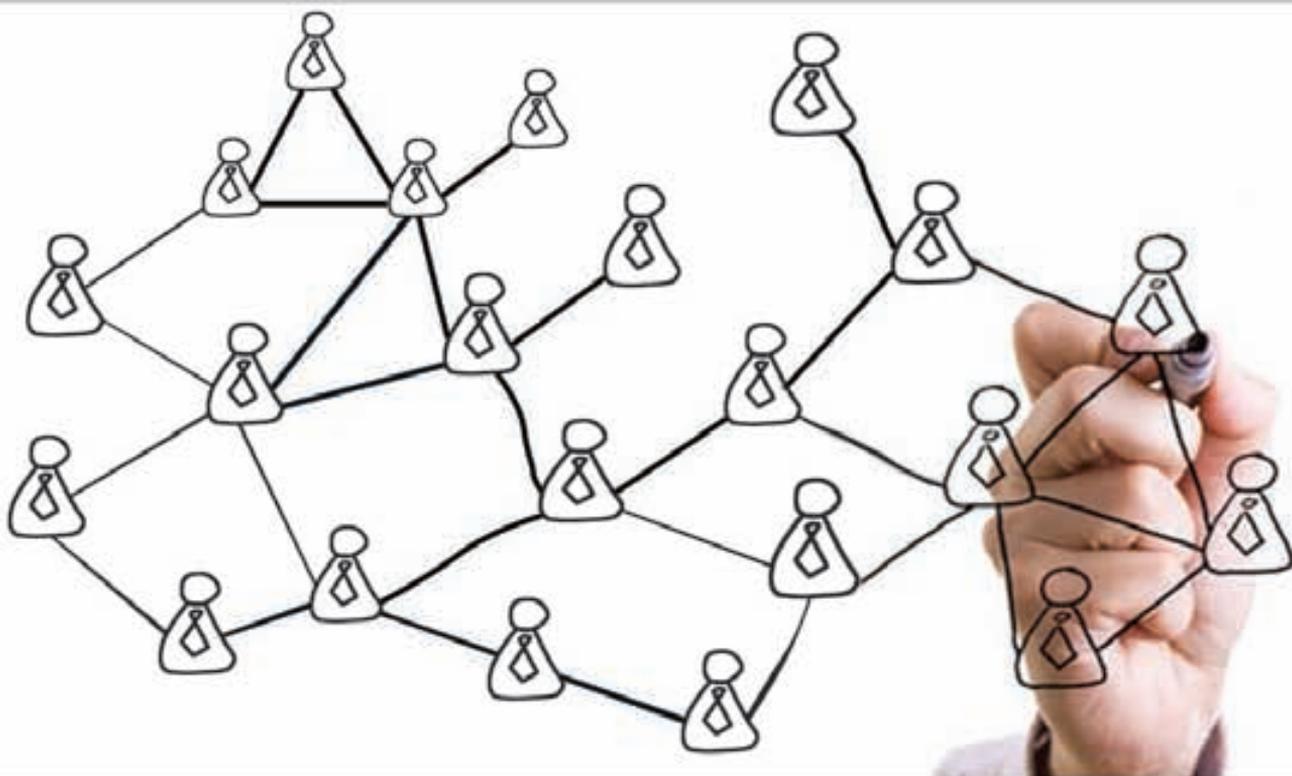


# Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las Mipymes

Prólogo por P. A. Julien



Ricardo Contreras Soto  
Alejandra López Salazar  
Rubén Molina Sánchez





**UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO**  
**Campus Celaya – Salvatierra**  
**División de Ciencias Sociales y Administrativas**

# **Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las Mipymes**

**Ricardo Contreras Soto**  
**Alejandra López Salazar**  
**Rubén Molina Sánchez**

**PEARSON**

**CONTRERAS SOTO, RICARDO; LÓPEZ SALAZAR, ALEJANDRA y RUBÉN MOLINA SÁNCHEZ**

**Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las Mipymes.**

PEARSON EDUCACIÓN, México, 2011

ISBN: 978-607-32-0833-8

Formato: 18.5 × 23.5 cm

Páginas: 264

Todos los derechos reservados

Editor: Carlos Mario Ramírez Torres  
carlosmario.ramirez@pearsoned.com

Editoras de desarrollo: Rocío Franco López  
Araceli Calderón Salas

Supervisor de producción: Enrique Trejo Hernández

**PRIMERA EDICIÓN, 2011**

D.R. © 2011 por Pearson Educación de México, S.A. de C.V.  
Atacomulco 500-5º piso, Industrial Atoto  
53519, Naucalpan de Juárez, Estado de México

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 1031.

Prentice Hall es una marca registrada de Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación pueden reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin permiso previo por escrito de los coeditores.

El préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso de este ejemplar requerirá también la autorización de los coeditores o de sus representantes.

**“Este libro se publicó con el apoyo del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional PIFI”**

ISBN 978-607-32-0833-8

ISBN e-book 978-607-32-0834-5

ISBN e-chapter 978-607-32-0835-2

Impreso en México. *Printed in Mexico.*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 – 14-13-12-11

# CONTENIDO

<b>Prólogo</b>	<b>vii</b>
<b>Introducción</b>	<b>ix</b>
<b>1. Análisis teórico de las formas de capital en las organizaciones</b>	<b>1</b>
El concepto de capital social del propietario-dirigente	1
Capital social	8
Capital cultural	15
Capital simbólico	17
Capital comercial	19
Capital tecnológico	19
Capital financiero	21
Trama	23
Drama	23
<b>2. Método</b>	<b>25</b>
Muestra	25
Procedimiento de análisis	28
<b>3. Procesos socioculturales de la emprendeduría en las actividades económicas establecidas en Celaya, Guanajuato</b>	<b>31</b>
Empresas de cajetas	31
Talleres de dulces	41
Empresas de cajetas y dulces regionales (síntesis)	47
Panaderías tradicionales	49
Pastelerías / repostería	70
Panaderías y pastelerías-reposterías (síntesis)	77
Tortillerías	79
Tortillerías (síntesis)	91
Helados y paletterías	93
Helados y paletterías (síntesis)	99
Taller de carpintería	101
Talleres de carpintería (síntesis)	105

Talleres de muebles de madera	106
Talleres de muebles (síntesis)	113
Industrias de alimentos	115
Industrias de alimentos (síntesis)	120
Procesamiento de lácteos	122
Productos lácteos (síntesis)	126
Fábricas de procesamiento de papel y cartón	128
Fábricas de procesamiento de papel y cartón (síntesis)	132
Textiles	133
Talleres y fábricas textiles (síntesis)	142
Industria de materiales para la construcción	144
Industria de materiales para la construcción (síntesis)	148
Taller de herrería y tornos	150
Talleres de herrería y tornos (síntesis)	156
Metalmecánica	159
Industria metalmecánica (síntesis)	164
Muebles con piezas metálicas	167
Fábrica de muebles con piezas metálicas (síntesis)	172
Industria de partes automotrices	174
Industria de partes automotrices (síntesis)	176
Bombas de agua	177
Bombas de agua (síntesis)	178
Industria química	179
Industria química (síntesis)	181
Talleres artesanos	182
Talleres artesanos (síntesis)	187
Otras industrias de transformación	189
Comercio y servicios	197
Procesos socioculturales de la emprendeduría. Síntesis por tamaño de las empresas	207
Trama-drama	208
Capital social	209
Capital cultural	213
Capital simbólico	216
Capital comercial	217
Capital financiero	219
Capital tecnológico	219

