

# **DIAGNÓSTICO SOBRE LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS DESDE EL AUTO PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS EN EL SECTOR MANUFACTURERO DE CELAYA**

**Ricardo Contreras Soto**

Universidad de Celaya

[riconsoto@gmail.com](mailto:riconsoto@gmail.com)

**Dr. Roberto Hernández Sampieri**

## ***Resumen***

El presente trabajo de investigación es exploratorio- transversal, permite identificar los procesos de transformación de las empresas desde la auto percepción de los dueños, que hay en el sector manufacturero en Celaya. Se levantó una muestra de 420 empresas con distintos giros en ese sector. Basándose en la pregunta abierta: ¿En qué fase se encuentra su empresa y díganos porqué, en inicio, crecimiento, desarrollo?

Solo se analizó las categorías que se utilizaron en frecuencias y porcentajes de manera descriptiva (sin el abordaje del análisis discursivo específico). Se encontraron los problemas con el personal más importante de manera genérica y por tamaño de la empresa, configurando así las problemáticas. Material necesario para proponer en un trabajo posterior acciones para el desarrollo organizacional basado en el personal.

**Palabras Clave:** Problemas con el Personal.

### *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: ¿En qué fase se encuentra su empresa y díganos porqué, en inicio, crecimiento, desarrollo?

Con base a esta pregunta se hicieron categorías para analizar las diferentes problemáticas.

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.

### *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 . Muestra			
Universo	Nivel de Confianza	Error	Muestra
1372	95%	4%	418

Es importante señalar que la muestra es cercana a la proporción del censo 2004<sup>1</sup> donde se señala que la micro empresa representa el 95.5%, las pequeñas empresas el 3.5%, las medianas el 0.8% y las grandes el 0.2%, tal como lo muestra la siguiente tabla:

**Tabla . 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 3 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 Distribución de la muestra por giro**

<b>Giro</b>	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>	<b>Grande</b>	<b>Total</b>
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 lonas.	0	1	1	0	2
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

Es importante 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. También que se encuentran otras actividades económicas no del sector manufacturero, pero el levantamiento es principalmente del sector manufacturero.

El trabajo fue levantado en el año 2007 por alumnos de la Universidad de Guanajuato de licenciatura en Administración, Contaduría y Mercadotecnia de primer y

tercer semestre. De tronco común de las materias de Entorno social de las organizaciones y Metodología del trabajo intelectual, con previa capacitación para dicha actividad.

### *Categorías utilizadas*

Los criterios utilizados son referenciales desde el auto percepción, con un criterio ordinal lógico de inicio, crecimiento, desarrollo, decaimiento y estancamiento (análogos a la metáfora de ciclo de vida, donde nacen, crecen se reproducen y mueren). Estos criterios no están bien establecidos con indicadores empíricos que los clasifiquen (en este estudio), pero, lo que nos interesa de forma exploratoria es saber cómo conciben estas fases – metáforas los empresarios, indudablemente el tiempo del negocio es una fase relativa importante, por ejemplo, no se puede decir que un negocio es de inicio cuando tiene 7 años en el mercado. Los criterios que a continuación se utilizan se basan en generalidades de sentido común de los empresarios, pero, con los criterios de naturaleza de las respuestas de las entrevistas, es decir, ellos mismos se auto clasificaron. Los criterios de sub clasificaciones las aglutinamos en similitud de respuestas.

### **Gráfica Procesos de transformación de las empresas**

**Inicio.** Conjunto de acciones básicas con las que se emprende un negocio, por ejemplo, generar clientelas, definir el producto, garantizar abastecimientos, invertir en maquinaria, etcétera.

**Inicio y crecimiento.** Fase intermedia en donde los negocios han respondido en la supervivencia de los mercados, pasando a incrementar sus productos en el mercado.

**Crecimiento.** Fase donde la tendencia es a incrementar, ejemplo, los productos, ganar mercado, ampliar la base de la clientela, sistematizar los procesos, etcétera.

**Crecimiento por calidad.** Tendencia a incrementar los productos matizados por la calidad dada por el productor.

**Crecimiento por penetración.** Tendencia a incrementar la producción debido a la amplitud de la demanda.

**Crecimiento por apertura de sucursales.** Tendencia a incrementar la producción matizando el establecimiento de sucursales.

