



Tzompantli: Investigadores vinculados a la sociedad

ANÁLISIS SOBRE CAPITAL SOCIAL, CULTURAL Y SIMBÓLICO EN LAS EMPRESAS DE CELAYA: HELADOS Y PALETERÍAS

Alejandra López Salazar

alejandra_lopezsalar@yahoo.com.mx

Ricardo Contreras Soto

riconsoto@gmail.com

Universidad de Guanajuato
Campus Celaya – Salvatierra

Resumen

Este trabajo explora la importancia de la incorporación de las dimensiones sociales y culturales en los estudios organizacionales y económicos, y en específico aborda las formas de capital social, cultural, simbólico, comercial y tecnológico en la creación de empresas, en este caso Helados y Paleterías. Se partió de la base de 420 testimonios, ante la pregunta abierta: ¿Nos podría contar brevemente la historia de la empresa, qué problemas tuvo y cómo los solucionó? Se seleccionaron por gremios los casos, principalmente aquellos discursos que tenían explícitamente implicaciones en el entramado social y en las formas de capital social, cultural y simbólico. Como resultado se encontró algunas formas culturales y sociales que tienen los empresarios para impulsar sus empresas: solidaridades, colaboraciones, valoraciones, aceptaciones, conocimientos, etcétera.

Palabras Clave: Capital social, simbólico y cultural.

Método

El método se enfoca desde una perspectiva cualitativa de exploración hermenéutica en la interpretación de la doxa y en la aproximación de la contextualización organizacional, donde también se cuantifican algunos resultados de manera descriptiva, tomando como eje la pregunta abierta: ¿Me podría contar brevemente la historia de la empresa, que problemas tuvo y como los soluciono? Con base a esta pregunta se reconstruyó los entramados sociales y culturales implicados de acuerdo al discurso, en los procesos en que las personas emprenden un negocio.

Las entrevistas se llevaron a cabo con dueños de empresas principalmente, y a responsables y encargados en segundo término.

Las respuestas obtenidas se reflexionan para establecer criterios de clasificación de los problemas encontrados, basándonos en ellos para el diagnóstico. Partiendo de ellas se hizo una propuesta tipológica.

Muestra

De acuerdo a los datos de INEGI (2005) se informa que en Celaya existen 1372 unidades económicas que tomamos como universo. La selección de la muestra es de 418 unidades económicas, con un margen de error del 4% y un nivel de confianza del 95%, basándonos en el muestreo del programa STATS consultado. La muestra real es de 420 empresas.

Tabla 1 Muestra

Universo	Nivel de Confianza	Error	Muestra
1372	95%	4%	418

Es importante señalar que la muestra es cercana a la proporción que se da en el censo 2004¹ donde se señala que las micro empresas representan el 95.5%, las pequeñas empresas el 3.5%, las medianas el 0.8% y las grandes el 0.2%, del total de empresas, tal como lo muestra la siguiente tabla:

¹ Censos económicos 2004 INEGI. Micro, pequeña, mediana y Gran Empresa.

Tabla 2. Distribución de la muestra por tamaño de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Micro	265	62.9	63.1	63.1
	Pequeña	114	27.1	27.1	90.2
	Mediana	32	7.6	7.6	97.9
	Grande	9	2.1	2.1	100.0
	Total	420	99.8	100.0	
Omisiones	Sistema	1	.2		
Total		421	100.0		

En la tabla 2 se muestra la distribución de la muestra por giro y tamaño, resaltando que el 50% de las empresas muestreadas están representadas por panaderías y reposterías, tortillerías, alimentos, elaboración y venta de cajeta y dulces tradicionales, y herrería.