<b>4. Tipología de gremios</b>	<b>221</b>
Las fábricas y talleres de cajeta y dulces tradicionales	222
Panaderías tradicionales	223
Pastelerías tradicionales	223
Tortillerías	223
Helados y paletterías	223
Talleres de carpintería	223
Talleres de muebles de madera	224
Industria de alimentos	224
Industria de lácteos	224
Fábricas de procesamiento de cartón y de papel	224
Talleres y fábricas textiles	224
Industria de materiales para la construcción	225
Talleres de herrería	225
Talleres de tornos	225
Metalmecánica	225
Muebles con piezas mecánicas	225
Industrias de partes automotrices	226
Industria química	226
<b>5. Las estrategias y los capitales</b>	<b>227</b>
Estrategias de acuerdo con las condiciones, posiciones y trayectorias de las empresas	227
Relación de las necesidades y capitales por tamaño de empresa	230
Estrategias propuestas de aprendizaje en innovación tecnológica local	
Estrategia de Lilliput	233
Algunas propuestas de organización y acción	235
Algunas propuestas para producción	235
Algunas propuestas en cuanto a personal	236
Algunas propuestas para mercadotecnia	236
Algunas propuestas para finanzas	237
<b>6. Recomendaciones y conclusiones</b>	<b>239</b>
Limitaciones	245
<b>Anexo</b>	<b>247</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>249</b>



## PRÓLOGO

En 1996, junto con mi colega Michel Marchesnay, escribí el libro *El emprendimiento*. En esa época destacamos la renovación del espíritu empresarial, materializado por la creación de empresas nuevas y por las reestructuraciones de las empresas existentes a partir de ese espíritu. En Iberoamérica se denomina a este sistema de pensamiento “emprendimiento”, “empresarismo” o “emprededuría”. Como estudiosos del espíritu empresarial, nos dimos a la tarea, en coordinación con el grupo de investigadores del Instituto de Investigaciones sobre las Pymes (INRPME) de la Universidad de Quebec en Tres Ríos (UQTR), Quebec desde 1993, de convocar a los estudiosos de los países francófonos sobre el tema a congresos internacionales sobre emprendimiento. La décima edición la realizamos en 2010 en Burdeos, Francia, y destacaron investigaciones profundas sobre las aptitudes y acciones complejas, involucrando motivaciones y cualidades particulares de los emprendedores y de su ambiente. Para facilitar el estudio del tema en cuestión se creó la Asociación Internacional de Investigadores en Emprendimiento y PME (AIREPME) y se entregaron cuatro premios a las mejores investigaciones reportadas (teórica, aplicada, de los estudiantes y metodología general). Por otra parte, los nuevos empresarios deberán aceptar el riesgo de dirigir de mejor manera el desempeño de esos negocios e innovar para desarrollar y así distinguirse frente a la competencia. Hemos estudiado en colaboración con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), demostrando que el espíritu de innovación se facilita por la dinámica del medio, que multiplica el enriquecimiento de las redes, normalmente con señales débiles, y que desarrolla el capital social para facilitar la innovación y el crecimiento. Así establecemos líneas que orienten nuestras futuras investigaciones sobre el tema, como la renovación del emprendimiento por un nuevo espíritu empresarial en las regiones para crear y desarrollar empresas, el motor del emprendimiento por la innovación, el actor del emprendimiento por un empresario visionario, las oportunidades del emprendimiento por un mercado global y la estimulación por el ambiente para generar el emprendimiento.

La obra que nos comparten nuestros colegas de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya-Salvatierra, es producto de una investigación hecha en 2007 con 420 Mipymes, y se denomina *Emprendimiento: dimensiones sociales y culturales en las Mipymes*. En él se encontrarán los lineamientos acerca de cómo un medio propicia el emprendimiento y cómo se genera a partir de él un ascenso extraordinario en la ciudad de Celaya, Guanajuato, lo cual propicia diferentes formas de colaboración entre los pequeños empresarios para impulsar sus empresas, emergiendo el capital social, cultural, simbólico y tecnológico que permean en la estructura cultural y social de esa dinámica región de México. En 2005 realizamos un ejercicio parecido, dando a

conocer a la comunidad académica y científica una obra titulada *El emprendimiento en Quebec*, que refleja la transformación del emprendimiento en Quebec mediante una revolución pacífica emprendedora entre los años de 1980 y 2005, periodo en el que con el concurso de múltiples redes de financiamiento, informacionales y de distribución se facilitó la conquista de sus respectivos mercados por parte de las pequeñas empresas; conquista promovida por el medio y el capital social construido por los principales actores sociales. Agregaríamos a la obra de los colegas la importancia de la fuerte competencia que demanda nuevas necesidades de innovación, nuevas tecnologías de información rica y compleja suscitada por el desafío de la globalización de los mercados.

Enhorabuena y bienvenidos los estudios serios como el de los colegas investigadores mexicanos, que enriquecen el estado del arte del emprendimiento y colaboran en una nueva generación del espíritu empresarial en diferentes regiones de México y América Latina.

*P. A. Julien*

Profesor emérito de la UQTR e investigador del INRPME

Trois Rivieres, Quebec, 15 de noviembre de 2010

## INTRODUCCIÓN

*La ciencia que llamamos “economía” descansa en una abstracción originaria, consistente en disociar una categoría particular de prácticas —o una dimensión particular de cualquier práctica— del orden social en que está inmersa toda práctica humana.*

Pierre Bourdieu (2001: 15)

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) han sido objeto de la atención de muchos investigadores, en particular de las ciencias económico administrativas. Dichos estudiosos deben preocuparse de su objeto de estudio, sobre todo preguntarse si tienen el suficiente instrumental teórico conceptual que permita analizar a las empresas en su complejidad, de manera adecuada, cabal y profunda. ¿Se sabe todo de ellas? ¿Existen otras lógicas en el estudio de las organizaciones, además de la económica? Si nos preguntamos por qué mueren las Mipymes, por qué no hemos realizado la pregunta a la inversa: ¿por qué sobreviven? ¿En realidad una Mipyme es una corporación a escala? ¿Es algo más complejo, o es algo distinto? Es necesario tratar de entender todas estas preguntas, y con el instrumental teórico conceptual limitado del *management* dudamos que se pueda abarcar dicha complejidad. Por ello, proponemos instrumentos analíticos que den cuenta de otras dimensiones sociales y culturales para su estudio. A continuación expondremos algunas implicaciones de dichos problemas.

Uno de los problemas socioeconómicos<sup>1</sup> en el sistema mundial manifestado en el fenómeno de la rápida tercerización de la economía, sobre todo en los países periféricos, es el desplazamiento y la aniquilación paulatina de las actividades productivas nacionales estratégicas (como son la agricultura y las industrias compuestas principalmente por micro, pequeñas y medianas empresas) hechos por las grandes empresas transnacionales, limitando la participación a la maquila y a ciertos productos de demanda local de baja tecnología (tortillerías, panaderías, peleterías, herrerías, entre otros), y en el caso del comercio, el límite es la venta de ciertos productos, principalmente de las grandes empresas.

