

ANÁLISIS SOBRE CAPITAL SOCIAL, CULTURAL Y SIMBÓLICO EN LAS EMPRESAS TRADICIONALES DE CELAYA: PANADERÍAS Y PASTELERÍAS

Alejandra López Salazar

alejandra_lopezsalazar@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 de panaderías tradicionales. 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	
Omissiones	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

Giro	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total	%
Panadería y Repostería	53	34	2	0	89	21.30%
Tortillería	37	1	1	0	39	9.30%
Alimentos	25	8	2	4	39	9.30%
Elaboración y venta de Cajeta y Dulces Tradicionales	23	11	0	0	34	8.10%
Herrería	16	2	1	0	19	4.50%
Fabricación, Diseño y Venta de Ropa (Textiles).	8	7	3	0	18	4.30%
Fabricación y reparación de muebles	14	3	0	0	17	4.10%
Fabricación y venta de Nieves y Paletas	13	4	0	0	17	4.10%
Carpintería	11	3	1	0	15	3.60%
Fabricación y Venta de Artesanías	8	4	0	0	12	2.90%
Industrial mecánica (Metales)	4	2	3	0	9	2.20%
Productos Lácteos	7	1	1	0	9	2.20%

Reparación de Bombas para Pozo Profundo	4	0	1	0	5	1.20%
Fabricación de Tabique	2	3	0	0	5	1.20%
Fabricación de Gabinetes	1	4	0	0	5	1.20%
Metal Mecánico (Automotriz)	0	2	0	3	5	1.20%
Torno y soldadura	5	0	0	0	5	1.20%
Fabricación y distribución de artículos de limpieza	1	1	2	0	4	1.00%
Fabricación, Reparación y Venta de Zapatos	3	0	1	0	4	1.00%
Materiales para construcción	0	4	0	0	4	1.00%
Fabricación de empaques de cartón y sus derivados	1	1	2	0	4	1.00%
Servicios	2	1	1	0	4	1.00%
Imprenta	2	1	1	0	4	1.00%
Cancelaría	2	2	0	0	4	1.00%
Maquiladora	1	1	1	0	3	0.70%
Orfebrería	3	0	0	0	3	0.70%
Abarrotes	3	0	0	0	3	0.70%
Elaboración y comercialización de Cristal y Vidrio.	1	0	2	0	3	0.70%
Purificadora y venta de agua para consumo	1	0	1	0	2	0.50%
Compra-Venta de Semillas y Granos	0	2	0	0	2	0.50%
Compra-Venta de Carne (Carnicería)	2	0	0	0	2	0.50%
Fabricación de equipos y piezas para laboratorio y mantenimiento	0	1	1	0	2	0.50%
Fabricación de bolsas y envases de polietileno	0	0	2	0	2	0.50%
Agrícola	1	1	0	0	2	0.50%

Fabricación, venta, alquiler y reparación de lonas.	0	1	1	0	2	0.50%
Mercería	1	1	0	0	2	0.50%
Sistemas de Riego	0	1	0	0	1	0.20%
Fundidora de metales	0	1	0	0	1	0.20%
Fabricante de Persianas y Cortinas	0	0	1	0	1	0.20%
Sacos Plásticos	0	1	0	0	1	0.20%
Fabricación y venta de Velas	1	0	0	0	1	0.20%
Fabricación y venta de artículos de piel	0	1	0	0	1	0.20%
Electrodomésticos	0	0	0	1	1	0.20%
Reparación y producción de gatos hidráulicos	1	0	0	0	1	0.20%
Compra-Venta de materiales reciclados	0	1	0	0	1	0.20%
Talabartería	1	0	0	0	1	0.20%
Elaboración de Prótesis	1	0	0	0	1	0.20%
Elaboración y Venta de Vinos	0	0	0	1	1	0.20%
Fabricación y venta de Hielo	0	0	1	0	1	0.20%
Fabricación de Lavaderos	1	0	0	0	1	0.20%
Venta de pasto	0	1	0	0	1	0.20%
Venta de Fruta y Jugo	1	0	0	0	1	0.20%
Renta de Equipo de Cómputo e Internet	1	0	0	0	1	0.20%
Tienda Departamental	0	1	0	0	1	0.20%
Papelería	1	0	0	0	1	0.20%
Carbonería	1	0	0	0	1	0.20%
Total	264	113	32	9	418	
% del Total	63.20%	27.00%	7.70%	2.20%	100%	

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, 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.

- G. Analizamos las dimensiones sociales por cada testimonio de emprendimiento y después la analizamos por gremio o clase.
- H. Por último presentar los resultados cualitativos y descriptivos (tanto en frecuencias de cada dimensión con sus subcategorías, así como en tablas cruzadas) de la investigación. Haciendo las últimas reflexiones sobre estas dimensiones sociales.

Panaderías tradicionales

Continuando con el estudio los datos oficiales señalan en el censo de INEGI (2005) no registra unidades económicas de las panaderías en Celaya, pero sí identifica a la panificadora tradicional con 511 Personal Ocupado Total (ubicándose en el lugar 16 del sector manufacturero en este rubro); en Producción Bruta Total con 53, 887 miles de pesos (ubicándose en el lugar 33 en este rubro); en Valor Agregado Censal con 23, 111 miles de pesos (ubicándose en el lugar 28 del sector manufacturero en este rubro); así como en la Inversión Total de 1, 004 miles de pesos (ubicándose en el lugar 36 del sector manufacturero en este rubro).

Las experiencias de emprender en las panaderías:

Este negocio lo inicio mi papá, en esta misma casa- habitación con un horno y él vendía solo pan para la colonia, pero luego yo salí de la escuela, yo estude hasta técnico en herramientas y pensaba que iba ganar mucho dinero o que iba ganar más, que si era panadero, pero me equivoque, aquí en México las ilusiones que uno tiene cuando es estudiante se acaban cuando sales de estudiar, ojala que eso no les pase a ustedes muchachos, (se ríe) y como aquí el trabajo era re mal pagado, me fui de inmigrante y mi papá falleció, y mi hermano ya tenía su panadería, y pos yo me quede con esta, y ahorre un dinerito regrese e invertí en maquinaria, y también pedí prestado a la caja popular, y de esa manera fue como el negocio mejoró. . (Entrevista 88) (Pequeña) (Productora de Pan, 13 personas, 16 años)

Trama: El papá comienza la empresa, vendiendo para sus vecinos (capital social).

Implica que gustó el producto, y que los vecinos (personas que el conoce) le van a pedir

el producto. En la casa familiar improvisó su panadería, se supone que por los recursos limitados recurre a esta estructura disponible, utilizando la casa /empresa como estrategia de manejar los recursos limitados. Un miembro de la familia regresa de E.U. Hereda (capital social) e invierte (juntó dinero) en el negocio además de que pide préstamo para hacer crecer el negocio (capital financiero).

Yo no tengo mucho tiempo aquí, el que siempre ha estado es mi papá, que es el dueño, yo tengo muy poquito, de el tiempo que yo he estado los problemas, han sido normales los problemas que el mismo negocio va llevando, pero todo va marchando muy bien. (Entrevista 90) (Pequeña) (Panadería, 20 personas, 15 años).

Trama: Continúa una empresa familiar. Su papa es quien comienza el negocio. El papa es el que tiene el conocimiento (capital cultural). El capital social es de la colaboración de la familia. El negocio marcha poco a poco (capital financiero), además se supone que ya tenía los clientes y a los proveedores.

En si no tuvimos problemas llegamos de México a poner el negocio y estaba chiquito, empezamos a vender poquito ya después tuvimos pedidos y fue creciendo un poquito mas. (Entrevista 91) (Micro) (Panadería, 5 personas, 5 años)

Trama: Llegan y ponen un negocio familiar. En este caso los fundadores de la empresa llegan del D.F. a Celaya; empiezan su empresa poco a poco, les fueron pidiendo productos (capital simbólico y comercial) y creciendo un poco más (capital económico).

Con falta de capital, yo no tenía dinero y tenía que hacer algo para conseguirlo y mantener a mi familia; empecé vendiendo donas con los vecinos y poco a poco les gustó el pan y empezaron a pedir que vendiera otras cosas entonces decidí hacer más tipos de pan. Así cree esta panadería que aunque todavía es pequeña busco seguir creciendo. (Entrevista 92) (Micro) (Panadería, 3 personas, 2 años).

Trama: Ante la necesidad para mantener a su familia, inicia el negocio. Empieza vendiendo el producto para sus vecinos (capital social) a quienes les agradó, que posteriormente ellos demandaron más su mercancía y así fue como ha crecido el negocio (capital comercial).