Tabla 3 Distribución de la muestra por giro

<i>Giro</i>	<i>Micro</i>	<i>Pequeña</i>	<i>Mediana</i>	<i>Grande</i>	<i>Total</i>
Panadería y Repostería	53	34	2	0	89
Alimentos	24	9	1	5	39
Tortillería	37	1	1	0	39
Elaboración y venta de Cajeta y Dulces Tradicionales	23	10	0	0	33
Fabricación y reparación de muebles	16	6	0	0	22
Textiles	8	9	4	0	21
Fabricación y Venta de Artesanías	10	8	0	0	18
Herrería	16	1	0	0	17
Fabricación y venta de Nieves y Paletas	13	4	0	0	17
Industrial mecánica (Metales)	5	5	5	0	15
Materiales para construcción	4	7	0	0	11
Carpintería	8	1	1	0	10
Productos Lácteos	7	2	1	0	10
Industria química	1	2	3	0	6
Fabricación de empaques de cartón y sus derivados	1	1	3	0	5
Abarrotes	5	0	0	0	5
Fabricación y diseño de muebles metálicos	3	2	0	0	5
Metal Mecánico (Automotriz)	0	2	0	3	5
Torno y soldadura	5	0	0	0	5
Reparación de Bombas para Pozo Profundo	3	0	1	0	4
Fabricación, Reparación y Venta de Zapatos	3	0	1	0	4
Imprenta	2	1	1	0	4
Servicios	2	1	0	0	3
Elaboración y comercialización de Cristal y Vidrio.	1	0	2	0	3
Purificadora y venta de agua para consumo	1	0	1	0	2
Compra-Venta de Carne (Carnicería)	2	0	0	0	2
Mercería	1	1	0	0	2
Fabricación, venta, alquiler y reparación de	0	1	1	0	2

lonas.					
Cancelaría	2	0	0	0	2
Fabricante de Persianas y Cortinas	0	0	1	0	1
Sacos Plásticos	0	1	0	0	1
Compra-Venta de Semillas y Granos	0	1	0	0	1
Carbonería	1	0	0	0	1
Fabricación de equipos y piezas para laboratorio y mantenimiento	0	0	1	0	1
Fabricación de bolsas y envases de polietileno	0	0	1	0	1
Fabricación y venta de Velas	1	0	0	0	1
Venta de Fruta y Jugo	1	0	0	0	1
Agrícola	1	0	0	0	1
Electrodomésticos	0	0	0	1	1
Fabricación y venta de Hielo	0	0	1	0	1
Reparación y producción de gatos hidráulicos	1	0	0	0	1
Elaboración de Prótesis	1	0	0	0	1
Compra-Venta de materiales reciclados	0	1	0	0	1
Talabartería	1	0	0	0	1
Venta de pasto	0	1	0	0	1
Papelería	1	0	0	0	1
Sistemas de Riego	0	1	0	0	1
Renta de Equipo de Cómputo e Internet	1	0	0	0	1
Tienda Departamental	0	1	0	0	1
Total	265	114	32	9	420

Queremos señalar que se retomaron algunos casos del municipio de Acámbaro en el levantamiento, disculpándonos de antemano de que no son del municipio de Celaya, sin embargo, no son ajenos a la problemática analizada.

El trabajo fue levantado en el año 2007 por alumnos de licenciatura en Administración, Contaduría y Mercadotecnia de 1º y 3er semestre de tronco común de las materias de Entorno social de las organizaciones y Metodología del trabajo intelectual con previa capacitación para dicha actividad.

Procedimiento de análisis

- A. En un primer apartado denominado “preámbulo sobre el capital social en las empresas de Celaya” analizamos los datos de un sondeo que tuvimos en el 2007, enfocados en la disposición de las organizaciones a asociarse.
- B. En un segundo momento analizamos las respuestas de la muestra de 420 empresas realizada en el 2º semestre del 2006, en el análisis de la Doxa, en el procedimiento de pre-interpretación se desmontó cada caso de manera consecutiva, si había participación de empresas familiares, si había formas de capital social, cultural simbólico, comercial y tecnológico.