En una economía constreñida en la cual las personas ordinarias requieren ingresos para satisfacer sus necesidades, a falta de empleos suelen trabajar en actividades mercantiles o complementar sus ingresos con actividades comerciales, principalmente en la economía informal. Además, la tendencia a la tercerización de la economía en la

<sup>1</sup> Parte de estas reflexiones ya se habían planteado en el libro Contreras Soto, R. (2007), *Una aproximación a los problemas de las microempresas en México*.

periferia, no responde a un gusto, sino a la exclusión de actores sociales en los sistemas productivos económicos, dominados principalmente por las grandes industrias del centro. Es así como se comporta el fenómeno de la tercerización en México.

La división internacional del trabajo está articulada en el capitalismo, donde los países centro buscan las actividades productivas fortalecidas con la tecnología, capital e información estratégica (como la ciencia), para venderlos en mercados de otros centros y de las periferias (en una supuesta economía global), mientras las periferias venden mano de obra y recursos baratos.

Lo anterior hace manifiesta la necesidad de replantear la potencialidad estratégica regional y local de las Mipymes ante la globalización y el intercambio desigual. A nivel micro es necesario reestructurar las configuraciones productivas y de servicio en la región, por lo que consideramos estratégico fortalecer la economía nacional y regional.

En México, el 95.5% de las empresas son micro (más o menos, en una década oscilan en el mismo porcentaje de acuerdo con los datos: 1993, 95.8%; 1998: 95.9%, y 2003, 95.5% de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática), 2006, 17); el 3.5% pequeñas, el 0.8% medianas y 0.2 grandes (INEGI, 2004). El 42.1% del personal ocupado total se encuentra en las micros, el 14.7% en las pequeñas, el 16.1% en las medianas, y el 27.1% en las grandes. ¿Por qué teniendo estas cifras las Mipymes no son una prioridad estratégica en México?

Los programas que se implementan tienen una perspectiva muy limitada y no alcanzan a entender, atender ni impulsar sustancialmente el desarrollo de las Mipymes (y por tanto de la nación). ¿Por qué las preocupaciones económicas no le reconocen la relevancia necesaria a las problemáticas y a las posibles soluciones de las Mipymes?

En un estudio reciente, la OCDE<sup>2</sup> sugiere apoyar la economía por medio de la competitividad, mejorando los sistemas de innovación regional y los *clúster* buscando una economía basada en conocimientos. Por lo tanto:

- **La innovación puede ser un factor de desarrollo.** Desde nuestro punto de vista, la innovación implica procesos socioculturales, es decir, un cambio de cultura empresarial, sistemas de información más articulados con las universidades y los institutos tecnológicos, conocimientos de ferias de innovación, premios y reconocimientos por subsectores y gremios a empresarios que impulsen la innovación, entre otras actividades. Para lograr la innovación y la tecnología primero debemos centrarnos en la cultura.
- **La competitividad en los sistemas de innovación regional y *clúster*.** Por medio de mecanismos de transferencia tecnológica puede pasarse de "Hecho en México" a "Creado en México". Para ello se requiere del capital social entre empresas, de tal forma que se logre el intercambio de conocimientos (capital cultural).
- **La participación de las Mipymes como agentes de la encomienda del cambio.** Al respecto, opinamos que no se les está dando la importancia debida, ya que se

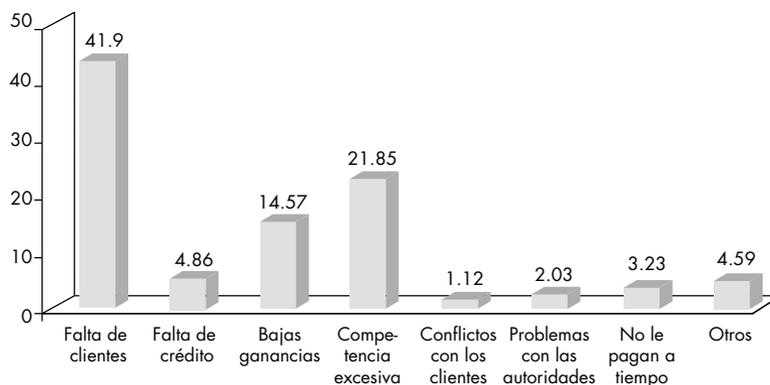
<sup>2</sup> Nos referimos al estudio de innovación regional "15 Estados mexicanos" (2009).

analizan como unidades separadas y no como unidades articuladas donde el capital social puede ser el factor detonador de su desarrollo.

En general, el trato y estudio de las Mipymes es muy corto de visión debido a las mediaciones de las interpretaciones (prejuicios) que hay sobre ellas, ya que desde la visión neoliberal de la modernidad y sus postulados de eficiencia se puede ver poco, siendo necesario abordar a las micros desde perspectivas más sociales para entender las dinámicas de las múltiples interrelaciones que se dan en un territorio determinado bajo cuestiones culturales.<sup>3</sup> Consideramos que eso ha pasado con el paradigma de eficiencia en las organizaciones, el cual no nos deja analizar a las Mipymes desde otras perspectivas, pasando por alto acontecimientos que se generan al interior de las empresas y dando por sentado (se instituye) que sólo eso existe.

A nivel nacional (INEGI, 2004), el 85.17% de los micronegocios declara que **Sí** tiene problemas (3,759,978 unidades), y el 14.82% declara que **No** (654,622 unidades). Esto quiere decir que de cada 10 empresas un poco más de ocho tienen problemas. De acuerdo con la gráfica 1, los problemas más importantes de las microempresas tienen que ver con la falta de clientes (42%), la competencia (22%) y las bajas ganancias (14.57%).

**FIGURA 1** Problemas de las microempresas en México.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI, 2004.

<sup>3</sup> Cfr. "Aproximación a las problemáticas en la construcción de los objetos de estudio de las ciencias administrativas y del conocimiento en México", próximo a editarse por Acacia.

Ante cada uno de los problemas es necesario organizarse. Las cámaras empresariales deben incrementar esfuerzos para ayudar a sus agremiados, mientras que el gobierno debe ofrecer apoyos adecuados, antes de que los integrantes de las microempresas pasen a ser masas de desempleados en una economía que genera pobreza. Por su lado, las universidades e institutos de educación superior deben apoyar técnicamente a estas unidades económicas. Una visión apresurada haría pensar, por ejemplo, que la falta de clientes se resuelve con publicidad, cuestión que no es mecánica, ya que se tienen que ir construyendo clientelas (capital social y comercial) con confianza, calidad, constancia, información, trato, entre otros factores, pues se trata de un proceso social. En cuanto a la competencia (que es el segundo factor) tendríamos que analizar las lógicas de productos, consumidores y productores; por ejemplo, se pudiera organizar en cooperación formas de trabajo complementarias entre productores.

En este sentido, las dimensiones de las Mipymes son más complejas. Primero, porque detrás de cada unidad hay universos particulares que se están omitiendo, sobre todo en las dimensiones no propiamente económicas. Tirso Suárez-Núñez, junto con otros investigadores (como Ricardo Contreras Soto) ha encontrado por diversos caminos que el criterio normativo del número de personas para la clasificación de las empresas es insuficiente, sobre todo para la micro y la pequeña empresa.

Bajo los criterios dominantes de la “economía pura”, de la “modernidad”, del *management* y del “neoliberalismo” constantemente hay un prejuicio al hacer creer (sobre todo en nuestro campo), que las Mipymes son empresas retrógradas, limitadas, con muchos vicios y poca “racionalidad económica”. Este prejuicio ha mediado más de cuarenta años, incluso se ha legitimado al haber instituido métodos que de alguna forma lo comprueban, que, por otro lado, no explican por qué “subsisten”. Hemos encontrado que esto tiene que ver con capital social, con ciertas lógicas comunitarias y familiares, es decir, con el tejido social más profundo en una dimensión cultural.

