

Mujeres y empresas familiares precursoras y contemporáneas de la industria textil en San Miguel el Alto, Jalisco^o

Women and Family Businesses: Pioneering and Contemporary Trajectories in the Textile Industry of San Miguel el Alto, Jalisco

Recibido: 19 de enero de 2026 | Aceptado: 11 de marzo de 2026 | Publicado: 30 de abril de 2026

DOI: 10.32870/PUNTO.V12I22.302

Gizelle Guadalupe MACÍAS GONZÁLEZ *
María Martha MUÑOZ DURÁN **
Alma Azucena JIMÉNEZ PADILLA ***

RESUMEN

Este artículo analiza los aportes, dinámicas e itinerarios de vida de cuatro empresarias en negocios familiares del sector de la confección y comercialización de indumentaria en San Miguel el Alto, Jalisco, México. A partir de sus experiencias situadas, se presenta la historia de las muje-

.....

- Este trabajo se deriva del proyecto *Desarrollo regional y empresas familiares mexicanas. De la ocupación tradicional al negocio familiar: Cultura, gestión y fomento de estrategias organizacionales para empresas familiares regionales* apoyado por la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) en el año 2025.

* Autora de correspondencia. Centro Universitario de los Altos. Universidad de Guadalajara. México. ORCID: 0000-0002-4327-8710
Email: gmaciasg@cualtos.udg.mx

** Centro Universitario de los Altos. Universidad de Guadalajara. México. ORCID: 0000-0002-8668-0187. Email: mduran@cualtos.udg.mx

*** Centro Universitario de los Altos. Universidad de Guadalajara. México. ORCID: 0000-0002-5118-9144. Email: ajimenez@cualtos.udg.mx

res en dos casos contemporáneos (Rosa Macías de Jancardo Joseet y Carolina Jiménez de Diseños Carolina) y dos trayectorias precursoras (Carlota Robledo de Loren's y Carmelita Barone de Jomar). El estudio visibiliza su contribución estratégica y su influencia en la toma de decisiones como factores determinantes para el surgimiento, la continuidad y el legado de la industria textil regional.

PALABRAS CLAVE: mujer empresaria, empresa familiar, historia de mujeres, trabajo, industria textil.

Abstract

This article analyzes the contributions, dynamics, and life itineraries of four female entrepreneurs within family businesses in the garment manufacturing and marketing sector in San Miguel el Alto, Jalisco, Mexico. Grounded in their situated experiences, the study examines two contemporary cases (Rosa Macías of Jancardo Joseet and Carolina Jiménez of Diseños Carolina) alongside two pioneering trajectories (Carlota Robledo of Loren's and Carmelita Barone of Jomar). The research highlights their strategic contributions and influence on decision-making as determining factors in the emergence, continuity, and legacy of the regional textile industry.

Keywords: *women entrepreneurs, family business, women's history, work, textile industry.*

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO

Macías-González, G. G., Muñoz-Durán, M. M. y Jiménez-Padilla, A. A. (2026). Mujeres y empresas familiares precursoras y contemporáneas de la industria textil en San Miguel el Alto, Jalisco. *Punto Cunorte*, 12(22), e22302. <https://doi.org/10.32870/punto.v12i22.302>

INTRODUCCIÓN

Muchas de las mujeres de las comunidades alteñas han incorporado a sus familias en la economía de la región a través del ramo textil. En ciudades del estado de Jalisco como San Miguel el Alto, Zapotlanejo y Tepatlán de Morelos se desarrollan permanentemente labores productivas relativas al diseño, confección y comercialización de artículos del giro textil, en las que el rol precursor de las mujeres ha sido determinante. Ellas han desarrollado sus habilidades tanto en el manejo de la costura como en el impulso empresarial.

Diversos tipos de prendas son confeccionadas en la región, que van desde los blancos del hogar, ropa deportiva, de ceremonia y de moda tanto femenina como masculina; mismas que con el transcurso del tiempo se han modificado por las tendencias, competencias y crisis que se han afrontado. No obstante, este tipo de giros textiles permanecen vigentes con ciertas transformaciones.

LA INDUSTRIA TEXTIL EN MÉXICO Y LAS MUJERES

La industria textil en México ha ocupado el interés de diversas investigaciones que exploran aspectos económicos, sociales y tecnológicos. De igual manera se aborda el papel que han jugado las mujeres en esta rama de la economía. Disciplinas como la historia económica y la antropología se han enfocado en conocer la trayectoria de esta actividad fabril pionera en el desarrollo industrial mexicano. Por ejemplo, Guillermo Beato estudió en 1985 la industria textil jalisciense con énfasis en los empresarios (Galvarriato, 1999).

A su vez, las mujeres tuvieron una presencia relevante en las fábricas textiles durante el proceso industrializador de México del siglo XIX: en las fábricas de hilados, de tejido de punto, de medias y en boneterías, la participación femenina era significativa. El ingreso de las mujeres al trabajo industrial abrió posibilidades de independencia económica pero en condiciones marcadas por la precariedad. Aunque los procesos de mo-

dernización las fueron expulsando de los grandes establecimientos, lejos de desaparecer, su trabajo se reubicó en talleres urbanos y rurales, sobre todo, en la confección y el trabajo a domicilio (Durand, 1989).

Estos talleres se situaron en el hogar porque la participación femenina era central. La continuidad productiva se dio en contextos locales desde la industria en pequeña escala. Lo doméstico era un espacio feminizado de organización del trabajo productivo, al ser más flexible la instalación de la infraestructura desde el hogar. Los talleres de corte y costura donde laboraban mujeres jóvenes se articulaban con la producción del mercado, se disciplinaban tiempos, se coordinaba la mano de obra familiar y se reconfiguraban relaciones de género y clase. Además, estos talleres-empresas surgen en copropiedad de mujeres y hombres — generalmente un matrimonio— y parientes (Wilson, 1990). A su vez, por la naturaleza de los negocios familiares del área textil, los aprendizajes del saber técnico-comercial ocurren en el *piso del taller* y en la práctica cotidiana (Scranton, 1992).