- C. Los testimonios están en Lucida Sans 10, y la redacción general e interpretaciones en Time New Roman 12.
- D. En un tercer momento se hizo una clasificación provisional en el programa de SPSS de cada dimensión (trama/drama; capital social; capital cultural; capital simbólico; capital comercial; capital financiero; y problemas), en el orden consecutivo de las entrevistas. Se consultaba en la base de datos en Excel, si el discurso no era suficiente para identificar algunas cuestiones sobre la organización, por ejemplo si era familiar.
- E. Cada subcategoría se establecía por la naturaleza de las respuestas que se iba encontrando, como se basó en una pregunta abierta, hubo variación de respuestas, que tocaban las diversas dimensiones, aunque no todas las respuestas detallaron explícitamente todas las dimensiones, nos permitió entender en este estudio “algunas formas más recurrentes” en las dimensiones analizadas.
- F. En un cuarto momento se reagruparon las entrevistas por actividades económicas afines, para analizarse posteriormente en conjunto las dimensiones sociales de la emprendeduría, ya no solo por empresa, sino por clase o gremio, ya que consideramos que hay ciertas semejanzas en las distintas formas presentes en las dimensiones sociales con referencia a las actividades económicas, por ejemplo, la industria de la cajeta y dulces de leche: sus formas de aprender los procedimientos de la elaboración, sus formas de emprender el negocio, etcétera. Pero es importante aclarar, que no todas las reagrupaciones de este trabajo son gremios, para ser gremios implica un grado de organización y de experiencia de la misma actividad económica. Entonces son clases, es decir, actividades económicas afines agrupadas, que potencialmente pueden ser socializadas en una organización de productores de esa actividad².
- G. Analizamos las dimensiones sociales por cada testimonio de emprendimiento y después la analizamos por gremio o clase, para volver a interpretar posteriormente en conjunto.

² En cuanto a la clasificación de otras industrias, comercio y servicios no se hizo análisis sintético porque se agruparon distintas actividades de esos sectores, pero son consideradas en el análisis general.

Helados y Paleterías

La industria de helados y paletas de acuerdo a INEGI (2005) es la cuarta más grande en unidades productivas del sector manufacturero en Celaya, se contabilizó que la elaboración de helados y paletas tiene 73 unidades.

En cuanto a las entrevistas nos narran como iniciaron sus negocios:

Por tradición familiar y recetas propias. (Entrevista 123) (Micro) (Elaboración de nieve, 3 personas, 20 años) N a ha tenido ningún problema.

Trama: Continuar con empresa familiar. Basado en la tradición familiar (capital cultural), tiene recetas propias (esto implica factores de innovación en el producto).

Este pues Nieves el Roger empezó porque mis padres también se dedicaban a lo mismo, a la nieve, entonces yo quise ser independiente y aprendí los secretos, comencé con una tiendita y cinco botes, y ya ahorita gracias a Dios ya creció a dos tiendas y 10 botes, y ya poco a poco va creciendo y me considero una microempresa porque voy a seguir creciendo y pienso que voy bien, y pues esa es la historia, y problemas pues miedo porque ya no iba a contar con el apoyo de mis padres. (Entrevista 215) (Micro) (Comerciante, 6 personas, .6 años)

Análisis: Inicia un negocio propio. Sus ganas de independizarse es lo que le impulsa a iniciarse como empresario (Trama - drama). Obtuvo el conocimiento por parte de una tradición familiar laboral (capital cultural). Ha venido creciendo. Proceso de posicionamiento en el mercado (capital simbólico y comercial).

Hace tres años, mi esposa y yo estábamos cansados de no hacer nada, o más que cansados nos sentíamos inútiles porque nuestros hijos ya están grandes y ellos nos apoyan económicamente, pero eso nos hacía sentir inservibles. Por lo tanto a mi esposa se le ocurrió comenzar a hacer paletitas de chocolate y venderlas fuera de la casa. Esto fue muy bueno. Muchos niños venía a comprar, mis hijos al darse cuenta de ello nos rentaron un pequeño local en donde comenzamos a vender muy bien, y los que se encargaban de todo éramos mi esposa y yo, ya así comenzamos.(Entrevista 234) (Micro)(Peletería, 3 personas, 3 años).