Otro de los problemas de nuestro campo es abstraer las unidades económicas fuera del territorio. Este problema también lo experimentaron los economistas al abstraer las políticas sectoriales, ya que perdieron de vista las múltiples relaciones que se hacían con ese enfoque, y que a partir de una redimensión analítica del espacio social ya no se toma en cuenta sólo el aspecto sectorial, sino también las consideraciones territoriales. De forma reciente se comenzó a hablar de la importancia espacial, incluso para el conocimiento y la innovación, por ejemplo, de sistemas productivos locales, *clúster*, redes, polos de innovación, distritos industriales, medios de innovación, territorios inteligentes, *learning regions*, por mencionar algunos conceptos.

El enfoque aislado de la organización y su lectura como epifenómeno comete errores al imaginarlo y formularlo, ya que la descontextualiza, incluso como unidad de análisis relativa, perdiendo el entramado que la soporta de toda relación: campo, estructura o sistema mundial. Por lo anterior consideramos que aún no se puede tipificar un universo complejo de organizaciones, lógicas, dinámicas sociales territoriales, cuestiones culturales con un criterio clasificatorio de “tamaño” y sólo con la perspectiva de la eficiencia.

Existe cierta predominancia en diversos estudios organizacionales en las Mipymes que observa las actividades productivas dentro del estanco económico sin

analizar en detalle el entramado social y cultural (tejido) que se genera en los procesos de producción, distribución y consumo. Perder de vista estas dimensiones de análisis que se excluyen en las corrientes teóricas como la de los neoclásicos en la ciencia económica, así como el *management* en la administración, implica no tomar en cuenta las múltiples relaciones sociales que se entretajan en el entramado social y simbólico dentro de las estructuras y procesos donde se generan. Por lo tanto, el problema es teórico, técnico y práctico, ya que se omiten factores importantes. Cuando éstos se consideran, ayudamos tanto a la empresa como al desarrollo regional o local. Por ello es importante tener un instrumental conceptual-analítico que abarque estas dimensiones,<sup>4</sup> proponer soluciones desde otras perspectivas y plataformas de acuerdos entre los actores sociales y, sobre todo, impulsar las otras potencialidades de las organizaciones. A propósito, desde hace tiempo los cuestionamientos que tiene la antropología económica respecto de las actividades económicas son, ¿la oferta y la demanda se dan en abstracto en la realidad? ¿La producción sólo tiene que ver con personas y tecnología? ¿Los consumos son sólo usos de productos? ¿Las familias que participan en las actividades económicas se comportan como sujetos que sólo buscan la opción racional? ¿Las relaciones sociales de producción son sólo económicas? ¿Se podría hablar de economía moral?<sup>5</sup>

Uno de los propósitos teóricos es desarrollar la base conceptual para hacer visible lo invisible (el tejido social y las representaciones en las relaciones económicas); es decir, las dimensiones que casi no se analizan, como son el entramado social y cultural en las diversas actividades de la organización, así como mostrar la importancia del capital social, cultural y simbólico en las actividades económicas tradicionales.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Dentro de las discusiones entre investigadores mexicanos en el campo de los estudios organizacionales, se tocan de alguna manera estas preocupaciones. Por ejemplo, en el “VI Congreso Internacional de Análisis Organizacional” (realizado en noviembre de 2008) los temas centrales fueron la complejidad, la ambigüedad y la subjetividad (precisamente la subjetividad en las organizaciones es uno de los problemas emergentes por abordar). Destaca la conferencia del doctor Enrique de la Garza Toledo, quien tocó el tema “Neoinstitucionalismo, cultura y subjetividad en las organizaciones”, donde presentó un estado del arte de cómo el institucionalismo y el neo institucionalismo se confrontan contra los enfoques solamente económicos, formulando precisamente la importancia de las instituciones sociales, replanteando con ello los enfoques paradigmáticos donde la cultura, el poder y la economía se conjugan en una especie de caleidoscopio.

<sup>5</sup> La crítica social de la economía pura no es nueva, ya Marx había utilizado el término “economía política” para señalar los impactos sociales de la economía capitalista. No muy ajeno a este planteamiento, Julio Boltvinik se ha pronunciado por un enfoque moral de la economía (economía moral) criticando la tendencia neoliberal que con sus eufemismos ideológicos escamotea los problemas sociales implícitos en la economía. Indignado, denuncia el cinismo que se edifica como ciencia indiferente al enunciar: “La economía moral es convocada a existir como resistencia a la economía de libre mercado: el alza del precio de pan puede equilibrar la oferta de la demanda, pero no resuelve el hambre de la gente”.

<sup>6</sup> De hecho, propusimos una guía de trabajo a mediano plazo para apoyar la incidencia del capital social en la región. El estudio de exploración pretende aproximarse a las siguientes cuestiones:

- a. Analizar las formas de capital social que se dan de manera tradicional en las formas de emprender un negocio, de acuerdo con las experiencias de los productores.
- b. Analizar el capital social potencial en el “asociacionismo” entre productores locales.
- c. Reflexionar sobre las posibilidades de alianzas estratégicas en cuanto a proveedurías, conocimiento e innovación.
- d. Exploración de la matriz histórica de los productos que se ofertan (capital simbólico y cultural).
- e. Análisis cultural de los productos tradicionales y modelos inspirados en la cultura popular, como posible ventaja competitiva en el mercado internacional (capital simbólico y capital cultural).
- f. Buscar la potencialidad futura de este tipo de capitales y procesos en la organización, analizando su impacto en el desarrollo económico.

Los conceptos e instrumentos de análisis, como el capital cultural, simbólico y social, nos permiten desmontar esa complejidad sociocultural.<sup>7</sup>

Agradecemos a la doctora Adriana Martínez Martínez y al doctor Luis Montaña Hirose por sus valiosos comentarios y sugerencias en el proceso de dictamen de este libro.

---

<sup>7</sup> Gran parte de los procesos simbólicos estructurales como el prestigio, los conocimientos que integran las organizaciones, los mitos, los ritos, las valoraciones, las lógicas de los grupos, las relaciones importantes, los *brokers*, las dinámicas de las élites, la construcción de la confianza, las economías de “buena fe”, los lenguajes especiales, las codificaciones, las prácticas y el dominio de ellas, entre otros.

## Análisis teórico de las formas de capital en las organizaciones

Es importante vislumbrar los procesos sociales que están implícitos en las actividades económicas de las Mipymes.

Pierre Bourdieu (2001) aplica la teoría del campo a las organizaciones empresariales, identificando dos dimensiones: el campo global y el campo de la organización. El primero es el conjunto de fuerzas sociales que coaccionan a la organización (competencia, requerimientos del Estado, gremios o sectores productivos, correlaciones de fuerza en el sistema mundial económico, mercado laboral, etcétera); es decir, la organización se adscribe a un campo de competencias sociales y se articula en la reproducción social (como son los campos religiosos, educativos, etcétera). Para cuestiones de análisis le llamaremos factores exógenos.