Los antecedentes de la confección de ropa están ligados a estos saberes femeninos ancestrales como el bordado y la elaboración de prendas para la familia; asimismo, quienes eran migrantes internacionales adquirieron conocimientos al trabajar en fábricas dedicadas a la manufactura de ropa que a su regreso pusieron en práctica en el trabajo a domicilio y en la maquila, desarrollados en el hogar y en pequeños talleres subcontratados; pero a la fecha las fábricas están desapareciendo y en su lugar están quedando los talleres cada día más pequeños y el trabajo a domicilio precarizado (Arias y Wilson, 1997; Cota, 2012, 2021; Arias *et. al.* 2015).

LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA REGIÓN Y EN SAN MIGUEL EL ALTO, JALISCO, MÉXICO.

En la región Altos Sur del Estado de Jalisco se ha presentado un notable desarrollo de la industria textil que inició en la década de 1960 y principios de 1970, con tres puntos preponderantes cada uno con característi-

cas específicas, pero que también comparten algunos elementos: Zapotlanejo, dedicado a la confección de prendas de vestir; San Miguel el Alto, donde inicialmente se enfocaron en la ropa tejida como suéteres y prendas deportivas, pero que a la fecha ha transitado a las prendas ceremoniales (Arias y Wilson, 1997; Cota, 2012, 2021); y Tepatitlán de Morelos, con especialización en los blancos.

El producto de Zapotlanejo se vendía en Guadalajara mayormente y en las tiendas de la localidad, en Tepatitlán el punto de venta ha sido el tianguis textil, lugar de donde se surten comerciantes minoristas de diversas partes de México, en tanto que San Miguel el Alto encontró su nicho de mercado en distintos comercios de estados vecinos, incluso en tiendas departamentales del país, participando también en las exportaciones. Una salida más fue la entrega en otros centros especializados en la confección como Moroleón, Guanajuato y Villa Hidalgo, Jalisco (Arias *et al.*, 2015). Actualmente los mayores puntos de ventas son los lugares céntricos y de antaño de la comercialización, como la calle Guadalupe Victoria en Zapotlanejo, así como ubicaciones configuradas por el sector gubernamental, como el Núcleo Textil en Tepatitlán de Morelos. Otras por los propios negocios como lo es la Plaza del Vestido en San Miguel el Alto (L. Lupercio, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025).

Por otro lado, a finales de la década de los años sesenta surgió una próspera y reconocida industria textil en San Miguel el Alto, con marcas que llegaron a competir tanto a nivel nacional como internacional (Chávez, 2013; Chávez y Maza, 2015). En esta población la industria de la confección se sostiene como un componente relevante del tejido económico local: mientras los Censos Económicos 2019 ubicaban a las manufacturas con 11.9 % de participación sectorial municipal (Secretaría de Economía, 2025), en el año 2024 se registraron 1,908 unidades económicas, de las cuales 370 (19.39 %) pertenecen a industrias manufactureras, en un contexto dominado por el comercio y los servicios (IIEG, 2024). Dentro del valor agregado municipal la cadena textil muestra un peso específico: la fabricación de prendas de vestir aporta 11.5 % y la fabricación de insumos textiles y acabado de textiles un 8.1 %; además, el co-

mercado minorista asociado (productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado) representa 2.7 %, lo que perfila un entorno donde la producción de telas/insumos, la confección de prendas —incluyendo líneas que pueden orientarse a ropa tejida, deportiva y de ceremonia— y su comercialización coexisten como actividades articuladas a mercados regionales y locales (IIEG, 2025).

LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS FAMILIARES

La empresa familiar implica un tipo de negocio heterogéneo identificado por la propiedad, gestión, sucesión y sistema de valores que se enmarcan en la especificidad de las regiones culturales como el caso latinoamericano (Vázquez *et al.*, 2024). La posesión está en manos de la familia y sus descendientes, quienes la inician, laboran y toman decisiones (Acosta *et al.*, 2019) por lo que surge el trabajo en colaboración con sus integrantes (González, *et al.*, 2023) y es donde las mujeres representan un capital humano muy valorado (Salganicoff, 1990). Incluso desde roles informales las mujeres influyen significativamente en los procesos de toma de decisiones (Dettori y Floris, 2023). La cultura empresarial familiar se guía por la visión, los valores y las relaciones familiares (Acosta *et al.*, 2019), su objetivo es la aspiración de que el negocio pase de generación en generación, aunque los hechos demuestran lo complicado de lograrlo.

Dentro de este marco la participación de las mujeres en las empresas familiares ha sido un tema de investigación desde la década de 1980 (Lyman *et al.*, 1985). A pesar del compromiso la contribución del esfuerzo femenino ha sido invisibilizado, puesto que por motivos personales y culturales ellas asumen papeles secundarios (Cesaroni y Sentuti, 2014) o discretos. El desempeño femenino no se reduce a ocupar un puesto formal, abarca actos y procesos que sostienen, organizan, negocian y proyectan el negocio en el tiempo (Macías, 2026). Campopiano y otros colaboradores (2017) lo conceptualizan como un fenómeno multinivel individual, familiar y empresarial, al organizarlo en: entrada a la empresa, sucesión, trayectoria-carrera y presencia dentro de la firma fami-

liar, destacando además el peso del factor sociocultural (Cesaroni y Sentuti, 2014; Dettori y Floris, 2023).

En este contexto de complejidad se da la participación femenina. Ellas frecuentemente configuran sus propias vidas en función de que han tomado la iniciativa del negocio (González, 2020). Sin embargo, Calabrò y otros (2024), mencionan que cuando ellas se integran y pertenecen a la familia propietaria (Akhmedova, *et al.*, 2020) pueden, por un lado, quedar atrapadas (en la jaula de oro) en los estereotipos tradicionales que cuestionan su autoridad y validación, así como también reproducen una tensión constante entre los roles productivos y los roles de cuidado (Calabrò *et al.*, 2024), puesto que pueden estar desempeñándose incluso como directoras emocionales y promover indirectamente la legitimación de las mujeres como líderes. Esta contribución empresarial femenina — frecuentemente percibida como apoyo oculto tanto en la teoría como en la práctica— se materializa en experiencias directivas formales e informales orientadas a la continuidad, resultando ser las “heroínas anónimas” (Eddleston y Sabil, 2019).