**Crecimiento por ampliación de productos.** Tendencia a incrementar la producción matizado por la diversidad de productos.

**Crecimiento y desarrollo.** Fase intermedia donde el empresario percibe un estadio a otro, por ejemplo, se transita de un negocio estable a uno con nuevos productos, clientelas y en prospectiva a un estado idóneo de la empresa.

**Desarrollo.** Fase donde se ha consolidado el producto en el mercado y hay posibilidades de seguir ampliando la producción y su calidad (manifiesta en algo), ya que tiene una aceptación, figura en la competencia como importante, hay diversidad de producto, etcétera.

**Desarrollo por innovación de producto.** Dentro de la fase de desarrollo hay estrategias donde el producto supuestamente se mejora por valor agregado en su composición.

**Desarrollo por incremento de clientes.** Este criterio supuestamente va avanzando el negocio de acuerdo al incremento en la demanda.

**Desarrollo por nueva maquinaria.** Criterio dentro de desarrollo que mejora de acuerdo con nueva tecnología.

**Reformulación.** Cuando las empresas dirigen en estrategia un cambio de tendencia, generalmente ante estancamiento o decaimiento.

**Estancamiento.** Momento en que una empresa no crece o no se desarrolla, se mantiene muy limitada.

**Decaimiento.** Tendencia a perder o bajar productos o clientes, hasta su muerte o aniquilación del negocio.

**NR.** No registra respuesta.

Es importante entender que según la idea del crecimiento viene el desarrollo, pero el estancamiento puede ser en cualquier momento o estadio, lo mismo que el decaimiento, se puede dar desde la fase de inicio o en cualquier otro momento.

*Análisis de los procesos de transformación de las empresas desde el auto percepción en general*

De acuerdo a los resultados presentados en la siguiente tabla, podemos pensar lo siguiente:

**Tabla Procesos de transformación de las empresas en general**

Estadios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido
Inicio	28	6.7	6.7
Inicio y crecimiento	3	.7	.7
Crecimiento	65	15.4	15.4
Crecimiento por calidad	10	2.4	2.4
Crecimiento por penetración	22	5.2	5.2
C. Apertura de sucursales	30	7.1	7.1
C. Ampliación de productos	16	3.8	3.8
Crecimiento y desarrollo	22	5.2	5.2
Desarrollo	71	16.9	16.9
D por incremento de clientes	20	4.8	4.8
D por nueva maquinaria	6	1.4	1.4
D por Innovación	8	1.9	1.9
Reformulación	15	3.6	3.6
Estancamiento	69	16.4	16.4
Decaimiento	6	1.4	1.4
NR	30	7.1	7.1
Total	421	100.0	100.0

Las empresas en general se auto ubican en cuanto en un **inicio** el 6.7%, mientras que en una fase intermedia de **inicio y crecimiento** .7% de los casos.

En cuanto a la suma de **crecimiento** se ubican el aproximadamente el 34% de las empresas. Desglosada de la siguiente manera 15.4% solo crecimiento, crecimiento con referencias a la calidad 2.4%, crecimiento por penetración 5.2%, crecimiento por apertura



de sucursales 7.1%, crecimiento por ampliación de productos 3.8%. En cuanto a otra fase intermedia entre crecimiento y desarrollo 5.2% de los casos.

Sobre el **desarrollo** en suma se ubica aproximadamente el 25% de las empresas, desglosadas en solo desarrollo 16.9%, énfasis en el desarrollo por incremento de los clientes 4.8%, desarrollo por nueva maquinaria 1.4% y desarrollo por innovación 1.9%

Empresas que se encuentra en **reformulación** de su estadio el 3.6%

Empresas que se encuentran en **estancamiento** 16.4%

Empresas que se perciben en **caída** 1.4%

#### **Gráfica Proceso de transformación de las empresas en general**

Es importante señalar que aproximadamente entre el 21% y el 18% de las empresas manufactureras se encuentran en situación crítica (reformulación, estancamiento y decaimiento, desde la auto percepción).

El 7% se encuentran en la situación frágil de inicio.

El 65% de los empresarios considera que está en crecimiento o desarrollo. Es muy optimista su mirada.