Pero también, al hablar de la empresa como campo nos ofrece diversos elementos para estudiarla, señalando que "... se puede caracterizar a través de índices tales como la composición jerárquica de la mano de obra, el capital educativo y, en particular, científico del personal superior, el grado de diferenciación burocrática, el peso de los sindicatos, etcétera (Bourdieu, 2001: 233)". Por otro lado, a partir de la dimensión de la organización como campo, ésta se presenta como un lugar donde los actores participan desde una posición (en cuanto a puestos, jerarquías, competencias técnicas, capacidades creativas) y como un contexto constituido por diferentes tipos de capitales, con los que se juega de manera estratégica.

---

### EL CONCEPTO DE CAPITAL SOCIAL DEL PROPIETARIO-DIRIGENTE

Como lo mencionamos anteriormente, Bourdieu (1980) fue uno de los primeros teóricos en hablar del capital social, al que definía como "el conjunto de recursos que están ligados a la posesión de una red sostenible de relaciones más o menos institucionalizadas, de intercomunicaciones; en otras palabras, que estén ligadas a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no están dotados con propiedades comunes, pero están unidos por vínculos permanentes y útiles (1980: 2)".

El capital social suministra al empresario el apoyo moral que necesita, por una parte, ofreciéndole modelos (representaciones) que permiten hacer frente a las dificultades durante la consolidación de la organización; el empresario se nutre de los vínculos, relaciones e interacciones que tiene con el tejido industrial que lo sustentan (Julien, 2006).

El capital social se encuentra también en la intersección entre el comportamiento de las empresas y el de la sociedad en general. Favorece el acceso a diferentes recursos materiales e inmateriales comprendidos en la información, los valores (institucionales y simbólicos) y las convicciones

actuales o potenciales. Permite al empresario movilizar diversos recursos para tener éxito con su proyecto (Julien, 2006).

El capital social es intrínseco a las redes de reconocimiento mutuo, puestas a disposición de los empresarios (Burt, 1982; citado en Julien, 2006). Estas redes de reconocimiento social pueden ser limitadas, como lo hemos dicho, pero también pueden ser particularmente estimulantes. De esta manera, el medio puede ser incluyente o excluyente.

El capital social puede ser un inventario de diferentes relaciones para cada individuo. Puede suscitar el entusiasmo ante la acción por hacer y reflejar rápidamente el éxito anticipado que permite dinamizar la cultura emprendedora. Es un lubricante que acelera las interrelaciones con base en la confianza, la probidad y las reglas que ayudan a ese grupo a multiplicar los cambios para bloquear o, al contrario, favorecer el cambio (Julien, 2006).

Como todo capital invertido, el capital social demanda un retorno sobre las inversiones, una suerte de interés social. El empresario y la organización que se benefician del aporte no mercantil del medio, deben devolver, de manera responsable, una parte al territorio, es decir, establecer relaciones de reciprocidad entre el medio y ellos. En otras palabras, el empresario debe reembolsar hasta cierto punto, y gradualmente, los recursos obtenidos fuera del sistema mercantil o a bajo costo, como lo hace con el capital financiero.

El capital social es crucial para el éxito del futuro empresario; abre las puertas, disminuye los costos de información y de recursos y ofrece diversas formas de seguro. Es una reserva de saberes, tanto para ofrecer oportunidades de crear empresas como para producir de manera colectiva. Es, pues, un operador colectivo, y el lugar de la invención colectiva de la circulación de las ideas y de los intercambios de todo tipo. Es el elemento básico del tejido industrial local viviente, mediante la intercomunicación activa y la transformación de los interlocutores.

Uno de los aspectos más importantes del medio emprendedor que favorece el crecimiento de la empresa es el suministro de capital social, el cual se añade a otros recursos, como el capital financiero, con el fin de mantener la multiplicación y el dinamismo particularmente fuerte de algunas empresas. Varios investigadores consideran el capital social como la base de la cultura emprendedora, pero podemos distinguir por cuánto más se asimila el capital social a los recursos específicos que al ambiente general.

El capital social es fundamental para el éxito de los futuros empresarios, pues les abre puertas, disminuye los costos de información y de recursos y ofrece diversas formas de seguro. Es una reserva de saberes, tanto para ofrecer oportunidades de crear empresas como para producir de manera competitiva. Es, pues, un operador colectivo y el lugar de la invención colectiva de las ideas y de los intercambios de todo tipo. Es el elemento básico del tejido industrial local viviente, y funciona mediante la intercomunicación activa y la transformación de los interlocutores.

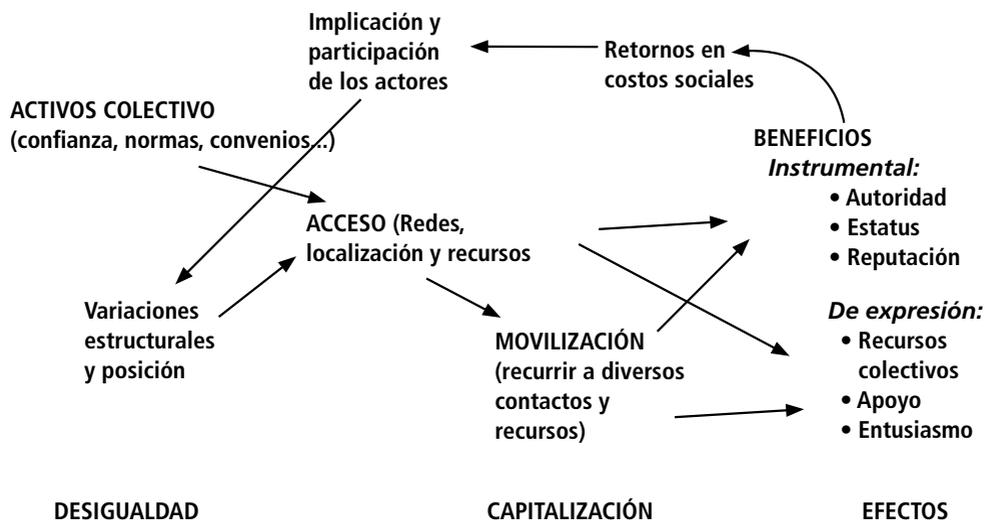
Como lo explica Julien (2006: 182-183) al compartir la postura de Habermas (1976): "Mientras más capital social haya en un medio, secundado por una cultura emprendedora que haga el vínculo entre este último y las necesidades, más este medio será dinámico, antes que portador de conformismo".

El empresario puede lograr maravillas frecuentemente con pocos recursos debido a su perseverancia y rápida capacidad de adaptación, que deberán estar apoyadas por el capital social y por una cultura emprendedora eficaz. La organización sólo desplegará todos sus esfuerzos si recibe sistemáticamente información para adaptarse tanto al mercado local como al mercado internacional, aun si no exporta. El empresario, la organización y el medio emprendedor sólo pueden hacer frente a la competencia internacional aliados con los diversos tipos de proximidad, con

la flexibilidad operacional y estratégica y con el aprendizaje colectivo, para suministrar de forma sistemática una variedad de recursos de información, permitiendo, justamente, diferenciarse por la innovación continua (Julien, 2006).

