtener recursos económicos, esto brinda estatus y los hace parecer “diferentes a los demás”, “mejores”. En este sentido estos comerciantes cuentan con mayor capital económico, sin embargo, su capital social es limitado, aunque cabe mencionar que para ellos lo importante no es contar con capital social, sino económico.

Aquí encontramos un punto importante porque los actores que desempeñan el papel de “puente social” son quienes realmente cuentan con mayor poder tanto al interior como al exterior de las redes en las que participan. Estos actores en general tienen muchos años desempeñando la comercialización de autopartes, como resultado de esto cuentan con mayor experiencia y con la capacidad para relacionarse con propios y extraños y de esta manera generar vínculos que van más allá de lo económico. En este punto nos acercamos a las propuestas de Bourdieu en donde los actores que juegan el papel de “puentes” obtienen mayor capital social, simbólico y económico, por ende más poder, aunque este es ejercido en la mayoría de los casos (en términos de Foucault y Raffestin) de manera *creadora* y no de manera violenta.

A diferencia de los comerciantes que cuentan con mayor capital económico, los actores sociales que desempeñan el papel de puentes sociales cuentan con mayor poder de convocatoria y convencimiento, además de mayor capacidad para organizar a sus compañeros y de esta manera lograr cumplir objetivos planteados tanto individual como colectivamente.

Entonces al hablar de redes no necesariamente hablamos de vínculos horizontales. En un sistema donde existen recursos limitados, los grupos de interés compiten por acceder a ellos. En las redes jerárquicas con vínculos asimétricos, los miembros deben usar lazos colaborativos o complementarios para obtener el acceso a estos mismos recursos.

Los actos de violencia individual o colectiva tales como la disputa territorial o el control por una actividad comercial como el mercado de autopartes en La Ronda son partes integrales de amplias disputas por el poder entre diferentes grupos de interés. Muchos actores sociales involucrados en las disputas o violencia colectiva no son actores desconectados, por el contrario están arraigados y más densamente interconectados entre grupos contrincantes y son más propensos a ser activos en términos políticos tanto en forma violenta como no violenta. (Wellman, 2000).

Para estudiar estos procesos nos apoyamos en las aportaciones tanto de la sociología económica, la nueva geografía económica, así como la nueva geografía política subdisciplinas que por un lado reconocen la importancia de resaltar los elementos sociales a la hora de estudiar las actividades económicas y en el caso particular de la geografía política, resaltar las relaciones de poder en su ámbito espacial.

En suma, con respecto a las redes en La Ronda, encontramos que los vínculos existentes en las redes son fuertes y cuentan con ciertas características como la amistad, el parentesco, vecindad y otros de tipo meramente comercial. El largo tiempo de realizar esta actividad comercial ha generado en muchos de los casos confianza, y esto permite llevar a cabo transacciones y cumplir objetivos.

No obstante, estas relaciones con el tiempo se han ido deteriorando y tal parece que las tendencias son relacionarse solo comercialmente y cada vez con mayor riesgo de conflictos desde los leves hasta los muy serios.

La falta de regulación de las autoridades delegacionales y la incapacidad de las nuevas generaciones de comerciantes informales como establecidos para negociar entre sí, ha ocasionado problemáticas cada vez más serias. La disputa territorial que se presenta en La Ronda genera momentos de tensión y conflicto. Una solución que parece vislumbrarse es la organización de comerciantes con muchos años en el barrio, además de un grupo de vecinos, quienes de forma activa buscan soluciones junto a las autoridades de la Delegación Cuauhtémoc.

Aquí podemos visualizar la territorialidad como estrategia y como acto de intencionalidad, por un lado se busca imponer por medio de la fuerza la apropiación territorial y los beneficios que esto supone. Por otro lado, estrategia e intencionalidad se presentan por medio de mecanismos de apropiación territorial que buscan un bien común, por supuesto también con las ventajas que esto conlleva. La territorialidad es una expresión geográfica básica del poder social. Es el medio por el cual espacio/territorio y sociedad están interrelacionados. (Raffestin, 1980; Sack, 1986).