El negocio se gesta en una forma de reivindicarse (la actitud de no querer ser inútiles y con la visión por hacer algo) como personas por medio de la actividad en la vida productiva, de un matrimonio compuesto por dos adultos mayores, como trama-drama.

El negocio se inició dentro del hogar (con una mínima inversión), hacia un mercado donde principalmente son niños. Los hijos ven una respuesta positiva del mercado ante la iniciativa de sus padres y ellos rentan un pequeño local (apoyo del capital social familiar).

La verdad de lo que yo se el patrón lo empezó, sería buscar los clientes, se salía a las zonas y empezó con un camión, fue conociendo y creció poco a poco, y así como va creciendo demasiado, en si no hay problemas. (Entrevista 135) (Pequeña) (Helados, 50 personas, 10 años).

Trama: Inicio de una empresa. En este negocio de helados logro prosperar gracias a que el dueño salía a buscar clientes en su localidad (capital social) y poco a poco se dieron a conocer sus productos (capital comercial y simbólico).

Pues empezamos con un pequeño carrito de nieves, que poco a poco fue creciendo y con trabajo y dedicación logramos abrir 5 peleterías y no solo vender paletas si no aguas frescas para extender más nuestro mercado. (Entrevista 170) (Pequeña) (Elaboración de paletas, 20 personas, 20 años).

Trama: comienza un negocio propio. Poco a poco (de acuerdo a las capacidades de la actividad: capital financiero), de igual manera se da una cooperación de personas que tienen vínculos familiares, (capital social). No solo vendió paletas, sino agua fresca (diversificación del producto en actividades afines, como capital comercial).

Lo que nos lleva a la obtención de no solo uno, si no, cinco negocios más grandes, la extensión del mercado e innovación de productos, esto gracias a la dedicación y constancia. Además de que gracias a que se comenzó a vender en la calle, los clientes conocen el producto y esto le brinda al negocio el reconocimiento de las personas, (capital simbólico).

Bueno pues nieves Salvatierra empieza con las necesidad de mantener una familia, este se tenía el conocimiento de generaciones anteriores, de la manera de hacer nieve así que nosotros como una necesidad y vimos que era algo una necesidad rentable, a si que fuimos creciendo fuimos creciendo tuvimos problemas de hay épocas del año que no se vende pero con ahorros y cosas así se pudo salir adelante. (Entrevista 216) (Pequeña)(Paleterías, 15 personas, 22 años).

La necesidad provoca que una familia iniciara con la venta de nieves (trama-drama). Dado el conocimiento heredado de la elaboración de estas (capital social y cultural). La

actividad era rentable y fueron creciendo por temporadas e invirtiendo con ahorros (capital financiero).

Empezamos vendiendo en la puerta de mi casa, y así nos fue dando hasta que somos dueños de todo esto (un pequeño local). (Entrevista 233) (Micro) (Peletería, 3 personas, 8 años).

Trama: Inicia un negocio propio, comenzaron en la casa (aprovechando el espacio de vivienda y dentro de las actividades cotidianas), esto es parte del apoyo que se brinda en la familia (capital social). El empeño y perseverancia podrían ser otros factores, ya que el negocio lleva ocho años, y ahora han pasado de la puerta de su casa a tener su propio local (se supone que el financiamiento lo van desarrollando de acuerdo a sus posibilidades (capital financiero)).

Comencé vendiendo paletas en la calle en un carrito, y después me animaron a formar este negocio y pues que mas uno se debía de arriesgar, y entonces decidí obtener las herramienta necesaria y contrate a personal con un poco de experiencia en esto y pues aquí estamos... (Entrevista 227) (Micro) (Peletería y nevería, 6 personas, 4 años).