Esta surgió porque después de tantos años, y después de haber enseñado ahí a los muchachos me despidieron de la empresa en la cual yo trabajaba, la cual también es un panadería " el triunfo " entonces decidí abrir mi propia panadería. (Entrevista 163) (Micro) (Panadería, 7 personas, 3 años).

Este negocio surge gracias a los conocimientos adquiridos en un antiguo empleo, fueron aprovechados para crear la nueva empresa, (capital cultural). Que por causas desconocidas es despedido y después por la falta de empleo decide poner su propia panadería, (trama-drama).

Es que siempre una empresa comienza desde abajo, es una empresa chica y con el tiempo uno va saliendo adelante poco a poco. (Entrevista 98) (Micro) (Panadería, 6 personas, 20 años).

Trama: la empresa comienza desde abajo. Esta empresa comienza desde abajo y así va creciendo de apoco, aunque el entrevistado no da mucho datos deja en claro que aun es una micro empresa.

Bueno pues la empresa empezó, fue como una aventura nada más que pues estamos tan escondidos que no pensé que fuera a funcionar, sin embargo pues ya 45 años tengo trabajando. (Entrevista 166) (Micro) (Elaboración de pan, 5 personas, 45 años)

De esta empresa podemos decir que comienza solo con una idea entre personas (parentesco o amistad), quienes por esta razón comparten y se ayudan mutuamente para hacer prosperar su negocio (capital social). No pensaron sería un buen negocio pero a pesar de la ubicación han logrado su subsistencia por muchos años (45).

Se empezó a hacer pan en la casa, después se compro equipo, y posteriormente el local. (Entrevista 167) (Pequeña) (Panadería, 12 personas, 8 años).

Se comienza este negocio en un espacio familiar de lo cual podemos deducir que se cuenta con el apoyo y ayuda de sus integrantes, (capital social). Así se logra hacer más grande el negocio y después de tiempo de logra tener recursos para equipo y un local propio, (capital tecnológico).

Inicié desde los 7 años de ayudante en una pequeña panadería y a los 13 años me independicé y formé mi propia panadería y no tuve mucho éxito pues quebramos 2 veces. Después me casé y salí adelante con la ayuda de mi esposa y después con la de mis hijos. Y ahora entre todos logramos salir adelante con un préstamo familiar que me hizo mi padre. (Entrevista 244) (Mediana) (Panadería, 98 personas, 55 años).

El agente emprendedor adquiere conocimientos y experiencia sobre la panadería (capital cultural). Crea una panadería apoyado con capital social (apoyo familiar en el trabajo). Capital económico vía capital social (familiar); el padre lo apoya aportándole el capital económico para la creación de su propio negocio.

Comenzamos hace 5 años en un pequeño local que alquilamos donde había un horno de piedra con el cual iniciamos a trabajar. Cuando empezamos sólo

trabajábamos los integrantes de la familia y elaborábamos poco producto. Pero a lo largo del tiempo nos fuimos superando gracias a la dedicación y a la constancia. Ahora ya contamos con algunos trabajadores y un local propio, así como con vehículos para transportar y distribuir el producto. (Entrevista 245) (Micro) (Panadería, 10 personas, 5 años).

La empresa es impulsada como negocio de participación familiar (capital social), en donde se fueron incorporando recursos. El trabajo de manera cooperativa, dedicada y constante permitió que creciera en parte el negocio con mayor infraestructura (capital tecnológico). Se inicia con la renta de un local, que ya contaba con un horno de piedra para hacer pan, facilitando este el problema de maquinaria, (capital tecnológico rústico). Como estrategia se elaboraba en un principio poco producto (por las limitaciones).

La clientela que se fue ampliando (capital comercial), supone por el buen producto ofertado (capital simbólico), hubo mayor demanda por la tanto se tuvo que contratar gente para elaborar producto en mayor cantidad. También se tuvo que adquirir medios de transporte para la distribución del producto, (capital tecnológico), ya que la demanda de esta había crecido en lugares adyacentes en que se dio a conocer con anterioridad.

Al principio para tener clientela vendíamos el pan entre conocidos y vecinos, y ya después con el paso del tiempo, empezamos a tener clientes por la calidad de nuestro pan. (Entrevista 247) (Micro) (Industria Alimenticia, 5 personas, 4 años).

Este negocio comienza con el apoyo de la gente conocida (vecinos y conocidos) como capital social, el trabajo se concretó en la buena calidad del producto (capital simbólico), para posicionarse en el mercado (capital comercial).

La empresa surgió familiar. Mis padres empezaron con un pequeño negocio y es tradición de la familia, se nos va pasando de generación en generación. Pues hasta al momento no hemos tenido problemas trascendentes, al inicio más que nada por las competencias, la aceptación de la gente. Bueno pues produciendo lo que el cliente nos pedía se fue solucionando. (Entrevista 248) (Pequeña)(Panadería, 16 personas, 25 años).

Trama: La empresa se ha heredado en la tradición familiar (segunda generación). El proyecto que los llevó a crecer fue hacer lo que la gente pide, como una estrategia para ganar capital comercial. Se tuvieron varios conflictos, como los de competencia, ya que existen varias empresas con el mismo giro, pero se soluciono preguntando a la gente que era lo que más les gustaba y viendo que era lo más solicitado por su clientela, (capital comercial). Los panaderos tradicionales se comportan (por lo general) de manera gremial familiar (en la trama son familias). Es una empresa familiar, que se

logra levantar y mantener con el apoyo de los familiares (capital social). Se traspasa el conocimiento de generación en generación (capital cultural).

Pues empezamos haciendo poquito pan y ofreciéndolo a la gente de la colonia, y nosotros íbamos de casa en casa caminando. Después compramos un triciclo y era más fácil, y así también pudimos llegar a otras 2 colonias y a las escuelas, y por ultimo teníamos ya 2 triciclos y por ultimo nuestro negocito. . (Entrevista 249) (Micro)(Panadería, 4 personas, 6 años).

En este negocio se destaca la forma en cómo empezó y cómo fue aceptado en el mercado:

1. Al inicio de los negocios hay una relación estrecha entre producción y distribución (ventas), para garantizar el uso adecuado de los recursos limitados.
2. La estrategia de posicionamiento basada en producir poco y ofrecerlo a los vecinos de una colonia (capital social), supone una socialización estrecha cara a cara en la venta.
3. Con mayor infraestructura cierto capital tecnológico permitió una mayor distribución en la cobertura en el mercado, aunado a la aceptación del producto.
4. El servicio de entrega de domicilio del pan como estrategia (innovación en el servicio), así como la calidad del producto en esa fase le permitió un margen de aceptación en el mercado, (capital comercial).

Es una empresa familiar que comenzó con la idea de mis abuelos. Se hacía una producción muy pequeña, y en un horno muy pequeño, y se vendía entre los familiares y amigos. Tuvo tanto éxito el pan que después lo fue solicitando más la gente, ya que lo recomendaban nuestros familiares y amigos, y así fue pasando el negocio, y fue creciendo lentamente. Hasta hoy que contamos con varias sucursales dentro de la ciudad, y pensamos en tener más, ya que ofrecemos un producto de calidad y además a un buen precio. (Entrevista 251) (Pequeña) (Elaboración de Pan, 19 personas, 26 años).

El negocio familiar de la panadería tradicional: Trama: Comenzó con la visión de los abuelos, (tercera generación los responsables familiares). Elaboraban pocos productos ya que sólo se distribuían con la familia y amigos (capital social), los que a su vez recomiendan el negocio, y éste crece, por la solicitud y demanda de la gente, logrando un posicionamiento y ampliación del mercado (capital comercial). El conocimiento familiar, se va acumulando (capital cultural). Comenzando con poca maquinaria, (capital tecnológico rústico). Por la buena aceptación del producto, estos comenzaron a recomendarlo (capital simbólico), el mejor medio de difusión también fue la familia y los amigos (capital simbólico).

Nosotros consideramos que cuando llegamos hace quince años nos costó mucho trabajo entrar en este mercado porque es muy localista. (Entrevista 254) (Pequeña) (Panadería, 25 personas, 15 años).

Este testimonio habla un poco de la lógica de los mercados, el cual no permite fácilmente entrar a cualquier empresario, sobre todo los de otro lugar. Supone que se refiere a los clientes, pero también a la competencia. Ya en otros trabajos hemos señalado que es importante ir investigando la lógica de los mercados, tratando de entender el contexto social, cultural y económico de las relaciones sociales que se dan en el entramado de este espacio. Y no enfocarse sólo a aplicar “técnicas de venta”².

¿Para ponerla? Pues problemas no, no tuvimos porque pos de qué problemas. Lo que hacía falta era dinero para comenzar era lo que necesitamos, ya nomás lo tuvimos y empezamos a trabajar. O sea, que para empezar yo me fui a Estados Unidos y ya trabaje un tiempo, y ya me vine y ahora sí empezamos a trabajar aquí. (Entrevista 224) (Micro) (Panadería, 5 personas, 10 años).