Las mujeres en América Latina sostienen redes, administran tensiones hogar–empresa y fortalecen con resiliencia actuando como administradoras y soportes del negocio familiar, sus roles multifacéticos se ven influenciados por la lógica simultánea del hogar y de la empresa; su rol es formal-informal así como también visible y discreto (Discua Cruz *et al.*, 2024).

Así pues, la participación de las mujeres tiene efectos en la toma de decisiones estratégicas, el crecimiento, la rentabilidad, así como en el impulso y en la sostenibilidad de los negocios; su influencia no se agota en sus cargos porque también opera en roles informales que impactan en el rumbo de sus empresas. Muchas veces su labor se etiqueta como apoyo (acompañar, mediar, organizar, sostener vínculos, contener crisis, traducir tensiones familia-empresa) y puede entenderse como una gobernanza cotidiana: microdecisiones que habilitan las de mayor alcance; su aporte estratégico se da en contextos adversos como desarrolladoras de negocios, formuladoras de políticas y candidatas a las

vacantes críticas; ocupan gerencias simbólicas y son pieza clave en la construcción de identidad (Azad-Honari *et al.*, 2025). Finalmente, ingresan a la empresa en roles operativos básicos pero progresivamente se visibilizan a través de desarrollar ideas innovadoras. Sus roles se agrupan en seis categorías: gestión y liderazgo, transformación e innovación, propiedad y sucesión, facilitación y responsabilidad social, identidad, continuidad y sostenibilidad, así como roles operativos y ejecutivos (Azad-Honari *et al.*, 2025).

METODOLOGÍA

En este artículo se analiza cómo ha sido el desempeño de cuatro mujeres en sus negocios familiares, los aportes que han llevado a cabo y cómo se presentan sus dinámicas e itinerarios de sus vidas y sus familias en sus compañías. Mediante la profundización de dos casos actuales donde las mujeres tienen a la labor textil como la actividad económica en la que se desenvuelven junto con sus familias, se entreteje una comparativa con dos casos de mujeres que participaron en empresas familiares precursoras de la confección y comercialización de ropa de su municipio.

A través de un diseño cualitativo, esta investigación rescata la historia de las mujeres desde una perspectiva de experiencia situada (Ramos, 2008) en sus compañías familiares, al analizar sus contribuciones y la dinámica de su participación.¹ La investigación se desarrolló en el año 2025 y tuvo lugar en San Miguel el Alto, Jalisco, México.

Las personas participantes son figuras claves del sector textil que dan cuenta de la contribución de las cuatro mujeres y los itinerarios de sus empresas familiares. Para el caso de las firmas actuales se entrevistó a la

.....

1 El estudio contempla la investigación-acción, donde no solo se extrae información en etapas de recogida de datos y de diagnóstico, sino que además pretende llevar a cabo capacitación a las personas que participan en las empresas familiares, mediante la impartición de conferencias, talleres, asesorías y acompañamientos, los que se espera brinden herramientas útiles para sus emprendimientos.

propia empresaria que a su vez es la líder de la plaza del vestido y también a la coordinadora de dicho recinto; mientras que otro informante fue el esposo de una segunda empresaria (puesto que ella estaba co-siendo, por lo que le pidió a su marido relatara su experiencia y ella de repente transitaba por el área). Sobre los casos de las firmas precursoras en producción de hilos, telas y confección de prendas participaron como informantes sus familiares. Además, para contextualizar el estudio también se obtuvo información complementaria en encuentros con habitantes y personas del sector gubernamental.

La intención es reconstruir la experiencia histórica de las mujeres al rescatar su participación (Rivera, 2013) en las empresas. Por lo que las técnicas de recolección de datos fueron las entrevistas semiestructuradas y a profundidad que acopian la historia oral y los escritos de múltiples fuentes: recorridos de área y observación directa registrada en diario de campo. Además, se consultaron publicaciones sobre compañías de este municipio como la de Moisés Chávez (Chávez, 2013; Chávez y Maza, 2015) y videograbaciones en medios. El tratamiento de la información recabada se realizó mediante el análisis narrativo e interpretativo (Beiras *et al.*, 2017) buscando la profundidad y el detalle al prestar atención también al contexto (Riessman, 1993), que da centralidad a las historias contadas.

La forma de contactar a informantes fue a través de personas allegadas, quienes facilitaron sus enlaces y se les visitó en su población; además de conversaciones, citas y visitas acompañadas por el director de promoción económica del municipio.

HALLAZGOS

Los datos que a continuación se exponen fueron recabados en su mayoría por medio de entrevistas cara a cara con personas involucradas en la industria de la confección de ropa; recorridos, observación, además de la extracción de documentos escritos (Chávez, 2013; Chávez y Maza, 2015) y grabaciones (Admin, 2012). En este apartado se analiza el desempeño

y la contribución de las mujeres en sus empresas familiares, al entretrejer sus itinerarios de vida con el desarrollo de sus firmas.

Mujeres y empresas familiares pioneras del ramo textil en San Miguel el Alto

En esta primera sección se analizan las experiencias situadas de Carmelita Barone y Carola Robledo para comprender su impacto en el surgimiento y la consolidación de la industria textil regional.

El rol de Carmelita Barone en el fortalecimiento de Loma Textil.

Los orígenes de la industria textil en San Miguel el Alto Jalisco se remontan a la década de los años sesenta, con el surgimiento de Loma Textil, empresa fundada principalmente por José Martínez Ramírez, oriundo e integrante de una familia dedicada al abarrotes o miscelánea en el centro de la ciudad, quien a temprana edad migró a la Ciudad de México con la finalidad de estudiar, pero finalmente se dedicó a trabajar, fue empleado por comerciantes judíos que se dedicaban a la venta de hilo (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). En los años cincuenta su labor era vender diferentes productos puerta a puerta en ruta por varias ciudades desde Guadalajara (Chávez y Maza, 2015), por lo que observó las predilecciones de consumo de las localidades y la producción de textiles de algunos estados. Además, en pequeña escala vendía hilo y estambre que trasladaba en autobús desde su lugar de destino migratorio hasta su pueblo natal (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). Posteriormente perfila su negocio de comercialización ahora con producción a inicios de los años sesenta, al adquirir un taller para elaborar prendas de vestir con el fin de cubrir los requerimientos de venta en su etapa de soltería.