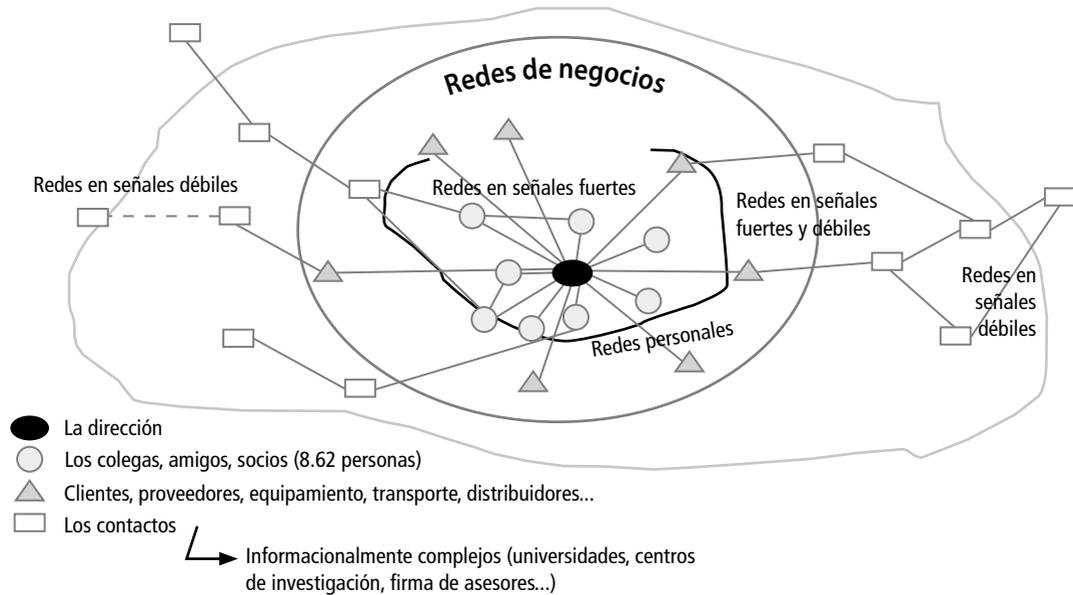
En la figura 1.1 se puede observar lo que los autores desean expresar en cuanto a la construcción de una teoría de la red de capital social en las Mipymes, en la que factores como la confianza, las normas sociales, los convenios, etcétera, logran implicar las relaciones complejas con las diferentes redes y, por consecuencia, tener acceso a los recursos, beneficios, oportunidades, etcétera, apoyados por la red social y el grupo.

**FIGURA 1.1** Funcionamiento del capital social.



Fuente: Julien, 2006, p. 179, adaptado de Lin (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", *Connexions*, vol. 22, núm. 1, pp. 28-51.

En la figura 1.2 se muestra la configuración de las competencias que pueden tener estas diferentes redes de empresarios. Es evidente que algunos miembros de las redes de negocios o de las redes de información se integran desde la red personal después de cierto tiempo, si la información que proveen al empresario tiene la suficiente calidad para ganar su confianza, incitándolo a consultarlos de manera más sistemática.

**FIGURA 1.2** Esquema de las redes de un empresario en varios niveles.


Fuente: Julien (2003), adaptado de B. Johannisson (1989), "Network strategies: management technologies for entrepreneurship and change", en *International Small Business Journal*, 5 (1).

Las redes con señales (vínculos) débiles con frecuencia corresponden a organismos que no forman parte de campos tradicionales de personas de negocios, como los centros de investigación y las universidades (Friedkin, 1980; Woodward, 1988; Julien, 1993a; citado en Julien, 2006); así podemos encontrar señales débiles en la información táctica obtenida por los operadores de maquinarias o por agentes comerciales puestos en contribución. Por lo general, para esperar estas señales débiles es necesario pasar por intermediarios, miembros de redes con señales fuertes. Las empresas que quieren mejorar su competitividad deben organizar mejor sus redes e insertarse en unas más inteligentes, capaces de mantener sistemáticamente su aprendizaje, es decir, de ayudarles a desarrollar su saber y suministrarles con regularidad información valiosa, portadora de innovación y de nuevas oportunidades (Allen, 1983; citado en Julien, 2006).

Estudios recientes también muestran que es preferible que el empresario con deseos de innovar frecuente redes con señales débiles, que son grandes portadoras de nuevas ideas y que sólo entonces complete su información con las de señales fuertes. Mientras menos vínculos débiles tenga una empresa o cuanto menos recurra a las redes con señales débiles será menos innovadora.

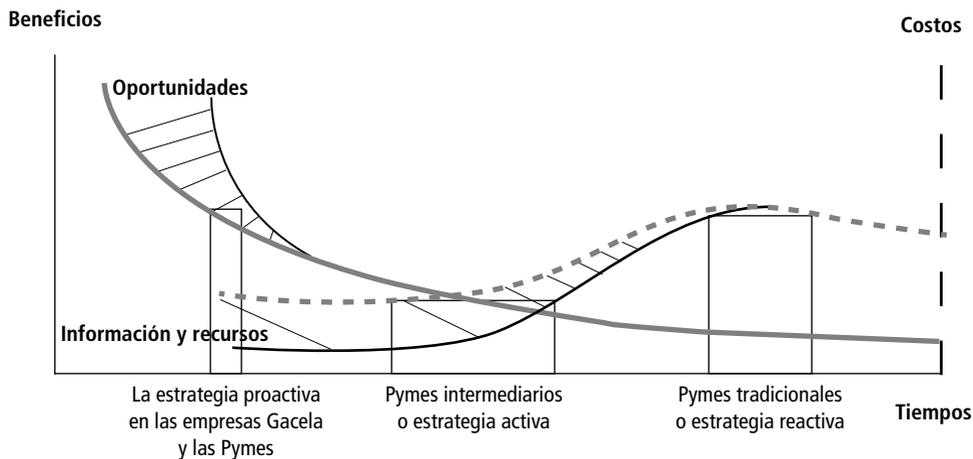
Es necesario esperar una combinación óptima de rutinas, de ideas probadas y de nuevas ideas provenientes de las redes con señales débiles, ya que las primeras permiten utilizar la experiencia para aplicar mejor las nuevas. Esto nos remite a la teoría basada en los recursos y las competencias, en la cual la combinación particular de los recursos y las capacidades de la firma cambian gracias al aporte sistemático de nuevas ideas, generadas por los individuos miembros

de la red, lo que agita lo conocido para transformarlo en un proceso desordenado que Cohendet (2003) denomina el efecto de “precolación”:

Evocando el café, en el cual los granos triturados se desagregan, se chocan, se mezclan y se recomponen en un colador, para obtener todo el aroma, la metáfora de la precolación ilustra el fenómeno del contagio desordenado de las ideas individuales, que presiona al conjunto de los miembros a modificar cualitativamente su comprensión de una cuestión, cuando la mezcla y la acumulación de aquellas ha alcanzado un cierto umbral (Cohendet, 2003: 383-403).

Julien (2003) ilustra en la figura 1.3 el impacto de esas redes de señales de fuerte crecimiento que pueden transformar la dinámica regional. Obsérvense las dos curvas. La primera a la izquierda esquematiza la idea de que las ganancias son superiores si el empresario es el primero en sacar provecho de las ideas o de las nuevas ocasiones de negocios; pero si el empresario espera hasta que es demasiado tarde los beneficiarios disminuirán puesto que debe compartir esas oportunidades con otras empresas, es por esto que la curva es descendente, de izquierda a derecha, y está ligada al tipo de estrategia o tipología del propietario-dirigente.

**FIGURA 1.3** Esquema de la evolución de las ventajas que se obtienen al formar parte de las redes de señales fuertes y débiles, de ganancias provenientes de oportunidades nuevas y los costos que deben pagarse para reducir la incertidumbre.



Fuente: Julien, 2003: 101.