Trama: Empresa familiar que tiene intención de poner una empresa, pero requiere de recursos económicos. La forma que utilizaron para reunir sus recursos fue, que uno de ellos se fue a Estados Unidos a trabajar, (capital social). Una vez Reunido el capital suficiente, empezaron el negocio. Otro de los factores que cabe destacar, es el hecho de que el negocio lleva trabajando diez años, que nos indica que han aprendido a trabajarlo y mantenerlo. Varios de los casos analizados hablan acerca de cómo la mejor manera de conseguir el dinero es que un mimbro de la familia vaya al norte a trabajar, (capital social).

“Bueno yo me enseñe a hacer pan, por mi tío, cuando tenía 16 años, pues me fui con él a Celaya, para allá estudiar la preparatoria, porque ya ves que aquí panadería, y poco a poco me fui enseñando y manteniendo mis estudios, pero como la universidad ya es más cara, mejor me dedique a elaborar pan y regrese a San Juan, y empecé yo sólo con un horno haciendo pan, luego fui no había antes Cecyteg como ahora, entonces me fui con mi tío a Celaya y para poder pagar mis estudios, me enseñe a hacer pan, ya que el tenía una ahorrando hasta que compre dos, tres y a la gente le fue gustando el pan, que tuve que contratar a alguien que me ayudara, y pues seguía ahorrando, y

² Cuestión que mucho de los profesionistas y colegas confunden entre mercadología y mercadotecnia, y que son dos caminos teóricos y epistemológicos diferentes, entre el “Logos” y la “Tecne”. En cuanto a fines: uno busca conocer, el otro esta orientado (y encerrado) a buscar rendimientos económicos. La antropología económica, la historia, las ciencias políticas, la sociología, la economía, etcétera son disciplinas que contribuyen a estudiar la lógica de los mercados. El aparato teórico de la mercadotecnia no da para entender la complejidad de los mercados. La mercadotecnia solo se vuelve razón instrumental acrítica de la rentabilidad y eficiencia. Claro es importante el diálogo, sobre todo la investigación para entender profundamente el mercado en un contexto.

una vez pedí un préstamo a la Caja (Caja Popular Mexicana), para poder poner mi negocio y básicamente pues así nació esta pequeña empresa. . (Entrevista 238) (Micro) (Panadería, 3 personas, 20 años).

Trama: Hay un apoyo por parte de la familia para poder desarrollar los estudios del agente emprendedor, (capital social). Prepararse técnicamente en conocimientos (capital cultural). Ahorrando, consiguió un préstamo de la caja popular y trabajando muy duro consiguió poner el negocio. El gusto de la clientela por el pan fue ganándolo en el mercado (capital simbólico y social).

Iniciamos el negocio con una pequeña panadería, porque pues al principio no se cuenta con mucho capital, el principal problema como ya lo comente pues era la falta de capital para invertir, después al problema que nos enfrentamos fue la competencia, y la manera de solucionarlo fue hacer nuestro pan excelente. (Entrevista 239) (Pequeña)(Panaderías, 46 personas, 15 años).

Trama: Inicia una empresa familiar. Nos muestra que uno de sus principales problemas es el capital. Por otro lado nos muestra que el segundo problema fue su competencia, al ver ellos su competencia lo que comenzaron a hacer fue mejorar la calidad de su producto (capital simbólico y social). Lo que pudimos observar aquí es una de las mejores formas de enfrentarse ante la competencia, es resaltar la calidad de su producto.

La empresa surgió a partir de una idea de mis abuelos, para hacer una empresa mas exitosa en cuanto al consumo de pan se refiere. (Entrevista 240) (Pequeña) (Panadería, 11 personas, 25 años).

Trama: continúa una empresa de tradición familiar. Este negocio comienza con la herencia de conocimientos por parte de los familiares (capital cultural). Podemos observar como hay una intervención de valores por seguir con el negocio familiar, y continuar con las ideas de los familiares. Es importante resaltar como influyen los valores (capital simbólico y social) en este tipo de casos ya que es de gran influencia para el seguimiento y soporte de la empresa.

Yo trabaje en la panadería la flor durante muchos años, y vi que, como que tenía la inquietud de empezar un negocio, que fuera propio y ahí surgió la idea de trabajar ya no para el patrón si no para mi, mismo. Si hubo problemas porque había que buscar un lugar donde hacer la panadería donde hacer nuestras instalaciones. (Entrevista 241) (Micro) (Panadería, 7 personas, 15 años).

Trama: Surge la idea del negocio por el conocimiento adquirido en el trabajo (capital cultural). En el lugar donde trabajaba anteriormente, ya tenía cierto conocimiento como

manejar el negocio y como hacer el producto. Quería tener su propia panadería. Tuvo problemas para saber donde se podía instalar el local (se supone no es la decisión sola en cuanto a lugar, la capacidad de producción, el costo del local o la renta, el lugar también tiene que ver en este giro en cuanto a donde se puede atraer clientes).

En cuanto a eso no podría ya que esta empresa fue iniciada por mi tatarabuelo, y no tengo mucho conocimiento sobre los problemas que el tuvo, porque yo herede esta empresa ya con trabajadores y clientela y no he tenido muchos problemas. (Entrevista 242) (Pequeña) (Panadería, 40 personas, 150 años).

Trama: Continúa una empresa familiar. Nos dice que fue iniciada generaciones atrás, mostrando el apoyo familiar que se ha tenido durante generaciones y fue heredada (capital social). De alguna forma es una empresa estable después de años de trabajo (capital comercial), por lo cual no se ha tenido problemas de clientela, ya que se supone que es reconocida, adquiriendo por su parte prestigio, (capital simbólico).

Pues la panadería era de un tío, luego se la paso a unos hermanos, de ahí a un primo, y mi primo me la paso, pero no tenía mucho dinero para meterle y mi papá me hizo un préstamo y con eso nos levantamos. (Entrevista 250) (Micro) (Panadería, 7 personas, 12 años).

Trama: Es un negocio familiar (capital social), que se fue transfiriendo entre diversos miembros de la familia (tío- hermano, primo y ego). Con el préstamo al dueño que le hizo su papa, (capital social), se logra invertirlo para poder ofertar un mayor número de productos y de buena calidad. A final de cuentas con el apoyo familiar, con trabajo y capital financiero se logró sacar adelante a la empresa.

Claro he, empezamos vendiendo..., mi familia se dedica a lo que es el pan, entonces este pues empezamos trabajando comprándolo, ya después juntamos un poco de capital, y empezamos a invertir ya por nuestra cuenta, y este hasta punto, este punto, y los problemas que se nos presentaron fueros al principio que los clientes, este, los panaderos, conseguir gente para trabajar, es un problema eterno que tenemos y este pues en si son esos los problemas que se nos han presentado. . (Entrevista 256) (Pequeña)(Panaderías, 15 personas, 2 años).

Trama: Este negocio se comenzó con la comercialización de pan, (compra- venta).

Se supone que con las ganancias que comenzaron a redituarse, se comenzó a invertir, (capital económico) para crear el propio producto, compra de equipo y maquinaria, (capital tecnológico). Los problemas más visibles fueron, la clientela (ganar preferencia y colocarse en el mercado como capital simbólico y comercial). Otro problema es

contratar gente (panaderos), para la elaboración de este (supone trabajadores con cierta preparación capital cultural).

Primero esta empresa la inicio mi madre, aprendió a hacer pan con la ayuda de Silva Loeza, ya que aprendió y empezó en la misma casa a elaborar el pan mas tarde se fue expandiendo hasta que compro la casa de al lado e instaló la panadería con todo lo que se necesita, después contrato a los empleados, los problemas que se tuvo es que se necesitaba expandir más las instalaciones y lo soluciono comprando un local que se encuentra enfrente, hoy en día se tiene tres establecimientos donde se elabora el pan y además se vende y 2 locales donde solo se vende. (Entrevista 258) (Pequeña) (Panificadora, 30 personas, 25 años).

Trama: Inició su madre la panadería, con el conocimiento transmitido por amiga ella, (capital cultural). Inicialmente lo hacía en casa, posteriormente adquirió la casa de al lado, se supone que también de maquinaria (capital tecnológico), para poner el negocio en la casa comprada. Actualmente se cuenta con 5 establecimientos de venta y 3 donde se elabora. Lo cual nos dice que la aceptación de la gente a sido buena.