Carmelita Barone oriunda de Guadalajara, que también conocía del ramo textil puesto que su padre tenía toda la venta de hilos en Guadalajara, tenía un hijo y estaba en viudez; por lo que se casa con José y comparte responsabilidades y actividades del negocio. Sus tareas eran

coordinar la distribución de mercancías producidas, mientras que las personas de confianza coordinaban la producción. Ella menciona que en 1964 comienza con su taller de telas para la industria en San Miguel, eran cuatro personas en un cuarto pequeño. Carmelita señala que ella los acompañaba, cargaban la camioneta y se iban en la madrugada a vender a los pueblos y hasta las 11 de la noche regresaban (Admin, 2012).

En 1965 trabajaban ya treinta personas, por lo que en 1971 emprenden Loma Textil, dos talleres y una empresa de telas (Chávez y Maza, 2015). Mientras que en 1976 emergen en San Miguel múltiples talleres familiares de tejido con máquinas manuales.

En los primeros tiempos de Loma Textil se fabricaban calcetines para caballero, luego se incorporaron las playeras y posteriormente telas, “...terlenka, una tela que se vendía a morir, exportaban a América del Sur” (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). En los años ochenta y noventa se consolida con ropa deportiva y se incorporan los hijos varones (Chávez y Maza, 2015). Entre el año 1985 y 1990 se fundaron dos compañías más: una filial que se llamaba Compañía Calce-tera JoMar y la otra fue Atlética dedicada a la confección de ropa deportiva, pero su fuerte fue producir telas para pants, felpa, tela para mochilas y para camiseta deportiva. La planta de la empresa antes mencionada llegó a tener hasta 2,400 personas empleadas (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). Jomar contaba en el año de 2,000 a 3,500 personas laborando (Chávez y Maza, 2015). Finalmente, debido a que al ser una empresa familiar no resistió la sucesión, estas empresas desaparecieron y fueron reemplazadas por Loma Lasatex, propiedad de su hijo Alberto, de una dimensión mucho más modesta; y por la comercializadora Atlética por parte de su hijo Mario. Mientras que su hija Lorena heredó las agencias de coches. “A la muerte del fundador, las personas herederas terminaron vendiendo la mayor parte de los activos” (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025).

El legado de la primera empresa familiar textilera consistió en un patrimonio de conocimientos que obtuvieron las personas empleadas, quienes después de trabajar por algunos años para ésta, salieron a poner

sus propios talleres familiares, que empezaron a proliferar alrededor del año de 1985.

José viajaba directamente en avión a Suramérica para vender sus productos, hacía llegar la mercancía a su destino por paquetería, el mercado nacional igualmente era una importante salida para su producción, en este caso quienes eran sus clientes acudían hasta sus fábricas para adquirir las mercaderías. Al frente de la producción y administración de las empresas de don Pepe estaba su familia, sus hermanos, los que sí cursaron carreras administrativas y uno de ellos era sacerdote que radicaba en Monterrey, pero que de igual manera tenía participación en el consorcio (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025).

Carlota Robledo: visión estratégica y consolidación de Loren's. Otra importante empresa de tejido que surgió en la misma época fue Loren's Punto Fino. Las personas fundadoras fueron una pareja: Carlota Robledo, oriunda de la localidad y comerciante por enseñanza de su padre, quien recibió de su madre al casarse una máquina de coser; y Tomás González, quien se dedicaba a la agricultura y no tenía conocimientos de la industria textil. En 1967 Arturo González, quien vino a vender máquinas a la primera empresa —Loma Textil— y que era originario de San Miguel el Alto —tenía su agencia en Guadalajara y Aguascalientes—, compadre de Tomás, le propuso la transacción: “te vendo estas máquinas”, y él le dijo: “yo no sé nada, qué voy a saber yo... tengo rancho”. La iniciativa de las mujeres por impulsar los emprendimientos se deja ver en las palabras del informante quien mencionó que la decisión final se llevó a cabo porque doña Carlota insistió: “con el ansia de superación y deseos de salir adelante”, “Doña Carlota, imis respetos!, buscaba todo, ipor arriba!, ipor abajo!”, pues su situación económica no era tan boyante (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025).

Después de muchas dudas, pero animado por su esposa Carlota, Tomás terminó comprándolas. Él requería la decisión de su esposa para comenzar a fabricar, a lo que Carlota señaló que ella podía hacer todo lo textil, pues producía toda la ropa para sus hijos/as. Ella era la única con

conocimiento sobre la costura al tener su máquina Singer (Chávez y Maza, 2015). Lo anterior también significa que de alguna manera la expansión textilera está auspiciada por la primera iniciativa; por otra parte, también interviene la red de parentesco, vecindad y compadrazgo.