La segunda curva explica que para que estas nuevas ideas sean operativas es necesario disponer de diversos recursos y de información previa, para verificar el valor de esas ideas: ¿son realmente nuevas? ¿Responden, efectivamente, a las necesidades del mercado? ¿Qué se obtiene con las inversiones?; las respuestas a estas preguntas deben determinar si hay condiciones para que esas ideas se vuelvan rentables. Esa investigación sobre la información y los recursos puede

resultar más cara cada día, si se busca tener absoluta seguridad sobre el negocio, con el fin de que la incertidumbre quede reducida al mínimo. Es por esto que la curva asciende, de izquierda a derecha (Julien, 2003).

Las redes tienen por efecto, justo, por una parte, multiplicar las ideas y las nuevas ocasiones de negocios, en particular con los contactos que tienen los empresarios con las redes de señales débiles (la curva alargada en lo alto de la gráfica). Por otra parte, para poder actuar rápidamente esos empresarios tienen necesidad de establecer contactos con sus redes de señales fuertes, tanto para recibir toda suerte de información complementaria sobre el valor de esas oportunidades nuevas como para ser apoyados con un soporte suplementario si las cosas no salen como estaba previsto y puedan tener acceso a información más completa sobre los recursos complementarios necesarios para tener éxito con esas nuevas inversiones (mostrado por la curva alargada de abajo) (Julien, 2003).

También en un artículo sobre redes e innovación (Julien, 2006) se demostró que las empresas de mayor desempeño en términos de exportación, de innovación o de producción compleja están unidas a las fuentes “moverse en curso” o a señales débiles que evalúan de acuerdo con sus necesidades y competencias, lo que contradice a la teoría neoclásica, la cual ve en la economía únicamente empresas competitivas que tienen un sólo objetivo: maximizar ganancias.

La ignorancia relativa a la vieja teoría económica afirma que las empresas están aisladas en su mercado por una competencia feroz. Pero la teoría de la economía industrial más moderna, muestra que el desarrollo de las empresas y sus niveles tecnológicos y de innovación no fueron independientes de los vínculos (señales) que tuvieron con otras empresas y actores. El desarrollo de la empresa es un proceso colectivo muy cercano a la imagen.

Julien (2003) establece que para el empresario existen tres tipos de redes: la red personal, la de negocios y las informales.

- La *red personal* sirve, de alguna manera, como una especie de espejo para probar ciertas ideas de innovación o de cambio, o simplemente para incrementarla. Por lo general, comprende uno o dos miembros del personal (un ingeniero, el director de la producción, un vendedor), un miembro del consejo o del cuasi consejero de administración; en los casos muestra estudiados, los familiares o algún miembro de la asociación de negocios; un amigo cercano, etcétera; es decir, alrededor de nueve personas.
- La *red de negocios* comprende a los proveedores, el equipamiento, las empresas de consejería, los financieros y, después, los transportadores, los distribuidores, los publicistas, etcétera. Incluso si esas organizaciones están un poco menos próximas al empresario que la red personal, pueden suministrar diversos tipos de información sobre la evolución de materias primas, el desarrollo de nuevas máquinas e, incluso, sobre las nuevas necesidades del mercado, además de que responden a las diversas transacciones de negocios, necesarias para el desarrollo de la empresa.

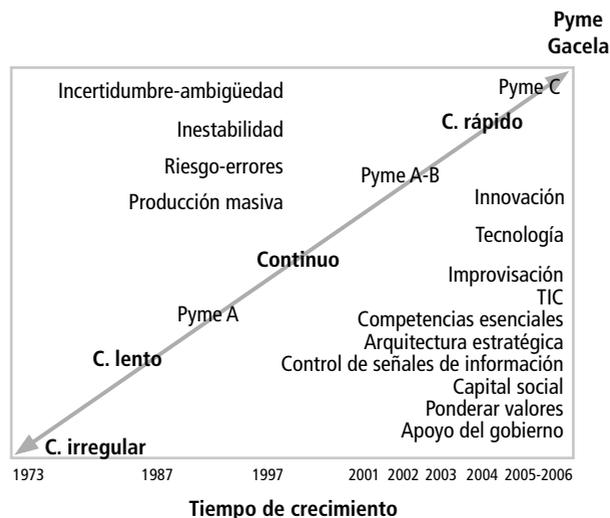
A esos dos tipos de redes se les ha llamado, como lo mencionamos anteriormente y en el marco conceptual, *redes con señales fuertes*, ya que debido a cierta costumbre en la comunicación y un buen conocimiento de las necesidades y de las capacidades de cada uno de los interlocutores, éstos no demandan esfuerzos intensivos para comunicar y hacer comprender el alcance de las informaciones suministradas (Granoveter, 1982; Krackhardt, 1992). Estas redes de señales fuertes

se basan en la confianza mutua, destinada a suministrar información privilegiada, más o menos privada y a menudo tácita, que permite iniciar el proceso de innovación o sostenerlo.

- Las *redes informales* pertenecen al control de la información por parte del PD (propietario-dirigente) a señal débil y están circunscritas fuera del ámbito del negocio. En seguida describiremos ese tipo de red y su importancia en el crecimiento de la Mipyme.

Molina (2009), a raíz de una investigación en empresas manufactureras, enuncia las principales características encontradas en las Pymes de fuerte crecimiento. En la figura 1.4 podemos observar las características necesarias para un crecimiento de continuo a rápido que suponga menos riesgos, menos errores, menos inestabilidad, menos producción masiva y menos incertidumbre. Por lo tanto, a estas Mipymes se les caracteriza como especialistas y de capacidad por su alta competencia, el capital social que las soporta, la innovación y el uso de competencias esenciales en el “oficio” de su empresa.

**FIGURA 1.4** Características del crecimiento de las Mipymes estudiadas de 2001-2006.



Fuente: Elaboración de los autores.

Las categorías cualitativas, producto de la investigación referida que explican el crecimiento de estas empresas, no están implicadas en los hallazgos de los estudios que precedió a la investigación como los de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos), a fines de la década de 1990 y las del grupo de investigaciones de las Mipymes en Quebec, en el denominado estudio de las empresas “gacela” (Julien, 2001). Dichas características son las siguientes:

- La organización desarrolla la adquisición de competencias esenciales para fabricar nuevos productos, bienes y servicios.
- La organización se especializa en esas competencias.

- El propietario-dirigente despliega gran capacidad de comercialización y negociación de sus productos, bienes y servicios.
- La organización tiene antecedentes de un repertorio de competencias en los procedimientos de manufactura, el *know how* o “saber hacer”.
- La organización posee competencias laborales del propietario-dirigente y de su personal clave y de nuevo ingreso en el “oficio” de la empresa.
- La organización despliega sus competencias en el uso de equipos y tecnología para generar procesos rápidos y flexibles.
- La organización tiene capacidad y calidad instalada del sistema de organización y de producción actual.
- Un propietario-dirigente que pondera los valores sociales en la relación con empleados, clientes y proveedores; el “saber ser”.
- El propietario-dirigente continuamente cambia de perspectiva “del hacer las cosas” lo que demuestra su afán de innovación.
- El propietario-dirigente principalmente presenta una tipología de *valoración* al conducir su empresa.
- El propietario-dirigente se involucra y valora a sus empleados en sus tareas.
- El propietario-dirigente agrega elementos de valor para el cliente.
- El propietario-dirigente despliega versatilidad en la conducción de su empresa.
- El propietario-dirigente busca la oportunidad por cultivar relaciones humanas.
- La organización tiene un control estricto en costos y reinversión de capital.
- El propietario-dirigente aplica criterios al seleccionar a sus clientes.
- La organización apasiona y arraiga a sus clientes e incluso tiene reingreso de clientes.
- La organización busca la diversificación en productos, bienes y servicios.
- El propietario-dirigente demuestra constancia de empuje a pesar de los escasos apoyos del gobierno e instituciones destinadas a apoyar a las Mipymes y de las profundas crisis económicas del país.
- La organización es crítica y exigente con los servicios externos de consultoría.
- La organización aprovecha los recursos que le proporciona la transición como Mipyme familiar.
- La organización busca integrarse estratégicamente con otras Mipymes como un centro de articulación productiva.
- Los proveedores a la Mipyme agregan elementos de valor en sus servicios.