No empezó como panadería, empezó como cremería hace 25 años, nosotros iniciamos con esto porque vimos las necesitada de que mi esposo ganaba lo suficiente pues estábamos recién casados, y yo no quería trabajar en una empresa porque estaba muy contenta por mi bebe, y pues no quería así como tener un horario y donde iba a dejar a mi bebe. Entonces iniciamos con la cremería y posteriormente se le dio el giro a panadería y de ahí la cremería paso a segundo termino y empezamos ya de lleno con la panadería y hemos tratado de mantener la imagen sobre todo de pan bueno. (Entrevista 261) (Micro) (Panadería, 9 personas, 25 años).

Trama - drama: Inicia un giro de empresa (cremería), para posteriormente hacer una panadería con el fin de ayudar económicamente a su esposo. Pensando que no tuviera que moverse de casa y poder cuidar bien su hijo. No explica porque se da el cambio del giro en esos 25 años. Se busca la realización de producto de buena calidad, en la elaboración del pan, de tal forma que atrae a la gente (capital simbólico y comercial).

Acabo de empezar esta panadería como propietario, ya que antes trabajaba en otra de las grandes panaderías de Acámbaro siendo yo el panadero de ellas pero por problemas con el propietario decidí independizarme. (Entrevista 262) (Micro) (Panadería, 3 personas, 1.5 años)

En esta situación se hace presente los conocimientos adquiridos anteriormente por parte del entrevistado, ya que contaba con la práctica en la elaboración de pan (capital cultural).

Desde que comenzamos los panaderos que he tenido ha sido muy buenos, lo único malo es que son muy irresponsables, porque el día que no quieren no vienen y ya. (Entrevista 263) (Pequeña) (Panadería, 16 personas, 26 años)

En esta entrevista se hace presente por un lado que los trabajadores son buenos (no se sabe si como personas o haciendo el trabajo), por el otro lado la falta de compromiso por parte de los panaderos que colaboran en el negocio, dependiendo de que acepción se esté utilizando es la forma de fortaleza o debilidad del capital social en la organización.

Todo empezó ya que no tenía ningún trabajo, en ese momento el dueño dado que contaba con la experiencia suficiente junto su dinero y compro la maquinaria suficiente, y junto con su yerno y su hijo empezaron a trabajar la panadería y al principio solo vendían pan a sus conocidos, pero gracias a la calidad del pan y que a la gente le gusto fueron creciendo hasta la fecha siguen creciendo. . (Entrevista 264) (Micro)(Panadería, 6 personas, 12 años)

Trama-drama: Inicia donde una persona no tiene trabajo e inicia un negocio. El dueño tiene experiencia, fue un pilar importante para iniciar el negocio (capital cultural). Gracias a los recursos económicos disponibles se logro adquirir la maquinaria necesaria y suficiente para comenzar el negocio (capital financiero y capital tecnológico). La relación de parentesco (yerno e hijo), influyo para el despegue del negocio, pues ayudaron en la elaboración de los productos (capital social). Debido a la calidad que ofrecía el producto, los clientes (conocidos) comenzaron a adquirir el producto constantemente (capital comercial) y así ayudaron a que el negocio se desarrollara y con esto, creciera (capital simbólico).

La panadería se hizo porque mi papá me decía que pusiera una panadería para él trabajar con nosotros, pero a fin de cuentas el ya no llegó a trabajar en la panadería porque falleció. Al principio hubo problemas de que se batalla con la gente, de que no encuentras quien te trabaje, para desplazar el pan tienes que batallar, buscar clientes, poco a poco se van buscando y se va abriendo uno plaza. La solución que encontramos pues fue echándole ganas, no desanimarse y buscar entregas de pan. (Entrevista 265) (Micro) (Panadería, 7 personas, 14 años)

Trama – drama: Se inicia un negocio familiar, muere el padre impulsor del negocio. Empezar el negocio en muchas de sus operaciones cuesta trabajo en organizarse, ajustar y afinar a la organización en actividades que se requieren. Se requiere de cualidades como la perseverancia, el esfuerzo, la paciencia, etc. Y no solo eso si no también el apoyo de los trabajadores del mismo negocio. Ya que al principio se tuvieron problemas

con la clientela, el traslado y la comercialización de su producto, pero gracias a las cualidades antes mencionadas, el negocio logro salir adelante (capital cultural).

Bueno, problemas, casi no, yo empecé aquí en 1995 y hasta la fecha todavía aquí estamos, problemas son muy leves y se solucionan muchas veces a base de créditos que uno consigue, ya sea con distribuidores de harina y las materias primas que ya mencioné. (Entrevista 266) (Micro) (Panadería, 5 personas, 16 años)

En esta empresa con una tradición de 13 años no se han tenido problemas productivos graves, pues se ha logrado encontrar la solución debido a la confianza que le tienen en el negocio, pues se logran obtener créditos sin imposición alguna (capital financiero).

Mi suegro fue el que aportó dinero para iniciar, para poner el horno y ya después cuando estuvo el horno con unos poquitos ahorros que había se compró la materia prima para comenzar a trabajar y así ha seguido adelante. (Entrevista 267) (Micro) (Panadería, 2 personas, 15 años).

En este caso al contar con el apoyo de un familiar político (suegro), se logro la creación del negocio (capital social). En consecuencia del apoyo económico brindado por el familiar se logro comprar la materia prima necesaria para el inicio de operaciones de la empresa, apoyados también por los ahorros (capital financiero).

Primero esta empresa la inicio mi padre ya que este municipio se caracteriza por que es el mejor en el pan, aprendió a hacer pan con la ayuda de Silva Loeza, ya que aprendió, empezó en la misma casa a elaborar el pan, más tarde se fue expandiendo hasta que compro la casa de al lado, e instalo la panadería con todo lo que se necesita, después contrató a los empleados, los problemas que se tuvo es que se necesitaba expandir mas las instalaciones y lo soluciono comprando un local que se encuentra enfrente, hoy en día se tiene tres establecimientos donde se elabora el pan y además se vende y 2 locales donde solo se vende. (Entrevista 268) (Pequeña) (Panificadora, 50 personas, 40 años).

Trama: Inicia una empresa familiar. El padre había adquirido conocimientos anteriormente acerca de la elaboración de pan, gracias a que ya había trabajado con otra persona que tenia una panadería, debido a ello el tuvo la iniciativa de desarrollarse en el ramo de las panaderías (capital cultural). Se pudo expandirse (capital comercial) y ahora cuenta con locales para la elaboración y otros mas para la venta del producto (capital financiero).

Mi papa vendía donas y pan típico como conchas, bolillo en la calle donde vivíamos, así que mi hermano le dijo que quería poner una panadería, mi papá le ayudo a hacer un horno de ladrillo, mi padre ya no esta mas con nosotros, pero nos enseño lo necesario y ahora gracias a él y a dios esta funcionando la panadería. (Entrevista 269) (Micro) (Panadería, 3 personas, 3 años).

Trama: Inicia negocio con apoyo familiar. Posteriormente muere el padre que es una de las personas principales en el negocio. Como se refleja en la entrevista el padre ya tenia conocimientos acerca de la elaboración de pan típico como conchas, bolillo, donas, entre otros, con el cual realizaba venta ambulante. (Capital Cultural). Después uno de los hijos tuvo la idea de poner una panadería establecida legalmente esto con la finalidad de retirarse del ambulante, el padre decidió apoyar la idea que tenia el hijo dando lugar al inicio del negocio, haciendo el horno, apoyando con conocimientos (capital social).

Surge gracias a la idea de los bisabuelos, Santos es el fundador de la panadería el venía de Guadalajara, conocía la manera de cómo elaborar el producto, es de manera tradicional la elaboración del pan, por lo tanto es artesanal. (Entrevista 270) (Micro) (Elaboración de Pan, 3 personas, 100 años).

Trama: Esta empresa fue creada por los bisabuelos, lo cual indica que es una empresa de tradición en la cual se elabora pan, esto nos indica que se han ido adquiriendo conocimientos de generación en generación (capital cultural). La tradición de irse apoyando los miembros de la familia (capital social).

Para mí no fueron los problemas, sino que mi esposo de repente él llevo del otro lado y él ya tenía tiempo pensando de que quería poner una panadería, y que quien sabe que; pero él la quería poner en la casa que quería mandar hacer un horno y todo, nomás que de repente resultó una vecina que le vendió ese horno, la señora le vendió el horno y ya él, cómo te diré, como que no tuvo problemas, has de cuenta que en una semana él solucionó todo, rápido. Así... Así...No hubo problemas para eso, los problemas ya vienen después (verdad) eda, de que los vecino sí se molestaron. (Entrevista 271) (Micro) (Panadería, 6 personas, 1 año).