En los inicios los talleres produjeron la tela del tejido, pasaron a procesar la tela, buscar combinaciones, colores y luego el diseño, cortarlo, coserlo y la confección; se instalaron en cuartos rentados, en lo que acondicionaron un lugar dentro de la casa familiar -para meter la maquinaria-, que contaba con espacio suficiente pero que estaba dedicado a la cría de cerdos (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). Carlota era quien cubría cualquier vacante. Además de fabricar, salía por varios días a vender, a buscar clientes, visitaba varias entidades camino al Distrito Federal, coordinaba la confección y la capacitación de trabajadoras. En los años noventa termina su producción escolar y se encausa a la moda elegante (Chávez y Maza, 2015). Carlota fabricó uniformes para vender en varios estados y confeccionaba muestras de suéter infantil. Ella era la directora de toda la fábrica: “era la del estilo, la de todo”. Carlota salía a vender a las ciudades con algunos de sus hijos más pequeños e incluso en la madrugada, con la ayuda de sus hijas, embolsaba los pedidos: “suéteres, capas, rebozos y chamarras”. Tenía talleres en Zacatecas, Aguascalientes y recibía mucha gente que acudía para recibir trabajo. “Ella también llevaba en la camioneta la maquila: corte, estilo, muestra, etiquetas, botón”. También entregaba las máquinas y repartía las tareas de las mercancías a algunas personas, a quienes solicitaba que le firgaran de recibido. No obstante, la planta contaba con más de cuatrocientas personas laborando. La producción de Loren’s se enfocó en prendas tejidas, principalmente suéteres, los que por su calidad se llegaron a vender en prestigiosas tiendas nacionales y extranjeras (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025). Pasados los años, la empresa se le renta a Fernando, el hijo mayor, quien contaba con mueblería anteriormente. Tomás quería regresar al campo; sin embargo, Carlota continuó participando en el negocio familiar textil. La firma familiar liderada por Fernando obtuvo un posi-

cionamiento nacional relevante y de prestigio, se incorporó Cecilia, su hija, quien fue una diseñadora muy capaz. Lorena, la hija menor de Carlota y Tomás, emprendió con su esposo Miguel Ángel otra compañía textil llamada creaciones MACS, quienes compartieron prácticas de proveeduría, viajes de diseño y asociación a cámaras (M. A. Casillas, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025) con la empresa matriz. En la actualidad las empresas ya no operan, al igual que la antes descrita, han sufrido la sucesión y la pandemia sin lograr sobrevivir. A cambio de la experiencia, han surgido nuevas empresas que se dedican a la confección de ropa ceremonial, algunas operadas por integrantes de la familia fundadora y otras por personas empleadas que aprendieron el oficio.

Mujeres y empresas familiares contemporáneas de la industria textil

En este apartado se analizan las experiencias situadas de Carolina Jiménez y Rosa Macías y su contribución a la configuración actual de la industria en San Miguel el Alto.

Carolina Jiménez, de la experiencia migratoria al liderazgo empresarial. La familia de Carolina Jiménez Martín² es originaria de San Miguel el Alto, Jalisco, pero vivían en Guadalajara. Ella retorna cuando su hermana ingresa a estudiar al Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara, que se encuentra en Tepatlán de Morelos, Jalisco, por lo que ambas se mudaron a San Miguel.

Caro realiza sus estudios de contabilidad en Guadalajara y menciona: “llego a un pueblo donde se fabrica ropa y yo no sabía ni agarrar una aguja”. Carolina se inserta laboralmente en el sector textil gracias a redes de confianza familiar: “me adapté, entré a trabajar con Yomel —un diseñador muy famoso— gracias a una tía que era su amiga”. Con esta oportunidad, ella identifica un rasgo personal que conecta su formación

.....

2 C. Jiménez, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025.

con el mundo productivo: “me di cuenta de que estoy enamorada de todos los trabajos manuales”; y con este descubrimiento, decide emprender. A su vez, con esta inquietud una amiga le comenta que existían locales en Plaza —del vestir— por lo que comienza con este emprendimiento y ya no regresa a Guadalajara. Ella recuerda su inicio en Plaza como un punto cero productivo y comercial: “Yo entré aquí en Plaza, yo no tenía taller... sin clientes, sin nada”. Así, la Plaza aparece como plataforma de inserción, un lugar para “tener dónde trabajar” y desde ahí “hacerme de clientes, de ventas”. Dentro de esta trayectoria hay un episodio que funciona como segunda bisagra temporal. Cuando ella ya se sentía “feliz en Plaza”, el dueño del local decide vender y, además, “en ese tiempo no había locales disponibles”, por lo que: “gracias al presidente en turno... habló bien de mí... llegamos a un acuerdo, le di una parte y otra parte me la prestó”. Actualmente ella lleva diez años en Plaza del Vestir. Sobre su dinámica familiar señala: “mis papás son separados... desde que mi papá se fue de la casa, económicamente a mí me tocó hacerme cargo”. En consecuencia, la consolidación en Plaza se traduce en capacidades concretas de cuidado y soporte: “gracias a Plaza ahora tengo otro local con el que le puedo dar trabajo a mi mamá”. Y a su vez menciona de la incorporación al sector por parte de su hermana: “mi hermana es abogada y está emprendiendo con otro local”.

Actualmente cuenta con dos locales, uno propio y otro rentado, y diversifica su oferta hacia el mercado ceremonial: “tengo dos locales, uno es ya mío y el otro lo rento y ahí manejamos recuerdos para las ceremonias, que ahora se le llaman las bendiciones”.

Carolina describe las transformaciones generacionales de la Plaza: algunos negocios cerraron porque “sus hijos... no continuaron”, vendieron o rentaron locales y eso abrió paso a personas nuevas.

Ella lo expresa como un antes y un después en la venta y en la organización: “Yo de pandemia para acá, sí nos estancamos un poquito... nos costó trabajo entender y vender por redes”. Carolina responde con profesionalización empírica a su servicio: “Ahora lo que hago es un video de cuando estoy empacando y les pido: cuando tú desempaques, hazme el video”.

En el presente Carolina es la líder de la Plaza del Vestir, como lo refiere: “yo ahorita estoy en la cabeza, pero tengo un comité. Hay quien se encarga del dinero, hay quien se encarga de la seguridad”, “yo me siento ahorita como la mamá de Plaza; me toca la disciplina, regañar y todo”. También ubica su presidencia como un hecho histórico de género: “No sé si sea la primera presidenta, pero sí en mucho tiempo”.

A su vez menciona la experiencia colectiva de su liderazgo ante conflictos con clientes: “yo no puedo quedar mal porque queda mal Plaza; debemos tener esa conciencia”.