Consideramos que conceptos como redes, territorio, territorialidad y escalas se encuentran estrechamente vinculados y nos han permitido entender y de esta manera explicar como diferentes actores sociales gestionan e interpretan los elementos de su entorno, como elaboran sus estrategias-comerciales y territoriales, y de qué manera crean espacios para llevar adelante sus proyectos. Permiten además mostrar cómo esos procesos organizacionales y estratégicos pueden influenciar o ser influenciados por el contexto amplio de poder y acción social existente.

## Anexo 1.

Guión para las entrevistas a comerciantes establecidos.

Perspectiva laboral y conformación de redes

1. ¿En qué año abrió su refaccionaria?
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir la refaccionaria?
3. ¿Usted es nativo de la colonia o de que parte de la ciudad proviene?
4. ¿Los trabajadores de su empresa son familiares, conocidos, etc.?
5. ¿Cómo se da el contacto con los yonques en E.U.?
  
6. ¿Usted es importador directo de autopartes?
7. ¿Qué lugar o lugares de Estados Unidos visita para realizar sus compras?
8. ¿Cuántas veces viaja al año?
9. ¿Cómo es su relación con los comerciantes norteamericanos?
10. ¿Cómo es su relación con los comerciantes de Taiwan?
11. ¿Cómo es su relación con los comerciantes de las aseguradoras?
12. ¿Con qué frecuencia realiza compras a estos comerciantes?
13. ¿Cree que la nueva modalidad de comprar mercancía a las aseguradoras y repararlas es más rentable que las importaciones?
14. ¿Cómo considera que es su relación con los comerciantes establecidos aquí en la Ronda, es de mera competencia o también de cooperación?
15. ¿Considera que entre ustedes comerciantes establecidos existe intercambio de información para lograr un mayor beneficio en sus ventas y en general obtener un bien común?
16. ¿Cómo es su relación con los comerciantes informales?
17. ¿Esta bien que trabajen aquí o para usted sería más conveniente que no lo hicieran?
18. ¿Cómo es la relación que mantiene con los vecinos, si es que la hay?
19. ¿Existe alguna asociación aquí en la Ronda a la cuál usted pertenezca?
20. ¿De que manera se organizan cuando surgen problemáticas que los perjudican, (por ejemplo cuándo hay operativos por parte de la delegación, o cuestiones de inseguridad que afecten la llegada de clientes o en su relación con los coyotes, etc.)?

Perspectiva territorial.

21. ¿Existe mucha competencia en la Ronda?
22. ¿Se encuentra a gusto trabajando en La Ronda?
23. ¿Qué tipos de problemas hay en La Ronda?
24. ¿Se siente identificado con La Ronda?
25. ¿Qué es lo que más le agrada y lo que más le desagrada de La Ronda?
26. ¿Ha pensado cerrar la refaccionaria?
27. ¿Cómo percibe usted el futuro de la Ronda, considera que se puede hacer algo para que ese futuro sea mejor o las cosas marchan bien?



## **Anexo 2.**

Guión para la entrevista a comerciantes informales.

Perspectiva laboral y conformación de redes.

1. ¿En qué año llegó usted a trabajar a la Ronda?
2. ¿Usted es nativo de aquí o de que lugar de la ciudad?
3. ¿Qué lo motivo a trabajar aquí?
4. ¿Es mejor trabajar en la Ronda que en una fábrica u otra empresa, a pesar de no contar con prestaciones?
5. ¿Actualmente la competencia entre ustedes es mayor que antes o se ha mantenido igual, es decir hay más vendedores?
6. ¿Además de competencia entre ustedes también hay cooperación?
7. ¿Cómo se da esta cooperación?
8. ¿Cómo es la relación entre ustedes?
9. ¿Cómo es su relación con los comerciantes establecidos?
10. ¿Ustedes están organizados?