Trama: Se inicia un negocio de una persona después de trabajar en el extranjero (migrante) y traer recursos económicos (capital financiero), a pesar de las dificultades que se presentaron han logrado superarlas (drama). Apoyo de una vecina quien le

facilitó la compra de un horno (capital social). Aunque también por momentos se hicieron presentes los conflictos con algunos vecinos debido al descontento que tenían hacia el negocio, lo cual nos muestra una falta de apoyo en la sociedad en la que se desarrolla el negocio. (Falta de Capital Social).

Inicie trabajando como ayudante en la panadería de mi tío, que esta en la calle los Ángeles y después decidí abrir mi propia panadería, primero se construyó el local donde estamos, y conseguí dinero para comprar las máquinas, la harina, la azúcar, levadura y el negocio comenzó bien, conseguí nuevos lugares para vender el pan como la Tijera, el Terrero, Cerro Prieto y así en varias comunidades y después se repartió entre las tiendas abarroteras de la colonia y comencé a ganar el mercado de aquí y competir con las otras dos panaderías de la zona.. (Entrevista 272) (Micro) (Panadería, 10 personas, 10 años)

Trama: Inicia un negocio propio para independizarse. Tiene conocimiento previo a la apertura del negocio es de suma importancia, pues al momento en el que el negocio se encuentra ya en vida productiva es de mucha ayuda, para superar las distintas situaciones que se te enfrentan (capital cultural). El dinero que se invierte en maquinaria e insumos para el negocio (capital financiero). En el principio de la vida productiva es difícil hacerse de una clientela, pero con esfuerzo y perseverancia se logra (capital comercial), iniciando ventas por mercados pequeños, hasta tener la fuerza suficiente como para competir en el mercado local (capital simbólico).

La panadería no la dejo mi padre ya nos la dejo acentada y no tenemos problemas fuera de lo normal. (Entrevista 275) (Micro) (Elaboración de pan dulce, 7 personas, 30 años).

Trama: En este caso se muestra el apoyo de la familia al seguir manteniendo una empresa que el padre comenzó (capital social). Y el hecho de seguir con clientela (capital comercial) refleja que siguen manteniendo la misma calidad es sus productos desde que el negocio comenzó su vida productiva (capital simbólico).

Si tenemos aproximadamente 40 años trabajando y manteniendo una tradición que fue comenzada por el señor Rogelio Villafañá Mosquera abuelo mío, y nos hemos encargado de mantener esa tradición que el comenzó y nos dejo adentrados en el negocio. (Entrevista 276) (Pequeña) (Elaboración de pan, 18 personas, 40 años)

Trama: Continuar con una empresa familiar. En la entrevista se refleja el compromiso, la cooperación y responsabilidad que se tiene hacia el negocio, pues este fue creado por el abuelo, desde hace ya cuarenta años y la familia se ha encargado de mantener el negocio con vida (capital social). Hay una tradición familiar en el conocimiento de esta empresa (capital cultural). Por consiguiente esto da a entender que ya desde hace tiempo en el mercado, con clientela lo cual significa que han dedicado a mantener un servicio y productos con calidad (capital simbólico).

Bueno cuando empecé hace 20 años, en primer lugar yo no sabía hacer pan, así que el problema fue aprender primero a hacerlo, al principio salía mucha pérdida porque no salía bien el producto y lo tenía que tirar. (Entrevista 277) (Micro) (Panificadora, 1 persona, 20 años)

Trama: Inicia un negocio. Se necesitan conocimientos sobre la actividad de panadero. Por consiguiente también muestra la falta de experiencia por parte del dueño del negocio, de esta manera el negocio tardó un poco más en desarrollarse (la llamada curva de aprendizaje) y prosperar (capital cultural).

Hasta que poco a poco fuimos aprendiendo, hasta que prosperó el negocio. Mi papa me enseñó a hacer pan y pues por la necesidad del trabajo, ya que no hay mucho aquí, decidimos empezar con un negocio propio con un horno casero y gracias a dios hemos ido creciendo poco a poco. (Entrevista 278) (Pequeña)(Panadería, 12 personas, 6 años).

Todo comenzó por la falta de trabajo en la región donde se estableció el negocio, este hecho influyó para la creación del mismo. (Trama-Drama). Como primer paso el padre le enseña a su hijo como elaborar pan, debido a la escasez de ese producto en la región, por ello toman la decisión de iniciar un negocio en esa rama, hasta desarrollarse y ser lo que son en la actualidad. (Capital Cultural y Capital Social).

Pues en si quien inicio el negocio fue mi papá ya hace 25 años, él inició ayudándole a otro pandero que era cuñado de mi papá, primero mi papá solo hacía para nosotros, pero un día se animó a hacerlo para vender y nos fue bien, ya después como de 5 años pusimos ya una panadería más grande, y así vender más, pero inicialmente la matriz estaba en la colonia las flores, pero yo como hace 9 años abrimos este otro local en lo que es esta zona centro y nos va bien, los problemas que tuvimos pues fue colocar nuestro pan en las tienditas ya que estaban muy acostumbrados al pan de la competencia, pero

gracias a dios ahorita ya tenemos mucha aceptación. (Entrevista 279) (Pequeña) (Fabricación de pan, 11 personas, 25 años).

En este caso el padre que es el iniciador del negocio, antes de empezar con el mismo ya poseía conocimientos acerca de la elaboración de pan y de como se manejaba el negocio (capital cultural). Es un negocio de veinticinco años de vida productiva (capital simbólico), el cual inicio como la mayoría de los negocios en un pequeño local , pero con cooperación, esfuerzo, compromiso , responsabilidad y dedicación por parte de la familia se ha desarrollado y mantenido el nivel de calidad con el cual han logrado tal crecimiento (capital comercial). Al igual que el desarrollo del negocio, el hecho de adentrarse en el mercado local no fue fácil, pero gracias a las cualidades antes mencionadas poseídas por la familia también lograron superar esa dificultad (capital social).

Bueno esta panadería mi papa la inicio, el empezó trabajando en una panadería, con los conocimientos que tenia puso el mismo la suya, primero empezó haciendo el pan en la casa y vendiéndolo afuera, ya que la casa queda en frente del Templo del Santo Ecce Homo, la gente que venia a misa le compraba pan, después junto mas dinero y destruyo la casa y la volvió a construir, al frente de la casa puso el local para vender el pan y también puso las instalaciones para hacerlo, empezó con 4 trabajadores incluido yo, después vendimos bien, y fuimos creciendo, después mi papa investigo como se hacia el pan tradicional de Acámbaro y lo empezamos a elaborar y a vender, y así fue que la empresa llego a ser lo que hoy es, ahora contamos con 2 matrices donde se fabrica el pan y 7 locales donde se vende incluidas las matrices. (Entrevista 280) (Pequeña) (Panadería, 25 personas, 50 años).

Trama: Apertura de este negocio familiar. Fue el conocimiento que el padre ya tenia acerca de la elaboración de pan, así que tomo la decisión de elaborar pan y venderlo, pero comenzó como venta ambulante fuera de una iglesia (capital comercial en cuanto a la innovación de venta), lo cual también podría tomarse como una estrategia ideada debido a su experiencia, pues al salir de misa la gente le compraba (capital cultural).

Con la venta ambulante junto el dinero necesario como para poder poner su local, el cual se localizaba frente a su casa, al inicio entre sus trabajadores se encontraba uno de los miembros de la familia (su hijo), el cual apoyaba a su padre. Con dedicación y compromiso el negocio se desarrollo hasta ser lo que es en la actualidad, pues cuenta con dos matrices en las que se fabrica el pan y siete locales donde solo se vende (capital financiero y capital social).

Mi papá trabajo en la panadería Santísima Trinidad, lo liquidaron ya que la panadería se puso en huelga, y fue gracias a eso y a la necesidad que tenía la familia, que comenzó el negocio. En la actualidad mi panadería superó por mucho a la Santísima Trinidad, antigua empresa donde trabajaba mi padre. (Entrevista 281) (Pequeña) (Elaboración de Pan, 30 personas, 31 años).

La liquidación del parte del padre debido a problemas en la panadería donde trabajaba y las necesidades de la familia influyeron en la apertura del negocio (drama- trama).

Gracias a los conocimientos que el padre poseía y al apoyo de la familia el negocio pudo comenzar, y con el paso del tiempo desarrollarse y crecer, superando a la panadería donde el padre había trabajado (capital cultural y capital social).

Simplemente es una tradición familiar y actualmente la panificadora se encuentra en la 3era generación. (Entrevista 285) (Micro) (Elaboración de Pan, 7 personas, 17 años).

Trama: Continuar empresa familiar.

Lo constituyo la familia simplemente por tradición ya que ahora esta laborando la tercera generación (capital simbólico y comercial implícito) y por lo que se puede deducir les va bien en el negocio y tal vez seguirán en ese giro (capital social).