Nos habla de cómo en este caso comenzó vendiendo paletas en un carrito (trama), este puede ser uno de los mas bajos pero no menos importantes puestos dentro de su ramo. Le animaron a realizar el negocio en forma, y toma la decisión de arriesgarse. Comenzó comprando lo necesario y asegurándose de contratar a personal con conocimientos (capital cultural) acerca de esta actividad.

Fue una compra en abonos, pagos y se consiguió el local, ya cuando lo tuve comencé a echar a andar el negocio, y así empezamos a trabajar, no me costo mucho trabajo pagar la compra, pero un problema que tuve podría ser aprender a hacer el producto, tener que investigar precios de materia prima mas económico y calcular el precio para vender el producto... (Entrevista 235) (Micro)(Helados, 3 personas, 5 años).

Trama: Este negocio comenzó por la obtención del local, el cual tuvo que pagar en abonos (una especie de ahorro, en el capital financiero). Uno de los problemas con los que se enfrento fue, el conocer el procedimiento de producción de su negocio, y los cálculos para sacar el costo de producción y de venta del producto, dentro de todo este proceso hay empeño, responsabilidad por investigar el proceso correctamente y así obtener un producto con calidad, (capital cultural).

La verdad es que yo trabajaba en esto hace 2 y medio años, pero la señora tuvo problemas familiares y la quería vender, yo le dije a un hermano que

tiene crédito en el banco pues que me hiciera el favor y yo se la compre a la señora. (Entrevista 236) (Micro) (Peletería y heladería, 2 personas, 3 años).

Trama: Traspaso de un negocio. En este caso nos muestra el apoyo que recibió por parte de su hermano, (capital social), al tener la confianza de que el préstamo al banco. Tiene conocimiento de la actividad (capital cultural).

Pues empecé así como todos, he al paso, no solo, o sea, ando con un hermano, empecé con un hermano, ya el no nada más estuvo conmigo como, unos, medio año, y ya después se separa, si para otro lado, y ya es propio. (Entrevista 237) (Micro) (Peletería y nevería, 3 personas, 26 años).

Trama: Inicia negocio familiar. En este caso podemos observar como al principio recibe apoyo familiar (capital social), después deciden separarse, para poder iniciar cada quien su propio negocio.

No hubo problemas y empezó siendo una empresa familiar con mi abuelo, luego mi padre y ahora yo. (Entrevista 328) (Micro) (Helados, 6 personas, 48 años).

Trama: Continúa una empresa familiar. Este es otro caso donde podemos ver como la empresa se traspasa de generación en generación (herencia familiar) sin ningún problema y se sigue manteniendo, su capital social es completamente familiar, al ser emprendida hace ya tres generaciones. El capital cultural se acumula en la experiencia del manejo del negocio.

Pues nada mas los únicos problemas que ha habido son los locales cuando empezamos o sea aquí tenemos 9 años en la plazoleta empezamos en la esquina el dueño del local nos pidió el local para ocuparlo. (Entrevista 316) (Micro) (Peletería y nevería, 3 personas, 9 años).

Trama: Inicia un negocio. Empresa familiar (habla en plural), como capital social. En este caso se refleja la falta de un local, lo que ha ocasionado que el negocio tenga que cambiar de ubicación, esto es un factor que afecta a los negocios.

Los problemas que tuve fue falta de dinero y conseguí préstamos en las cajas y con un familiar. (Entrevista 317) (Micro) (Peletería y nevería, 3 personas, 5 años).

Trama: Inicio de un negocio propio. En esta entrevista, uno de los principales problemas fue la falta de dinero. Hecho que llevo a esta persona a hacer uso de un préstamo a su familiar y a una caja popular. (Capital financiero). -En este caso se cuenta con apoyo familiar reflejado mediante un préstamo de un familiar. (Capital Social).

Soy originario de Tocumbo Michoacán la llamada capital de las paletas en México, me case con mi esposa originaria de Acámbaro al ver el mercado libre acá decidí establecer un negocio de helados, el problema fue encontrar un lugar céntrico cerca del jardín, me establecí cerca del mercado, después ocupe el otro local, en uno es donde fabrico los helados y así se soluciono. (Entrevista 318) (Pequeña) (Helados, 15 personas, 10 años).