Perspectiva territorial.

11. ¿Usted tiene algún lugar de venta específico o puede ser en cualquier lugar?
12. ¿Usted ha tenido algún problema con sus compañeros o con los comerciantes establecidos por el territorio?
13. ¿Este tipo de problemas si es que los hay se da con frecuencia?
14. ¿Usted se siente identificado con la Ronda, le gusta trabajar aquí, se siente parte de la Ronda o sólo está aquí por necesidad?

## Bibliografía

Agnew, John (1987) *Place and politics*. Boston: Allen Unwin.

Agnew, John (2000) "On Human Territoriality". *Progress in Human Geography*, 24 (1), pp. 91-94.

Bobbio, Norberto, *et al* (1991) *Diccionario de política*, Volumen 2. México: Siglo XXI, pp. 1215-1224.

Bourdieu, Pierre (1997) *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, Pierre (1999) "El conocimiento por cuerpos." En *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama, pp. 171-214.

Brunet, Roger; Ferras, Robert y Théry Hérve (1993) *Les Mots de la géographie. Dictionnaire critique*. Reclus- La Documentation Française, p. 518.

Caravaca, Inmaculada, *et al* (2005): "Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial" *Revista EURE*, Vol. XXXI, Nº 94, pp. 5-24.

Casellas, Antonia y Pallares Monserrat (2005) "Capital social como estructura de análisis, validaciones en perspectiva de género y territorio". *Cuadernos de Geografía*, (78), pp. 177-190.

Czerny, Mirosława y Makowski, Jerzy (2003) "El papel de la red de relaciones sociales y económicas en el proceso del desarrollo de una región. El caso de las huastecas". *Actas Latinoamericanas de Varsovia* (26), pp. 19-32.

Dematteis, Giuseppe y Governa, Francesca (2005) "Territorio y Territorialidad en el Desarrollo Local. La Contribución del Modelo SLOT". *Asociación de Geógrafos Españoles*, (39), pp. 31-58. Disponible en: <http://age.ieg.csic.es/territorio/pdf>.

Emmerich, Gustavo (2007) “¿Qué es la ciencia política?” En Gustavo Emmerich y Víctor Alarcón. *Tratado de Ciencia Política*. Barcelona y México: Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 17-32.

Entrikin, John Nicholas (1991) *The betweenness of place: Towards a geography of modernity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Fernández, Mançano Bernardo (2005) *Movimientos socioterritoriales y movimientos socioespaciales. Contribución teórica para una lectura geográfica de los movimientos sociales*. San Pablo: Universidade Estadual Paulista, CLACSO. Disponible en: [www.prudente.unesp.br/dgeo/nera](http://www.prudente.unesp.br/dgeo/nera)

Figuera, Trinca Delfina (2006) “Globalización y territorio. Una aproximación desde la geografía.” *Párrafos Geográficos*, 5 (1), pp. 85-91.

Focault, Michel (1978) *Microfísica del poder*. Madrid.

García, Ballesteros Aurora, (ed.) (1992) *Geografía y Humanismo*. Barcelona: Oikos-Tau.

Giménez, Gilberto (2004) “Territorio, paisaje y apego socio-territorial”. *Culturas Populares Indígenas. Diálogos en la acción*. Segunda etapa, pp. 315-328.

González, Sara (2005) “La geografía escalar del capitalismo actual”. *Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona, 9 (189), pp. 1-20.

Granovetter, Mark (1973) “The Strength of Weak Ties.” *American Journal of Sociology*, 78, (6), pp. 1360 -1380.

Haesbaert, Rogeiro (2007) *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, pp. 400.

Harvey, David (1998). *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.

Johnston Ronald, John (1987) "La Economía política marxista, el estado y la geografía política". En Aurora García Ballesteros, (ed.) *Geografía y marxismo*, pp. 247-270.