Es un negocio familiar que empezó con mi papá en Comonfort, después, compro terrenos aquí en Celaya y la cambiamos para acá, a Melchor Ocampo, y finalmente compro este terreno en donde esta, y pues... problemas que hemos tenido, solo fiscales por la falta de contabilidad o por malos contadores que hemos tenido y tuvimos que contratar otros. . (Entrevista 286) (Mediana) (Fabricación de pan, 55 personas, 25 años).

Trama: Continúa un negocio familiar en otra ciudad. Ahora es apoyado por sus hijos, que a su vez siguen con el negocio (capital social). Menciona que en algún momento, surgieron problemas de tipo administrativo.

Pues empezó hace como 27 años o más era de mi papá y nos la dejo a mi hermano, y a mí por temporadas, nos turnamos a atenderla, y ahora yo estoy al mando, y si hay problemas como en toda familia pero la final de cuentas los dos la sacamos adelante. (Entrevista 287) (Micro) (Panadería, 10 personas, 27 años).

Hubo apoyo por parte del padre para emprender el negocio y en la actualidad sus hijos la manejan; mencionan que hay problemas pero se deduce que han sabido salir de estos

quizá por que no han sido muy graves (capital social). Supone un conocimiento familiar en la actividad (capital cultural). Llama la atención la propiedad rotativa o de responsabilidad turnada (temporal) que tienen los hermanos de la empresa familiar.

Pues la hizo mi padre, porque le gustaba hacer pan y luego nos quedamos al mando del negocio pues los hijos. (Entrevista 289) (Micro) (Alimenticio, 6 personas, 8 años)

Trama: Iniciativa por parte del padre para crear la empresa, la cual en el presente la dirigen sus hijos (capital social). Deja entrever que hay un reconocimiento de la misma, ya sea por la calidad del producto o por el trabajo administrativo que esta detrás de la misma y han tenido desarrollo productivo del negocio (Capital simbólico)

Esta es una empresa de toda la familia, mis hermanos y mis sobrinos, tienen panaderías en varias partes, Irapuato, San Miguel de Allende, y pues ya es tradición en la familia, y además estamos acostumbrados a este negocio por eso no hay muchos problemas muy relevantes que contar, solo los típicos, de que falte algún trabajador, o que solicitemos alguno y no se consiga. (Entrevista 290) (Pequeña) (Fabricación de pan, 11 personas, 20 años).

Trama: Continuar con una empresa familiar. Las empresas ya están posicionadas en varios municipios (capital comercial), por lo tanto se convirtió en una empresa tradicional familiar que se puede deducir tiene buenas ventas; (capital simbólico). Se infiere que el proceso de elaboración de pan fue heredado o enseñado a las siguientes generaciones para seguir con el negocio, en el ramo alimenticio (capital cultural).

Bueno es muy breve, ya que mi papa fue panadero toda su vida, yo siempre le ayudaba a hacer el pan y también me llamaba mucho la atención, y además me gustaba, y además también tengo otros dos hermanos que tiene cada uno su panificadora. Y los problemas de siempre el dinero, local, y que la gente te acepte el producto eso es lo más difícil que hemos pasado. (Entrevista 291) (Micro)(Panadería, 4 personas, 3 años).

El entrevistado colaboraba con su padre cuando era pequeño ya que tenía cierto interés por la elaboración del pan ayudados por el conocimiento adquirido por su familiar (padre) en este proceso (capital cultural). Apoyo entre los relacionados gracias a los vínculos de parentesco existentes (capital social). El problema principal es ganarse un mercado.

Inicio en el mes de junio de 1978 como una empresa familiar, el iniciador fue José Loeza, seguido por su hijo Fernando Loeza Pacheco presidiendo a Fernando Loeza López actualmente maestro panadero. El iniciador del negocio

ya en sí fue: José Loeza López (nieto de José Loeza), actualmente el propietario es Daniel Loeza López. (Entrevista 292) (Pequeña) (Panificadora, 15 personas, 28 años)

La empresa empezó con el abuelo quien tenía el conocimiento (capital cultural), pero fue apoyada por las generaciones futuras (capital social); ya llevan 15 años de existencia en el mercado.

Yo a prendí a hacer pan porque es una herencia de mis abuelos, tengo ya 30 años en esto. Tuve problemas de falta de personal, mis hijos crecieron y luego continué con ellos. Yo tenía problemas con los empleados, y hasta ahorita con mis hijos trabajo. (Entrevista 294) (Micro) (Fabricación de pan, 9 personas, 30 años).

La empresa fue herencia de los abuelos, que generosos, traspasaron el negocio y los conocimientos a las generaciones futuras (capital cultural). El actual propietario señala que tiene el apoyo de su familia (hijos) (capital social).

Comenzó trabajando en una panadería y de eso aprendió la profesión, después solicito un préstamo para crear su propia panadería y así sucedió. (Entrevista 347) (Micro)(Panadería, 3 personas, 6 años)

Se hace mención de que a partir de un conocimiento previo (capital cultural) adquirido en un trabajo anterior, fue posible iniciar con la idea de abrir un negocio propio. Pidió un préstamo (capital financiero) para iniciar su negocio (trama).

Me asocié con mi hermano, sin horno utilizábamos el horno de mi mamá, pero cuando me independicé tenía pérdidas económicas, y de producto por el horno que era de otro material. (Entrevista 350) (Micro)(Venta de Alimentos, 5 personas, 5 años)

Esta empresa es iniciada gracias a la vinculación familiar entre dos personas (hermanos) y con el apoyo de su madre (capital social). Sin embargo, como se puede apreciar en la entrevista, al independizarse hubo problemas.

Quería poner un negocio y pensé que sería buena idea vender pan, porque yo podría hacer todo lo necesario para empezar, comencé a fabricar el horno de ladrillo de esos antiguos, en la parte trasera de mi casa, y poco a poco fui comprando el material que se necesitaba para el pan, empecé a hacer pan como 2 meses después, también hice un tipo letrero luminoso, el que esta ahí afuera, y así comencé, yo hice los moldes, las palas para sacar el pan del horno, todo.. (Entrevista 351) (Micro)(Venta de pan, 4 personas, 2 años).

En este caso el apoyo del vínculo familiar (capital social) debió de ser muy importante, ya que tuvo que ocupar una parte de la casa para poder empezar el negocio, utilizó la autoconstrucción del horno. Por parte del dueño se muestra mucha visión y perseverancia, ya que tuvo la capacidad de diseñar sus propios instrumentos de trabajo.

Pastelerías/ Repostería

En la industria pastelera encontramos los siguientes testimonios que analizaremos de uno por uno de los casos, para después dar una interpretación general.

Pues comenzó "Don Pastel" y pues se ha ido heredando a las hijas, y algunos nietos, pero ellos no laboran aquí.... (Entrevista 77) (Pequeña) (Postres, 22 personas).

Esta empresa es un ejemplo de la tradición familiar, la creación de los pasteles y postres que empezó de generaciones atrás. Quienes lo manejan son las hijas y algunos nietos, son los que continúan con la tradición (capital cultural). Se observa que en el giro de pastelería son de los negocios que se consideran tradicionalmente dentro de la división social de trabajo con orientación más femenina en la cultura, diferente a la panadería.

Esta pequeña empresa empezó de una forma muy sencilla, es decir, como una empresa familiar, todos comenzamos con lo poco que sabíamos hacer cada uno; después empezamos a vender los pasteles con nuestros conocidos, y así fue como comenzamos a darnos a conocer y en realidad no hubo problemas porque tuvimos una buena aceptación. (Entrevista 78) (Pequeña) (Pastelería, 20 personas, 25 años).

Apoyo de la familia para poder vender (capital social) y darse a conocer (capital simbólico). En cuanto a (capital cultural) hay una división de trabajo en cuanto a que los miembros de la familia colaboran de acuerdo a lo que saben hacer, me imagino que se refiere a los hombres a las cuestiones técnicas, de mantenimiento, distribución, mujeres en la creación, diseño de pasteles. El apoyo en la elaboración es familiar (capital social), pero en la distribución se recurrió a conocidos para venderlo y ellos recomendarlo (capital social) y así irse posesionando en el mercado (capital comercial).

Si, pues yo comencé haciendo pasteles para reunir familiares y debido a que no tenía dinero me vi en la necesidad de empezar a vender en tienditas. Al principio no se me vendían pero poco a poco comencé a prosperar. (Entrevista 185) (Micro) (Elaboración de pasteles, 4 personas, 2 años).

Trama- drama: Se comenzó una actividad por gusto, pero se hizo necesidad por problemas económicos. Supo aprovechar sus conocimientos para ayudarse económicamente (capital cultural). Una estrategia fue vendiendo los productos en las tienditas (se supone que en ellas no hay un nivel de exigencia como en una gran tienda, además cuenta con los consumidores directos), eso facilitó 2 cuestiones la primera ir entretejiendo consumidores y clientes (capital social) y generar recursos para capitalizarse económicamente.