Rosa Macías: Fundadora de una empresa familiar textil, su legado a la industria y su papel como precursora del éxito profesional y emprendedor de sus descendientes. La historia de esta mujer y su empresa familiar está contada desde la perspectiva de su esposo,³ el señor Luis. Se sabe que una de las prioridades de los estudios de género es recuperar la visión de las mujeres de su propia vida y los sucesos por los que han transitado, pero en este caso, la misma dinámica de Rosa, la protagonista, no le permitió hablar, solamente saludar y estar cerca trabajando. El día de la visita ella estaba atareada completando un pedido urgente y debido a que no cuenta con personal adecuado y por la demanda de la temporada de invierno, ella misma se puso a pedalear desde la madrugada hasta altas horas de la noche, porque quedar mal con los clientes no es una opción.

Rosa es descendiente de una de las primeras familias que iniciaron la actividad textil en San Miguel el Alto, fabricaban capas tejidas para niñas y dama, batitas de tergal francés y de deshilado —en un tiempo lo trabajaron mucho—. Ella desde muy joven participó en el negocio familiar, realizaba varias tareas, aprendió a cortar, coser y diseñar; estos saberes los obtuvo de manera empírica, observando e imitando a su madre y a su hermana mayor. De los descendientes de esta familia, tres mujeres

.....

3 L. Lupercio, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025.

y cuatro hombres; solamente dos continuaron con la actividad textil, porque dos mujeres se casaron y residen en Estados Unidos, los más chicos estudiaron carreras profesionales.

Rosa y Luis contrajeron matrimonio en el año de 1989, ella permaneció por cuatro años trabajando en el taller de su padre y su madre. Comenzaron su propia empresa en 1992 a iniciativa de ella, que insistió: “¿Sabes qué?, vamos a seguir nuestro propio negocio”, pero él no estaba convencido de dejar su empleo. Iniciaron con unos cuantos rollos de tela de 20 a 50 metros cada uno, solamente contaban con una máquina de *overlock* y otra de costura recta, la tela la tendían en el piso y cortaban con tijeras. La misma Rosa diseñaba, hacía los patrones, rayaba la tela y cosía, en tanto que Luis se dedicaba a cortar. Los diseños eran exclusivos, no copiaban, pero tampoco les gustaba compartirlos. La comercialización la realizaban en Moroleón, Guanajuato y en Villa Hidalgo. Los fines de semana Luis tomaba el camión e iba a ofrecer sus productos y a entregarlos. Al principio trabajaron la ropa para niña, vestidos tipo *jumper*, luego incorporaron las bermudas y las playeras para niños.

Para arrancar su negocio, esta pareja no contó con ningún apoyo financiero ni de ningún otro tipo, sus primeras máquinas las compraron con crédito a la palabra y fueron creciendo y capitalizando con el producto de sus trabajos y esfuerzos.

Diez años después, el negocio había crecido, alcanzaron una producción de 200 prendas semanales, aunque abandonaron la confección de ropa para niño y se dedicaron exclusivamente a la de niña, porque en esos años entró una fuerte competencia que venía de la ciudad de México. Llegaban conjuntitos de bermuda y playera acompañados con algún juguete a solo 90 pesos, cuando ellos los tenían a 150 pesos, por lo que no pudieron competir.

En el año 2007 cambiaron a la manufactura de vestido casual, llegaron a producir hasta 600 vestidos por semana y contaban con 40 personas empleadas: “Llegamos a tener cuatro locales en Plaza del Vestir”, pero las tiendas no llevaban el mismo ritmo. Se les acumuló inventario, las

telas y los modelos pasaban de moda: “No se vendía mucho porque competimos mucho con la gente” señalaba el informante. Y para deshacerse del producto estancado, hacían donaciones a instituciones benéficas.

Cuando la pandemia llegó el número de personas empleadas ya había disminuido a la mitad y en los primeros meses cerraron el taller, por disposición gubernamental. Posteriormente les permitieron abrir con la condición de manufacturar lo que hacía falta: cubrebocas; y eso hicieron: “Así fluía el taller y no las descansábamos (a las personas empleadas), las ventas empezaron antes de que produjéramos”. Llegaron a producir hasta diez mil piezas por semana de buena calidad, mismas que llegaron a exportar a Estados Unidos.

Actualmente están enfrentando una carencia seria de personal. Por día faltan hasta tres empleadas de las cinco con las que cuentan, por tal motivo Rosa se ve obligada a trabajar a marchas forzadas haciendo todo tipo de tareas, no solamente supervisar y diseñar, sino también cortar y coser. Al respecto Luis dijo lo siguiente:

Ya es muy difícil contar con las empleadas porque un día o dos no vienen... y uno con el compromiso que se ha hecho de entregar el producto! En la actualidad, ya si vienen --si me ayudan tres o cuatro horas- se los agradezco (L. Lupercio, comunicación personal, 18 de septiembre de 2025).

Es frecuente que se recurra a la maquila a domicilio realizada por sus exempleadas, que están familiarizadas con la calidad y acabados que les gusta llevar.

En cuanto al traspaso a la siguiente generación, la posibilidad se ve en que el hijo mayor sea quien continúe, debido a que el más pequeño no está interesado. Las dos hijas han estudiado carreras relacionadas con las ciencias de la salud y están perfectamente instaladas con el apoyo de su madre y padre, con recursos provenientes del negocio de confecciones. Instalaron una clínica dermatológica y una farmacia ubicadas en la misma ciudad donde radica la familia, cuentan con una cartera de clien-

tes en constante crecimiento, ellas son dignas representantes de su generación que además de cumplir metas laborales, disfrutan de la vida y recorren el mundo como viajeras.

Que descendientes cambien de giro es algo frecuente, y aunque la sucesión no se de en la misma rama económica, sí es un legado del esfuerzo de sus antecesores quienes pugnaron por otorgarles apoyo económico y moral a sus hijas e hijos, además de tener la libertad de elegir hacer lo que más les gusta. Sus hijas ponen en práctica los saberes empresariales adquiridos en el seno de una familia textilera, mientras que el hijo mayor tal vez pueda darle continuidad a la firma textil.