Trama: Inicia un negocio propio. De la ciudad que proviene hay un producto regional donde supone el conocimiento de dicho producto (capital cultural). En este caso no fue requerido un estudio de mercado ya que esta persona se dio cuenta de las necesidades de la sociedad y al igual se dio cuenta que era un buen negocio en esta zona, quizá fue un obstáculo el encontrar un local céntrico (capital comercial), pero una vez resuelto el problema hasta se logro adquirir otro local, ya no solo para la venta sino también para la fabricación de las paletas.

Exactamente no me la se, cuando yo llegue ya estaba aquí, era de un conocido fue traspasada a un pariente mío y pues aquí estamos permaneciendo ahora ya es familiar todos vemos por ella. (Entrevista 319) (Micro) (Paletería y nevería, 7 personas, aprox. 35 años).

Trama: Continúa una empresa familiar. En este caso se refleja el apoyo familiar ya que no la dejan caer porque todos colaboran en ella (capital social).

Este negocio lo inicio mi padre, llegando a ser una de las paleterías más grandes de la ciudad. Al fallecer mi padre, mis hermanos y yo tomamos la decisión de dividir el negocio, para lo cual nos dividimos la maquinaria e instale mi propia paletería. Esto fue como en el año de 1992. (Entrevista 410) (Micro) (Paletería, 5 personas, 14 años).

Trama: Continúa con una empresa familiar, aunque transita a empresa de único dueño. Cuando este negocio era del padre tuvo gran éxito llegando a ser una de los negocios mas importantes de al ciudad en su giro lo que le daba una cierto renombre (capital simbólico). Cuando esta persona muere se los deja de herencia a sus hijos pero ellos creen que la mejor decisión es dividir el negocio, se reparte maquinaria (capital tecnológico) y tiene la visión de que puede continuar con el negocio y así lo hacen.

Helados y paleterías (síntesis)

Las paleterías y los helados aproximadamente en cuanto al tamaño el 76.47% son micros, el 23.52 % son pequeñas empresas. La edad promedio de las paleterías oscila entre 10 a 15 años, la moda se da entre 3 y 5 años con 5 casos. Al parecer hay pocas

empresas mayores a los 31 años (aunque sabemos que hay empresas como la Lupita que tienen presencia de más tiempo en Celaya). Las empresas de relación familiar aproximadamente representan 70.58%, empresas de único dueño 23.52% y 5.88% empresas de varios socios.

Tabla 4 Capital social paletterías y helados

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	7	0	0	7
Apoyo económico familiar	2	1	0	3
Herencia familiar	2	1	0	3
Nc	1	2	1	4
Total	12	4	1	17

De acuerdo a las entrevistas encontramos en general se utiliza el recurso del capital social en 76.47%, el 41.17% se da la colaboración familiar, en cuanto a apoyo familiar y herencia familiar se da el 17. 64%.

Tabla 5 Capital cultural en paletterías y heladerías

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	7	3	0	10
Experiencia raquítica	1	0	1	2
Nc	4	1	0	5
Total	12	4	1	17

En cuanto a capital cultural en general encontramos que ya tenían experiencia en la actividad del giro 58.82%, mientras que 11.76% tienen experiencia raquítica en la actividad económica.

Tabla 6 capital simbólico en paletterías y heladerías

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Reconocimiento del producto	1	1	0	2
Proceso de posicionamiento en el mercado	0	2	0	2
Nc	11	1	1	13
Total	12	4	1	17

De manera explícita el capital simbólico se da en 23.52% de las paletterías y heladerías, en cuanto a reconocimiento del producto y proceso de posicionamiento en el mercado en 11.76%.