Mi mama hacia pasteles para cumpleaños, para la familia y de ahí surgió la idea. Al principio se hacían esporádicamente y se vio la necesidad de hacerlos constantemente. (Entrevista 220) (Micro)(Pastelería, 3 personas, 15 años).

Trama: Se comenzó como una actividad que se realizaba por gusto (en cada cumpleaños) esporádicamente. Drama: Pero por problemas económicos se inició como actividad económica de manera más constante. Se requirió de ciertos conocimientos para la elaboración de los pasteles (capital cultural).

Comencé vendiendo empanadas en la calle, pero después pensé que si rentaba un lugar podría brindar una mejor atención a los cliente, así que rente un lugar, compre un horno más moderno y contrate personal con el tiempo y comencé a tener una mayor variedad y a venderle a tiendas y a personas particulares. (Entrevista 169) (Micro) (Empanadas, 8 personas, 7 años)

Trama. Este negocio comienza sin un lugar fijo, vendiendo en la calle, lo que da de alguna forma a conocer el producto entre la gente, esto permite que los clientes vayan reconociendo el producto (capital simbólico). Después renta un lugar, pensando brindar mejor servicio y variedad de productos. Además de tener más ayudantes y adquirir un equipo mas moderno y mejorar el producto (capital tecnológico). Lo que le permitió tener una clientela fija en el mercado (capital comercial).

Pues todo inició como una idea que mi hijo menor me dio al decirme que hacía unos pasteles muy sabrosos que debería venderlos, lo platiqué con mi esposo y me dijo que hiciera lo que quisiera, así que como un reto, puse un pequeño mostrador y refrigerador en la entrada de mi casa, y así comencé. . (Entrevista 299) (Micro)(Pastelería, 1 personas, 4 meses).

Trama: El negocio nace por la potencialidad del capital simbólico que puede tener el producto (pasteles muy sabrosos). El negocio tuvo apoyo y espíritu emprendedor por parte de su familia (capital social). La casa es el lugar donde se pudo hacer dos actividades simultáneas, las faenas de la casa e iniciar un negocio. Además de poder venderlos con mayor facilidad con sus vecinos, como clientes potenciales. La

entrevistada ya contaba con los conocimientos en repostería con anterioridad (capital cultural).

Pues empezamos elaborando pasteles en casa solo para nuestros familiares y en ocasiones muy especiales y después decidimos abrir una pastelería en un cuartito que teníamos y lo desocupamos y empezamos elaborar nuestro producto y nos fuimos dando a conocer por la calidad. (Entrevista 300) (Pequeña) (Elaboración de pasteles, 15 personas, 10 años).

Trama: Empezaron con el reconocimiento de sus familiares hacia el producto, la calidad en este desempeño un papel muy importante para el negocio familiar. El consumidor básicamente es el responsable de este reconocimiento ya que sin su apoyo no existiría tal (capital simbólico). Se deduce un grado de emprendedurismo por parte de los dueños, teniendo como base el reconocimiento de su producto, apoyados por sus familiares (capital social).

Bueno empezamos aquí porque decidimos venirnos aquí o sea no somos de Uriangato pero por mi esposa nos cambiamos aquí, su familia es de aquí, y entonces ella dijo que en México no vámonos para, mmm... ya sea para Celaya o para aquí Uriangato, y me ganó, y este yo vi que no tenía caso, pues no se o no le vi caso, y ahí pues empezamos a, a ver que hacíamos empezamos a vender loza y todo eso macetas, y como una hermana de ella hacía pasteles mi mujer también, quería hacer pasteles y pues empezamos a hacer pasteles los domingos, que no se vendía pan aquí, pues para mi era bien y entonces empezamos a hacer los domingos y a vender y a tener ganancias y empezamos y empezamos así nomás. (Entrevista 301) (Micro) (Industrial, 4 personas, 14 años).

Trama: la empresa surgió de manera lateral a otra actividad económica, se supone que apoyados por familiares. Hay un momento de oportunidad en el mercado porque los domingos no se hacía pan. Gracias a los conocimientos de un familiar (hermana) fue como inicio el negocio, esta traspaso los conocimientos en repostería a los demás (capital cultural).

La verdad yo no sé la historia, lo que te puedo decir es que la señora Ana hacía pasteles caseros, no tenía pastelería, pero la gente iba a buscarla cuando necesitaba de uno, lo mandaban a hacer con ella... (Entrevista 302) (Pequeña) (Producción de pasteles, 33 personas, 10 años).

Trama: La empresa surge por el reconocimiento del público, consecuencia de la calidad del producto o por algunas otras características de este mismo (capital simbólico), que

fue posesionándola en el mercado (capital comercial). La empresaria ya contaba con los suficientes conocimientos para la repostería, señala la persona encargada del mantenimiento de la casa (capital cultural). Otro elemento necesario para la creación de una empresa; por lo visto lo más importante fue el apoyo de la gente (vecinos) que eran los principales consumidores de los pasteles (capital social y capital simbólico).

Como es una empresa familiar mi esposo inicio con una tienda pequeña y a mi se me ocurrió la idea de iniciar con una pastelería y prácticamente esto fue muy familiar y pues nos hemos mantenido y cuando se tiene cariño por algo es importante que tu desarrolles. (Entrevista 303) (Micro) (Pastelería, 4 personas, 5 años).

Trama: Empieza la pastelería como un negocio paralelo. Donde la esposa la emprende basado en el vínculo familiar (capital social) ya que existió un gran apoyo, buena relación, señala también una orientación simbólica importante al interno de la actividad (el cariño por la empresa) eso es todo un proceso de participación y apropiación de sentido.

Empecé haciendo los pasteles en mi casa por hobbies y por que me gustaba cocinar y por todo eso, luego ya después lo vi mas que nada como un negocio, y empecé a juntar un dinero para poder este pues empezar a hacer algo mas grande, compre mis batidoras industriales poco a poco ya después me hice de un localito y es de la manera que mas o menos eh ido avanzando a la gente le gustan los pasteles y es como he estado ora si que ampliándome, porque ahorita pues ya tenemos 3 negocios más. (Entrevista 304) (Pequeña) (Pastelería, 16 personas, 4 años).

Trama: Inicia en negocio por hobbies (es decir sin ningún interés económico), pero en el momento en que empieza a ser aceptado en el mercado se ve ya como negocio, aunque en un inicio no se contaba con el dinero suficiente para la creación de un negocio, a base de ahorros se logro el objetivo de poner una pastelería; poco a poco fueron comprando lo necesario (capital tecnológico) para la elaboración y venta de pasteles como son las batidoras industriales y un local. Cabe destacar que le gustaba cocinar es decir su actividad como pastelera.

Bueno empezamos, es que este negocio es familiar y mi madre lo comenzó ella misma si, haciendo los pasteles, decorando mmm... Todo por ella. Este y así fuimos creciendo. Los problemas pues el capital porque mi madre Mmm...

no lo tenía y un hermano de ella, tío mió le presto el dinero para poner un localito chiquito si. . (Entrevista 305) (Pequeña)(Pastelería, 50 personas, 20 años).

En esta entrevista la madre fue la de la idea y aunque en un inicio no contaba con el dinero suficiente este no fue impedimento para avanzar ya que al fin de cuentas su hermano le presto para obtener un local. (Drama-Trama). El capital cultural lo tiene la madre ya que ella es quien tiene los conocimientos. En este caso el apoyo familiar fue de suma importancia ya que la madre aunque no contaba con el dinero suficiente para comenzar con el negocio, la aportación del hermano ayudo a que se pudiera obtener un local (capital social).

Pues al principio era un negocio casero, pero poco a poco fuimos creciendo, y ahora se puede decir que tenemos tres sucursales que hasta el momento siguen creciendo. (Entrevista 306) (Pequeña) (Repostería, 15 personas, 13 años).

En este caso se tenía una buena visión pues no solo se quedaron satisfechos con un solo local sino que buscaron ampliar sus horizontes y con esto crecer y pues ahora cuentan con 3 sucursales. (Trama).

Primero inicio mi mamá, y mi abuela fue la que la enseño, ya si mi mamá es la que hace ahorita todos los pasteles. (Entrevista 308) (Micro) (Pastelería, 5 personas, 20 años)

En esta entrevista podemos darnos cuenta que ya se contaban con conocimientos acerca de la elaboración de pastel, aportados por la abuela. Esto ayudo a que fuera más fácil el aprendizaje de la madre (capital cultural).