DISCUSIÓN

Los procesos de emprendimiento textil en San Miguel el Alto comienzan por una oportunidad de negocio y por el impulso empresarial, ocurren en una etapa de vida de las personas de madurez y en su mayoría al adquirir la condición de matrimonio. Las mujeres deciden contribuir con sus destrezas en la producción textil y en la comercialización, involucrándose en la vida empresarial, en compañía de la pareja o la familia. Ellas aportan su habilidad de *multitasking* doméstico y lo transfieren a los múltiples roles empresariales (Azad-Honari *et al.*, 2025), siendo las personas idóneas para desempeñar cualquier necesidad de vacante de puesto en momentos críticos: costurera, diseñadora, cortadora, vendedora, empacadora, encargada de innovación, organizadora de maquila, directora de planta, copropietaria, otorgadora de empleo, impulsora de nuevos emprendimientos familiares y proveedora de legado sobre saberes empresariales, así como líder de familias comercializadoras y productoras de textiles.

El aporte femenino es estratégico para el giro textil, su incorporación se da desde el surgimiento (Campopiano *et al.*, 2017) y los aprendizajes de la actividad se generan en el trabajo, la familia y el territorio.

En los casos de negocios precursores textiles, los esposos se ven en la disyuntiva de elegir el emprendimiento y ellas son primordiales para

confirmar las decisiones: representan fortaleza emocional, compromiso, lealtad y habilidad técnica-empírica para su proyecto económico, son las “heroínas desconocidas” (Edleston y Sabil, 2019).

Mientras que en los casos actuales las mujeres son las iniciadoras del negocio, quienes confían en su idoneidad para desarrollarlo, su participación se da entre la empresa y el hogar, conforme a la tradición de la comunidad. Su desempeño ha sido el factor de resiliencia, impulso e innovación del negocio familiar incluso en crisis (Discua Cruz *et al.*, 2024; Macías, 2026). La incorporación a la empresa no ocurre de manera gradual (Campopiano *et al.*, 2017), sino que desde un primer momento representa un pilar fundamental para emprender y con el tiempo continúa con el compromiso, independientemente de las reconfiguraciones del negocio. Pudiera pensarse que están allí por ser esposas e hijas (Calabrò *et al.*, 2024), cuestionando su legitimidad, sin embargo, en estos casos se observa que están inmersas por capacidades, fortalezas y competencias propias; tanto que han construido firmas desde sus inicios y prorrogaron en su mayoría su participación, otorgando el impulso empresarial que se requiere en los negocios, con profundo esfuerzo y sabiduría en las decisiones. Su desempeño da apertura a la promoción de otras mujeres tanto en el negocio textil como en otros negocios familiares, sobre todo de sus hermanas, madre, sus hijas y nietas.

En el marco de la historia de mujeres bajo la vivencia contextualizada (Ramos, 2008) se reconstruye la experiencia histórica de las empresarias al rescatar su experiencia particular (Rivera, 2013), se visibilizan sus aportaciones empresariales, identificándose como indispensables al ser un capital humano muy valorado (Salganicoff, 1990). Su contribución no es sólo operativa, su influencia no se agota en cargos y no se reduce a un puesto laboral, sino que está en la lógica formal-informal y visible-discreta (Discua *et al.*, 2024), llevando a cabo gerencias simbólicas y gobernanza cotidiana en micro decisiones (Azad-Honari *et al.*, 2025), que son vitales para el curso de la empresa familiar.

CONCLUSIONES

A través de este estudio se observa que continúa la presencia femenina en la actividad textil (Arias *et al.*, 2015; Durand, 1989). A nivel empresarial ha sido de gran valía para el surgimiento y la operatividad tanto para grandes compañías familiares de antaño como para pequeños y medianos negocios actuales, ubicados en San Miguel el Alto. Ellas alentaron los emprendimientos que surgieron desde la familia nuclear y fortalecieron su marcha con su aporte estratégico (Edleston y Sabil, 2019; Dettori y Floris, 2023; Azad-Honari *et al.*, 2025) al desempeñar un rol activo-discreto (Cesaroni y Sentuti, 2014; Discua Cruz *et al.*, 2024). Ellas representan a la industria: un pilar fundamental, habilidad en la práctica de la costura así como certidumbre, responsabilidad y compromiso empresarial.

A su vez, las empresas familiares han tenido un impacto y dejado un precedente en la industria de la indumentaria de la población en donde las mujeres empresarias han contribuido significativamente a formar este legado. El desenvolvimiento empresarial y las prácticas organizacionales les son peculiares tanto a negocios pequeños como a los de gran escala, comenzaron como talleres y permanecen poseídos en copropiedad por un matrimonio o entre parientes (Wilson, 1990). Así también permanece la relación de la confección textil vinculada a saberes femeninos que se desarrollan primeramente en talleres domésticos, en la propia planta y por subcontratación (Arias, 1988; Arias *et al.*, 2015).

Actualmente continúa la presencia del giro textil en San Miguel el Alto liderado por un desempeño empresarial femenino estratégico, con transformaciones en el tipo de productos confeccionados; con problemáticas de personal en planta; no obstante, permanece la operatividad de talleres y el trabajo subcontratado. Las empresas pioneras dieron origen a emprendimientos en otros giros y las actuales continúan siendo oportunidades de autoempleo textil y familiar a mucho menor escala, además de representar capital inicial de nuevos negocios para siguientes generaciones.

Para futuras investigaciones se vislumbra continuar la indagación de las trayectorias de empresas familiares textiles de la comunidad y de otras poblaciones, profundizar en la contribución femenina y de sus participantes, y fortalecer las narrativas con diversidad de informantes y fuentes. Las implicaciones prácticas dejan ver la gestión organizacional e histórica de los negocios, saberes que pueden ser replicados y analizados para próximas iniciativas de negocio del vestir en contextos actuales.