Lefebvre, Henri (1974) [1991] *La producción del espacio*. Paris: Anthropos.

Lin, Nan (2001<sup>a</sup>) *Social Capital, a theory of social structure and action*. Nueva York: Cambridge University Press.

Lin, Nan (2001) "Building a Theory of Social Capital." *Connections*, 22 (1), pp. 28-51.

Massey, Doreen (1993). "Power - geometry and progressive sense of place." En Bird John, *et al*, eds. *Mapping the futures. Local cultures, global changes*. Londres: Routledge.

Massey, Doreen (1994) *Space, place and gender*. Cambridge: Polity Press.

Nogué, Font, Joan y Rufi, Joan Vicente (2001) *Geopolítica, identidad y globalización*. España: Ariel Geografía, pp. 11-26.

Nogué, Joan (2007) "Geografía Política". En Daniel Hiernaux y Alicia Lindón (dirs.), *Tratado de Geografía Humana*. Barcelona y México: Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa y Anthropos, pp. 202-219.

Ortega Valcárcel, José (2000) *Los horizontes de la geografía: Teoría de la geografía*. Barcelona: Ariel.

Portes, Alejandro (1995) *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*. México: FLACSO-México/ Miguel Ángel Porrua.

Raffestin, Claude (1980) *Pour une géographie du pouvoir*. Paris. Litec.

Raffestin, Claude (1977) "Paysage et territorialité". *Cahiers de Géographie de Québec*, 21, pp. 123-134.

Ratzel, Friedrich (1898-99) [1987] *La géographie politique*. Paris: Payard

Reguillo, Rossana (1998) "De la pasión metodológica o la (paradójica) posibilidad de la investigación". En: Mejía Arauz, Rebeca y Sergio Antonio Sandoval (1998), (coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa, Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. ITESO, México, pp. 17-38. (núm. 1)

Rosales, Roció y Paniagua, Marlen (2010) "Escalas geográficas y procesos: Las interrelaciones campo ciudad". En Rosales Ortega Rocio y Chauca Malásquez Pablo (coords.) *Desarrollo Local. Teorías, políticas y experiencias*. México: Plaza y Valdez editores, UAM Iztapalapa y Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, pp. 49-70.

Ruiz Olabuénaga, José Ignacio (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao, pp. 11-32.

Sack, Robert David (1986) *Human territoriality: Its theory and history*. Cambridge: University Press.

Sánchez, Joan-Eugeni (1992), *Geografía Política*. España: Editorial Síntesis.

Santos, Milton (2000) "Horizontalidades y Verticalidades." En *La naturaleza del espacio. Técnica y Tiempo*. Barcelona: Ariel, pp. 237-243.

Schneider, Sergio y Peyre, Ivan (2006) "Territorio y enfoque territorial".  
En Manzanal, Mabel; Neiman, Guillermo y Lattuada, Mario. Org. *Desarrollo Rural, Organización, Instituciones y Territorio*. Buenos Aires. Ciccus, pp. 71-102.

Silva, Diana (2007) "Las redes sociales y la importancia de la mediación política en el comercio de la vía pública." *Perfiles Latinoamericanos*, (30), pp. 79-99.

Taylor, Peter y Flint, Colin (2002), *Geografía política. Economía-Mundo, Estado-Nación y Localidad*. Madrid: Trama

Taylor, S. J. y R. Bogdan (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Col. Paidós Básica, Paidós, pp. 15-94.

Tuan, Yi-Fu (1977) *Space and Place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota, pp. 73-149.

Wellman, Barry (2000) "El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia". *Política y Sociedad*, (33), pp. 11-40.

#### **Consulta de archivos electrónicos.**

<http://www.aridra.com/>

<http://www.ina.org.mx/>

<http://www.cuauhtemoc.df.gob.mx/>

<http://www.chrysler.com.mx/>