#### *Análisis de proceso de transformación por tamaños*

Una vez analizado los procesos de transformación de las empresas desde la auto percepción de manera general, ahora se van a analizar por tamaños en la siguiente tabla que están dados por frecuencia, en el anexo más adelante hicimos la tabla por porcentaje:

**Tabla Frecuencias de procesos por tamaño**

Estadios/Tamaños	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
<b>Inicio</b>	26	2	0	0	28
<b>Inicio y crecimiento</b>	3	0	0	0	3
<b>Crecimiento</b>	39	20	5	1	65
<b>Crecimiento por calidad</b>	5	5	0	0	10
<b>Crecimiento por penetración</b>	12	7	3	0	22

C. Apertura de sucursales	14	14	2	0	30
C. Ampliación de productos	9	4	2	1	16
Crecimiento y desarrollo	9	9	3	1	22
Desarrollo	44	21	4	2	71
D por incremento de clientes	8	9	3	0	20
D por nueva maquinaria	4	0	2	0	6
D por Innovación	4	0	3	1	8
Reformulación	8	5	1	1	15
Estancamiento	54	14	1	0	69
Decaimiento	5	0	1	0	6
NR	21	4	2	2	29
Total	265	114	32	9	420

En la auto percepción sobre los procesos de transformación los empresarios se manifiestan

### ***Micro empresas***

El 10% de las empresas del sector se ubican en la fase de inicio.

Entre inicio y crecimiento se identifican el 1%

En cuanto a la suma de **crecimiento** se ubican el aproximadamente el 30 % de las empresas. Desglosada de la siguiente manera 15 % solo crecimiento, crecimiento con referencias a la calidad 2 %, crecimiento por penetración 5 %, crecimiento por apertura de sucursales 5 %, crecimiento por ampliación de productos 3 %. En cuanto a otra fase intermedia entre crecimiento y desarrollo 3 % de los casos.

Sobre el **desarrollo** en suma se ubica aproximadamente el 24 % de las empresas, desglosadas en solo desarrollo 17%, énfasis en el desarrollo por incremento de los clientes 3%, desarrollo por nueva maquinaria 2% y desarrollo por innovación 2%

Empresas que se encuentra en **reformulación** de su estadio el 3%

Empresas que se encuentran en **estancamiento** 20 %

Empresas que se perciben en **caída** 2 %

Las microempresas muestran la mayor fragilidad, ya que aproximadamente el 25 % de las empresas manufactureras se encuentran en situación crítica (reformulación, estancamiento y decaimiento, desde la auto percepción). También son las empresas de mayor inicio 10%.

### ***Pequeñas empresas***

El 2% de las empresas del sector se ubican en la fase de inicio.

Entre inicio y crecimiento se identifican el 0%

En cuanto a la suma de **crecimiento** se ubican el aproximadamente el 44 % de las empresas. Desglosada de la siguiente manera 18 % solo crecimiento, crecimiento con referencias a la calidad 4 %, crecimiento por penetración 6 %, crecimiento por apertura de sucursales 12 %, crecimiento por ampliación de productos 4 %. En cuanto a otra fase intermedia entre crecimiento y desarrollo 8 % de los casos.

Sobre el **desarrollo** en suma se ubica aproximadamente el 26 % de las empresas, desglosadas en solo desarrollo 18 %, énfasis en el desarrollo por incremento de los clientes 8 %, desarrollo por nueva maquinaria 0 % y desarrollo por innovación 0 %

Empresas que se encuentra en **reformulación** de su estadio el 4 %

Empresas que se encuentran en **estancamiento** 12 %

Empresas que se perciben en **caída** 0 %

El 16 % de las empresas pequeñas manufactureras se encuentran en situación crítica (reformulación, estancamiento y decaimiento, desde la auto percepción).

### ***Medianas empresas***

El 0 % de las empresas del sector se ubican en la fase de inicio.

Entre inicio y crecimiento se identifican el 0 %

En cuanto a la suma de **crecimiento** se ubican el aproximadamente el 37 % de las empresas. Desglosada de la siguiente manera 16 % solo crecimiento, crecimiento con

referencias a la calidad 0%, crecimiento por penetración 9%, crecimiento por apertura de sucursales 6%, crecimiento por ampliación de productos 6%. En cuanto a otra fase intermedia entre crecimiento y desarrollo 9 % de los casos.