Tabla 7 Capital comercial y paletterías y heladerías

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Servicios afines y diversificación de productos	1	0	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	0	1
Consulta al cliente	0	1	0	1
Nc	10	3	1	14
Total	12	4	1	17

De manera general el capital comercial aplica aproximadamente el 17.64% de manera explícita en los discursos, de los cuales son servicios afines y diversificación de productos, posicionamiento por permanencia en el mercado y consulta al cliente respectivamente el 5.88%.

Bibliografía

- Alba Carlos, Bizberg e Ilán, Riviere Helene (Compiladores). (1998). Las regiones ante la globalización. CEMCA, OSTROM y El Colegio de México. México.
- Achbar Mark, Abbott Jennifer y Bakan Joel (2006) (Documental) La corporación. Distrimax. México.
- Arce Carlos, Cabrero Enrique y Ziccardi Alicia. (Coordinadores). (2005). Ciudades del Siglo XXI: ¿competitividad o cooperación?. Miguel Ángel Porrúa, CIDE, Cámara de diputados LIX Legislatura. México
- Alonso, Luís, Enrique. (1999) Trabajo y Ciudadanía (Estudios sobre la crisis de la sociedad salarial). Editorial Trotta. Madrid.
- Barfield, Thomas (editor) (2000) Diccionario de antropología. Primera edición en español. Siglo XXI. México.
- Bannock Graham, Baxter R.E. y Rees Ray. (1990). Diccionario de economía. 2ª edición, Trillas. México.
- Baumann, Michael. (1998). El mercado de la virtud. Moral y responsabilidad social en la sociedad liberal. Gedisa. Barcelona, España.
- Bourdieu, Pierre. (1986). El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos. 9ª edición. Siglo XXI. México.
- Bourdieu, Pierre (1980). “El capital social. Notas provisionarias.” Actas de investigaciones en ciencias sociales, vol. 31, París, Centro de sociología europeo.
- Bourdieu, Pierre. (2001). Las estructuras sociales de la economía. Editorial Manantial. Argentina.
- Boltvinik, Julio (sección) “Economía moral”, periódico La Jornada, México.
- Brunet, Ignasi y Morell, Antonio. (1998) Clases, educación y trabajo. Trotta. España.
- Castells, Manuel. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol.I. Siglo XXI. México.

- Contreras, Ricardo. (2001). Pre-tensión de ciencia (censurada desde la razón instrumental). Reflexión crítica sobre los obstáculos epistemológicos en las denominadas “ciencias administrativas”. Universidad de Guanajuato. México.
- Contreras, Ricardo. (2007). “Plataforma para la planeación estratégica hacia las sociedades de conocimiento. Estrategia para las empresas regionales”. <http://www.eumed.net/tecsistecat/index.htm>.
- Contreras, Ricardo. (Coordinador) (2007) “Informe de Necesidades Sociales en Guanajuato”. ISBN: 978-84-690-5283-9 En formato virtual EUMED NET de la Universidad de Málaga. <http://www.eumed.net/libros/2007a/246/index.htm>
- Contreras, Ricardo. (Coordinador) (2007). “Esbozo de la crisis de eficiencia y la emergencia de otros modelos de gestión” Publica la Gaceta Ideas de CONCYTEG en su número “Tendencias en la gestión empresarial”. En el número 23 del 2007, con fecha del 30 del 07 del 2007. http://octi.guanajuato.gob.mx/gaceta/Gacetaideas/Archivos/23032007_ESBOZO CRISIS PARADIGMA EFICIENCIA EMERGENCIA OTROS MODELOS GESTION.pdf
- Contreras Ricardo y López Alejandra. (2009). “Diagnóstico de las necesidades de las empresas manufactureras en Celaya. Libro electrónico de la Universidad de Málaga. España. www.eumed.net/libros/2009a/493/ ISBN-13: 978-84-692-1414-5 el depósito legal en la Biblioteca Nacional de España que ha recibido el número de registro: 09/29496
- Contreras Soto y Regalado Hernández: (2008) *Potencialidades y problemas en empresas de participación familiar en las Mipymes (Estudio local en Celaya Guanajuato)*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2008c/437/ ISBN-13: 978-84-691-7211-7 N° Registro: 08/95671
- Contreras Ricardo y López Alejandra. “Exploración sobre el capital cultural (escolar) del microempresario en México y algunas reflexiones sobre su importancia en la competitividad”. También coordinando la mesa de MT6 “Producción y gestión de la innovación”. Participación en el 3er Congreso Estatal, 2º Nacional y 3º Internacional de Sistemas de Innovación para la competitividad 2008. Convocado por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y la Universidad Iberoamericana León. Realizado en la Ciudad de León los días 27 al 29 de agosto. Registro de la memoria ISBN 978- 607- 95030- 1-7 Folio no. 00000409
- Durston, John y López, Eduardo. (Diciembre 2006) “Capital social y gestión participativa en la cuenca de Pátzcuaro”. Revista de la CEPAL 90. Artículo encontrado en Internet.
- De la Garza, Enrique (Compilador) (1999). Los retos teóricos de los estudios de trabajo hacia el siglo XXI. Coedición Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Aguascalientes y Agencia Sueca de Desarrollo Internacional.
- Geertz, Clifford. (1973) La interpretación de las culturas. Gedisa. España.
- Giménez, Gilberto.(2005). La Teoría y el Análisis de la Cultura. CONACULTA conjuntamente con IC@CULT. México.