REFERENCIAS

- Acosta, A., Molina, C. A., Andino, T. S. y López, V. E. R. (2019). Sistema familiar y continuidad de las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(4), 265-275.
- Admin- San Miguel el Alto Joya arquitectónica de los Altos, Canal Informativo. (2012, 1 de octubre.) Develación del busto de Don José Martínez. <https://www.youtube.com/watch?v=MclDYMi661U>
- Akhmedova, A., Cavallotti, R., Marimon, F. y Campopiano, G. (2020). Daughters' careers in family business: Motivation types and family-specific barriers. *Journal of Family Business Strategy*, 11(3), 100307.
- Arias, P. (1988). Maquila, pequeña industria y trabajo a domicilio en los Altos de Jalisco. *Estudios Sociológicos*, 6(17), 405-436.
- Arias, P. y Wilson, F. (1997). *La aguja y el surco. Cambio regional, consumo y relaciones de género en la industria de la ropa en México*. Universidad de Guadalajara, Centre for Development Research.
- Arias, P., Sánchez, G. I. y Muñoz, D. M. (2015). *Quehaceres y obras. El trabajo femenino en los Altos de Jalisco*. Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco.

- Azad-Honari, N., Farsi, J. Y. y Arabiun, A. (2025). Women's Roles in Middle Eastern Family Businesses: Identity Construction Amid Structural Inequality. *European Journal of Family Business*, 15(1), 121-134.
- Beiras, A., Cantera, L. M. y Casasanta, A. L. (2017). La construcción de una metodología feminista cualitativa de enfoque narrativo-crítico. *Psicoperspectivas*, 16(2), 54-65.
- Calabrò, A., Conti, E. y Masè, S. (2024). Trapped in a “golden cage”! The legitimation of women leadership in family business. *Journal of Family Business Strategy*, 15(2), 100569.
- Campopiano, G., De Massis, A., Rinaldi, F. R. y Sciascia, S. (2017). Women's involvement in family firms: Progress and challenges for future research. *Journal of family business strategy*, 8(4), 200-212.
- Cesaroni, F. M. y Sentuti, A. (2014). Women and family businesses. When women are left only minor roles. *The History of the Family*, 19(3), 358-379.
- Chávez, M. y Maza, D. C. O. (2015). Empresas familiares y contextos sociales: Casos JOMAR y Loren's. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 16(7, cz. 1 Firmy rodzinne-doświadczenia i perspektywy zarządzania), 231-248.
- Chávez, M. H. (2013). *Relaciones entre actores religiosos y actores empresariales en el proceso de industrialización textil y del vestido en San Miguel el Alto, Jalisco*.
- Cota, R. (2012). *Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco*. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, CUCEA.
- (2021). De la industria al comercio. La moda en Zapotlanejo, Jalisco, (187-204). En Arias, P. y Lozano Uvario, K. M. (coord.) *De la agricultura a la especialización*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, CUCSH.

- Dettori, A. y Floris, M. (2023). Women's roles in family businesses: some empirical evidence from Italy. *Journal of Family Business Management*, 13(4), 1068-1084.
- Discua Cruz, A., Hamilton, E., Campopiano, G. y Jack, S. L. (2024). Women's entrepreneurial stewardship: The contribution of women to family business continuity in rural areas of Honduras. *Journal of Family Business Strategy*, 15(1), 100505.
- Durand, J. (1989). Las pioneras del género. *Estudios Sociológicos*, 7(21), 547-562.
- Eddleston, K. A. y Sabil, G. (2019). Women in family firms: Unsung heroes of business-owning families. In *Go-to-Market Strategies for Women Entrepreneurs: Creating and Exploring Success*, Emerald Publishing Limited, 185-194.
- Galvarriato, A. G. (1999). *La industria textil en México*. El Colegio de Michoacán A. C.
- Instituto de Información Estadística y Geografía de Jalisco, IIEG. (2024). San Miguel el Alto, Diagnostico del municipio. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2024/09/San-Miguel-el-Alto.pdf>
- Instituto de Información Estadística y Geografía de Jalisco, IIEG. (2025). Indicadores económicos San Miguel el Alto. https://iieg.gob.mx/ns/?page_id=19746
- González, J. K., Ortega de la I., E. M., Ortega S., R. M. y Martínez M., M. A. (2023). La virtualidad en la educación superior como herramienta para el empoderamiento femenino. *Investigación Permanente de la Región Norte de Jalisco*, (10), 109-122.
- González, J. K. (2020). En busca de lo desconocido: la historia de una mujer emprendedora. *Punto Cunorte*, (10), 100-114.
- Lyman, A., Salganicoff, M. y Hollander, B. (1985). Women in Family Business: An Untapped Resource. *SAM Advanced Management Journal (Society for Advancement of Management)*, 50(1), pp. 46-49.

- Macías, G. G. (2026). Mujeres empresarias prominentes y la construcción del legado en la empresa familiar. Miradas paralelas desde la fenomenología feminista. *Intersticios Sociales*, (31), 27-54.
- Salganicoff, M. (1990). Women in family businesses: Challenges and opportunities. *Family Business Review*, 3(2), 125-137.
- Scranton, P. (1992). Learning manufacture: Education and shop-floor schooling in the family firm. *Family Business Review*, 5(3), 323-342.
- Ramos, C. (2008). Veinte años de Presencia: la historiografía sobre la mujer y el género en la historia de México. En L. Melgar (Comp.) *Persistencia y cambio: acercamientos a la historia de las mujeres en México*. El Colegio de México, 31-54.
- Riessman, C. K. (1993). *Narrative analysis*. Newbury Park.
- Rivera, E. (2013). Los estudios de género y su relación con la historia. La historiografía reciente 1990-2000. En S. Guardia (Ed.) *Historia de las Mujeres en América Latina*. CEHMAL, pp. 373-388.
- Secretaría de Economía, Gobierno de México. (2025). Data México. San Miguel el Alto. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/san-miguel-el-alto>
- Vázquez, P., Botero, I. C., Arzubiaga, U. y Memili, E. (2024). What makes Latin American family firms different? Moving beyond cross-cultural comparisons. *Journal of Family Business Strategy*, 15(1), 100605.
- Wilson, F. (1990). *De la casa al taller: mujeres, trabajo y clase social en la industria textil y del vestido, Santiago Tangamandapio*. El Colegio de Michoacán A. C.