Sobre el **desarrollo** en suma se ubica aproximadamente el 37 % de las empresas, desglosadas en solo desarrollo 13 %, énfasis en el desarrollo por incremento de los clientes 9 %, desarrollo por nueva maquinaria 6 % y desarrollo por innovación 9 %

Empresas que se encuentra en **reformulación** de su estadio el 3%

Empresas que se encuentran en **estancamiento** 3%

Empresas que se perciben en **caída** 3%

El 9 % de las empresas medianas manufactureras se encuentran en situación crítica (reformulación, estancamiento y decaimiento, desde la auto percepción).

### ***Grandes empresas***

El 0 % de las empresas del sector se ubican en la fase de inicio.

Entre inicio y crecimiento se identifican el 0 %

En cuanto a la suma de **crecimiento** se ubican el aproximadamente el 22 % de las empresas. Desglosada de la siguiente manera 11% solo crecimiento, crecimiento con referencias a la calidad 0%, crecimiento por penetración 0%, crecimiento por apertura de sucursales 0%, crecimiento por ampliación de productos 11%. En cuanto a otra fase intermedia entre crecimiento y desarrollo 11% de los casos.

Sobre el **desarrollo** en suma se ubica aproximadamente el 33 % de las empresas, desglosadas en solo desarrollo 22 %, énfasis en el desarrollo por incremento de los clientes 0 %, desarrollo por nueva maquinaria 0 % y desarrollo por innovación 11 %

Empresas que se encuentra en **reformulación** de su estadio el 11 %

Empresas que se encuentran en **estancamiento** 0 %

Empresas que se perciben en **caída** 0 %

Destaca que el 11% de las empresas grandes se están reformulando.

### ***Comparativamente***

Podemos ver de manera comparativa por tamaños en la siguiente gráfica los procesos de transformación desde la auto percepción en la industria manufacturera.

La microempresa son las que mayor porcentaje de inicio 10% tienen, mientras que la mediana y la grande no tanto.

La fase de crecimiento la percibe más la pequeña empresa 18% y la grande es menor 11%.

La mediana considera que tiene mayor crecimiento por penetración 9%.

La pequeña destaca por apertura de sucursales 12%, seguida de la media 6%.

La que se percibe en la fase de desarrollo es la grande 22%, seguida por la pequeña 18%.

La micro es la que está en mayor estancamiento 20%, seguida por la pequeña 13%.

La mediana, posteriormente la micro destaca 3 y 2% en el decaimiento.

### **Gráfica Procesos de transformación de las empresas por tamaño y porcentajes**

#### *Anexos*

**Tabla Porcentaje de procesos por tamaño**

Estadios/Tamaños	Micro %	Pequeña %	Mediana %	Grande %	Total %
<b>Inicio</b>	10	2	0	0	7
<b>Inicio y crecimiento</b>	1	0	0	0	1
<b>Crecimiento</b>	15	18	16	11	15
<b>Crecimiento por calidad</b>	2	4	0	0	2
<b>Crecimiento por penetración</b>	5	6	9	0	5
<b>C. Apertura de sucursales</b>	5	12	6	0	7
<b>C. Ampliación de productos</b>	3	4	6	11	4
<b>Crecimiento y desarrollo</b>	3	8	9	11	5

<b>Desarrollo</b>	17	18	13	22	17
<b>D por incremento de clientes</b>	3	8	9	0	5
<b>D por nueva maquinaria</b>	2	0	6	0	1
<b>D por Innovación</b>	2	0	9	11	2
<b>Reformulación</b>	3	4	3	11	4
<b>Estancamiento</b>	20	12	3	0	16
<b>Decaimiento</b>	2	0	3	0	1
<b>NR</b>	8	4	6	22	7
<b>Total</b>	100	100	100	100	100

### 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
- Bannock Graham, Baxter R.E. y Rees Ray. (1990). Diccionario de economía. 2ª edición, Trillas. México.
- Baurmann, Michael. (1998). El mercado de la virtud. Moral y responsabilidad social en la sociedad liberal. Gedisa. Barcelona, España.
- Bourdieu, Pierre. (2001). Las estructuras sociales de la economía. Editorial Manantial. Argentina.
- 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. (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](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/](http://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/](http://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”. 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
- 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.
- 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 (2004) Anuario Estadístico de Guanajuato Tomo II. 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.
- 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/](http://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 Innmanuel (1998). Impensar las ciencias sociales. Siglo XXI-UNAM México 1998.