Esto fue comenzado por buscar la forma de conseguir otra entrada de dinero lo cual mi mamá se le ocurrió la idea de fabricar pasteles y así con la ayuda de la misma familia emprendimos la idea y se abrió un pequeño negocio hasta llegar a lo que es hoy. (Entrevista 309) (Pequeña) (Repostería, 14 personas)

Drama- trama: Inicia el negocio por la necesidad económica que tenía la familia, la idea surge de la madre y finalmente gracias al apoyo de toda la familia se logro abrir un negocio (repostería). En esta entrevista se cuenta con el apoyo familiar, ya que gracias a esto lograron la creación del negocio hasta llegar a lo que es hoy día una repostería (capital social).

Pues es una empresa que se genera de una franquicia, en la ciudad de México de una pastelería ya de mucha tradición que se llama la gran Vía, y mi familia

y yo decidimos emigrar a la provincia con la marca, el producto y ilusión, son problemas que se presentan cotidianamente se que se van solucionando vamos.. (Entrevista 310) (Pequeña)(Pastelería, 15 personas, 3 años).

En este caso se refleja la importancia de un estudio de mercado, porque a veces es necesario conocer los gustos de la gente y estudiar la zona donde se vaya a instalar la empresa son factores indispensables, ya que no solo basto con tener la marca, el producto y la ilusión (Drama-trama). Podemos darnos cuenta que en este caso se contaba con el apoyo de la familia.

Siempre me gusto hacer esto y un día dije por que no y puse una pastelería y me fue bien y así seguí. (Entrevista 311) (Micro) (Panificadora y pastelería, 5 personas, 15 años).

Se deduce que la persona que comenzó con el negocio, ya tenía conocimiento acerca del producto que vendería y debido a ello abrió su propio negocio (capital cultural).

Mira en ese tiempo aquí en lugar no había ninguna pastelería establecida, había personas que vendían pasteles pero en casa, solo se sabia, no que los Martínez hacen pasteles, que los Moreno, pero no se conocían pastelerías; en ese tiempo yo vendí una casa en Cortazar me dieron \$84,000.00 pesos por ella, ese dinero yo quería invertirlo en algo, mi papá era panadero en San Miguel pero trabajaba para otra persona, entonces platique con el y vimos la oportunidad que teníamos al poner una pastelería y decidí ponerla, el se vino a vivir para acá, el se comprometió a enseñarnos a mí señora y a mi empezamos los 3 pero con el tiempo fuimos necesitando ayuda, y así fue como comenzamos el negocio. (Entrevista 312) (Micro)(Venta de pan, 4 personas, 2 años).

En consecuencia de la venta de la propiedad, se contaba con el dinero suficiente para invertir en un negocio como lo fue en la pastelería (capital financiero). Gracias a los conocimientos que tenia el padre, ya que anteriormente era panadero, fue fácil comenzar con el negocio ya que enseñó a su hijo y a su esposa (capital cultural). En esta entrevista se refleja el apoyo familiar, dicho apoyo llevo a que se creara el negocio (capital social).

La historia no me la se, pero se que empezaron unos hermanos y así de generación en generación, fueron haciendo pasteles. (Entrevista 313) (Micro) (Pastelería, 10 personas).

Esta empresa es generacional lo que indica que se contaban con antecedentes acerca de la elaboración de pasteles (capital cultural). El apoyo entre hermanos que se da en diferentes generaciones (capital social).

La verdad no sabría decirles, pero se que empezaron por hermanos, 2 hermanos y así de generación en generación fueron haciendo pasteles, pasteles, si y ya. . (Entrevista 314) (Micro) (Repostería, 10 personas, +10 años)

Esta empresa es generacional esto refleja que se contaban con conocimientos acerca de la elaboración de pasteles y dichos conocimientos se fueron pasando de generación en generación (capital cultural). En este caso se puede observar que se contaba con el apoyo familiar, ya que lo iniciaron un par de hermanos y fueron trabajando de generación en generación (capital social).

Panaderías y pastelerías - reposterías (síntesis)

Las panaderías y pastelerías aproximadamente el 60% son micros, el 38.20% son pequeñas empresas y medianas el 2.24%.

La mayoría de las panaderías y pastelerías son empresas de relación familiar 77.52%, de un solo dueño 21.34%, empresas de varios socios 1.12%.

Las pastelerías son principalmente iniciativa de negocio del género femenino, mientras que las panaderías son principalmente del género masculino (culturalmente).

En la panadería la tradición laboral es importante, generalmente son empresas que se van desarrollando de generación en generación, como hemos visto, y el padre de familia es quién educó a sus hijos en este oficio. Mientras que la pastelería generalmente quien prepara en esta actividad es la madre, la tía o la abuela. Hay pastelerías que surgieron de hobbies, de ingreso complementario para una familia y transitaron a negocios.

Las panaderías básicamente requieren para establecerse como negocio: un horno, un local, una mesa para trabajar de manera elemental, y más tecnologizadas unas batidoras, un horno adecuado, etcétera.

La media de edad de estas empresas en Celaya aproximadamente es de 10 a 15 años, hay panaderías de 100 años (3 empresas). La moda se da también en los 10 a 15 años con 21 casos.

Tabla 4 Capital social en panaderías y reposterías.

Panadería y Repostería/ Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	36	1	0	37
Inversión de familia migrante	2	0	0	2
Apoyo económico familiar	5	0	0	5
Ganar confianza con sus clientes	0	1	0	1
Apoyo de conocidos	2	1	0	3

Herencia familiar	15	2	0	17
Nc	9	14	1	24
Total	69	19	1	89

Encontramos que la mayoría de panaderías el 41.57% participa como capital social la colaboración de la familia. La familia hereda el negocio 19.10% en segundo lugar como capital social. En cuanto a las empresas de relación familiar colabora la familia 52.17%; el 10.14% son apoyadas económicamente por la familia (incluimos la inversión de un familiar migrante); que muchas de las empresas panaderas son heredadas 21.73%. Esta es la lógica de cooperación para emprenderlas en el gremio.

Tabla 5 Capital cultural de los panaderos y pasteleros

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	41	9	0	50
Asesoría de un conocido	1	0	0	1
Experimentación	2	2	0	4
Experiencia raquíutica	2	0	0	2
Nc	24	7	1	32
Total	70	18	1	89

En cuanto a conocimiento y habilidades como capital cultural el 56.17% aproximadamente en general tiene experiencia en la actividad. Recordemos que muchos de los panaderos vienen de familias panaderas, y se capacitaron en esa actividad.

El 4.50% experimenta en la actividad, mientras 2.24% son personas de experiencia raquíutica. El conocimiento de la actividad hace al interno de ella indispensable el papel que juega en la división de trabajo técnica: el hombre (que tiene el conocimiento de la panadería) o el de la mujer (que tiene el conocimiento de la pastelería), así como la cadena de transmisión de ese conocimiento se da por parte del padre en la panadería y por parte de la madre, abuela o tía en la pastelería, por lo general.

Tabla 6 Capital simbólico de las panaderías y pastelería

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Gusto del cliente por el producto	2	2	0	4
Reconocimiento del producto	2	0	0	2
Prestigio por calidad y servicio	6	3	0	9
Proceso de posicionamiento en el mercado	4	2	0	6
Actitud y disposición de trabajo	4	1	0	5
Nc	52	10	1	63
Total	70	18	1	89

En cuanto a la construcción del capital simbólico en las panaderías encontramos que representa en general un 29.21%, el encontrar prestigio por calidad del producto 10.11%, un proceso de posicionamiento en el mercado 6.74%, la actitud y disposición al

trabajo 5.61%, gusto del cliente por el producto 4.49%, reconocimiento del producto 2.24%.

Tabla 7 Capital comercial panaderías y pastelerías

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Recomendación	1	0	0	1
Servicios afines y diversificación de productos	1	0	0	1
Oportunidades en temporada	1	0	0	1
Trabajo de ganar confianza con clientes (vecinos)	3	0	0	3
Posicionamiento por permanencia en el mercado	6	2	0	8
Consulta al cliente	1	0	0	1
Innovación en las formas de venta	1	0	0	1
Nc	56	16	1	73
Total	70	18	1	89

El capital comercial que opera en general es aproximadamente del 18%, el 9% se da por posicionamiento por la permanencia del mercado, el trabajo por ganar confianza con los clientes (vecinos) 3.37% y recomendación, servicios afines y diversificación del producto, oportunidades por temporada y consulta al cliente e innovación en las formas de venta representan 1.12%.

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.
- Baurmann, 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 provisionales." 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 Innmanuel (1998). Impensar las ciencias sociales. Siglo XXI-UNAM México 1998.
- Wallerstein Innmanuel (2006) Análisis de sistemas – mundo. Una introducción. 2ª edición. Siglo XXI.