- Giménez, Gilberto. (2004) La cultura popular: problemática y líneas de investigación. Revista Diálogos en la acción, primera etapa, 2004. Dirección General de Culturas Populares e Indígenas.
- Godelier, Mauricio. (1979). Racionalidad e irracionalidad en economía. Novena edición. Siglo XXI. México.
- Jiménez Isabel. (Coordinadora). (2005). Ensayos sobre Pierre Bourdieu y su obra. Coedición Universidad Autónoma de México UNAM y Plaza y Valdez. México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México INEGI (2006) Resumen General. Censos Económicos 2004 . México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México INEGI (2005) Sistema Automatizado de Información Censal 5.0 Censo económico de México 2004. México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México INEGI (2006) Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los Establecimientos. . México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México INEGI (2003) Encuesta Nacional de Micronegocios. ENAMIN 2002. México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México INEGI (1999) Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. (1997). México.
- Martínez, Ana Teresa (2007). Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica. Editorial Manantial. Argentina.
- O'Sullivan, Tim y otros. (1995) Conceptos claves en comunicación y estudios culturales. Amorrortu editores. Buenos Aires. Primera Edición en Inglés.
- Payne, Michael. (Comp.) (2002) Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales. Paidós. Argentina.
- Plattner, Stuart. (1991). Antropología económica. Coedición Patria y CONACULTA. México.
- Regalado, Regalado. (Coordinador) (2007). Las MIPYMES en Latinoamérica . Organización Latinoamericana de Administración OLA, Universidad de Guanajuato Facultad de Ciencias Administrativas y Red Latinoamericana de Investigadores en Administración.
- Rosales Torres y Contreras Soto: (2008) En torno a las Universidades Emprendedoras: Educación, Vinculación, Desarrollo y Reformulaciones. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2008c/466/
- Taylor, Peter J. (1994) Geografía política. Economía-mundo, estado-nación y localidad. Primera edición en español, Edit. Trama, España Traducción Adela Despujol Ruiz-Jiménez y Heriberto Cairo Carou.
- Kliksberg, Bernardo y Tomassini Luciano. (Compiladores). (2000). Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo. Coedición: BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland y Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Kliksberg, Bernardo (Junio-2000). Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Integración y Programas Regionales. Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe-INTAL. ISBN 950-738-093-0

Wallerstein, Immanuel. (coordinador) (1997) Abrir las ciencias sociales. 2ª coedición. Siglo XXI y UNAM. México.

Wallerstein Immanuel (1998). Impensar las ciencias sociales. Siglo XXI-UNAM México 1998.

Wallerstein Immanuel (2006) Análisis de sistemas – mundo. Una introducción. 2ª edición. Siglo XXI.