## CAPITAL SOCIAL

Uno de los reveses más importantes al paradigma de la eficiencia (ya que no considera las cuestiones sociales) son las aportaciones<sup>1</sup> de James Coleman (1990) y Robert D. Putnam (1993), quienes sostuvieron la difundida idea de que el capital social consiste en recursos insertos en la estructura

<sup>1</sup> “La idea central de capital social se funda en el valor intrínseco de las comunidades. Capital social se refiere al valor colectivo de estas comunidades y a las corrientes que surgen de estos grupos para apoyarse mutuamente, es decir, normas de reciprocidad”. Disponible en Internet desde: <<http://www.casadeesperanza.org/sp/capitalsocial.html>>.

de las relaciones sociales. Para hacer comprensible esta idea es necesario ejemplificar, tal y como lo hizo Robert D. Putnam citado en Durston y López:

Un grupo cuyos miembros manifiestan confiabilidad, y confían ampliamente unos en otros, estará en capacidad de lograr mucho más en comparación con un grupo donde no existe la confiabilidad ni la confianza. En una comunidad agrícola donde un agricultor necesita que otro le embale el heno y donde los instrumentos agrícolas son en su mayoría prestados, el capital social le permite a cada agricultor realizar su trabajo con menos capital físico en forma de herramientas y equipos (2006: 108).

Con posterioridad, los trabajos de Kliksberg y Tomassini (2000) han permitido reflexionar en las formas de “gestión tradicional” en América Latina y la importancia de la cultura de manera estratégica en el “ámbito económico”, pero también han permitido cimentar nuevas formas de relaciones sociales en las organizaciones, comunidades y regiones, replanteando la posibilidad de nuevos órdenes sociales. Para ampliar el marco de la economía social era necesario definir en el campo de las ciencias sociales conceptos que admitieran estas múltiples dimensiones que se presentan en la cultura y en la sociedad, jugando un papel importante en el campo de las organizaciones, esto es la teoría de los capitales en un campo social determinado. Por mucho tiempo el capital social fue un factor que se omitió en los estudios organizacionales. Ha sido la parte del iceberg que ha estado oculto por el economicismo que no considera los procesos sociales en las actividades económicas, sobre todo en el *management*.

**TABLA 1.1** Definiciones de capital social.

Robert D. Putnam (1994)	El grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad que caracteriza a esa sociedad. Estos elementos evidencian la riqueza y la fortaleza del tejido social interno de una sociedad. La confianza, por ejemplo, actúa como un “ahorrador de conflictos potenciales” limitando el “pleitismo”. Las actitudes positivas en materia de comportamiento cívico, que van desde cuidar los espacios públicos hasta el pago de impuestos, contribuyen al bienestar en general. La existencia de altos niveles de asociacionismo indica que es una sociedad con capacidades para actuar cooperativamente, armar redes, concertaciones, sinergias de todo orden en su interior.
James Coleman (1990)	Se presenta tanto a nivel individual como colectivo. El primero tiene que ver con el grado de integración social de un individuo y su red de contactos sociales; implica relaciones, expectativas de reciprocidad y comportamientos confiables; mejora la efectividad privada, pero también es un bien colectivo. Por ejemplo, si en un vecindario todos sus miembros siguen normas tácitas de cuidado mutuo y de no agresión, los niños podrán llegar caminando a la escuela con seguridad y el capital social estará produciendo orden público.

(continúa)

*(continuación)*

Kenneth Newton (1997)	El capital social puede ser visto como un fenómeno subjetivo, compuesto de valores y actitudes que influyen en cómo se relacionan entre sí las personas. Incluye confianza, normas de reciprocidad, actitudes y valores que ayudan a las personas a trascender relaciones conflictivas y competitivas para conformar relaciones de cooperación y ayuda mutua.
Stephan Baas (1997)	Tiene que ver con cohesión social, identificación con las formas de gobierno, expresiones culturales y comportamientos sociales que hacen a la sociedad más cohesiva y algo más que una suma de individuos. Considera que los arreglos institucionales horizontales tienen un impacto positivo en la generación de redes de confianza, buen gobierno y equidad social. El capital social desempeña un rol importante al estimular la solidaridad superando las fallas del mercado mediante acciones colectivas y el uso comunitario de recursos.
James Joseph (1998)	Conjunto vasto de ideas, ideales, instituciones y arreglos sociales a través de los cuales las personas encuentran su voz y movilizan sus energías particulares para causas públicas.
Bullen y Onix (1998)	Redes sociales basadas en principios de confianza, reciprocidad y normas de acción.

Fuente: Kliksberg y Tomassini, 2000: 28-29.

Continuando la búsqueda en otra fuente encontramos en Kerbo (2004: 177) la siguiente definición del capital social: "El capital social se refiere a las redes interpersonales, las redes de amistad y cosas tales como las redes familiares".

Estas redes permiten gozar de apoyo y de recursos a través de favores, la obtención de preferencias, facilidades, etcétera. En este sentido es importante señalar que tanto la Comisión Económica para América Latina (Cepal) como el Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han publicado distintas investigaciones donde el centro de atención es el capital social. En cuanto a política pública, los dos últimos organismos han mostrado interés en las formas de organización tradicional de las comunidades para impulsar proyectos de desarrollo. Aunque resulta curioso que en México en política pública se hable de capital social y no se hagan estudios profundos sobre sus formas y potencialidades.

En cuanto a los investigadores en México, quien se ha preocupado fuertemente del debate teórico y profundo es Gilberto Giménez (citado en Jiménez, 2005: 86) quien redefine el concepto de acuerdo con Bourdieu: "recursos sociales consistentes en la capacidad de movilizar en provecho propio redes de relaciones sociales más o menos extensas, derivadas de la pertenencia a diferentes grupos o 'clientelas'".

En otro texto (2008) citado por Durston y López (2006) lo define así:

Es el agregado de los actuales o potenciales recursos que están relacionados con la posesión (y posición) de una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo, en otras palabras, con la pertenencia a un grupo, que le brinda a cada uno de los miembros el respaldo adquirido, una credencial que le permite acreditarse, en los diferentes sentidos de la palabra.

Bourdieu (2001: 222) lo plantea de la siguiente manera: “El capital social considerado como el conjunto de los recursos movilizados (capitales financieros, pero también información) a través de una red de relaciones más o menos extensa y más o menos movilizable que procura una ventaja competitiva al asegurar rendimientos más elevados de las inversiones”.

Todas estas definiciones nos van configurando una amplia dimensión de estas formas de relación y poder social. Sin embargo, la comunidad científica sugiere que hay que afinar y precisar más el concepto.

**TABLA 1.2** Críticas y reflexiones al concepto de capital social.

Wall, Ferrazzi y Schryer (1998)	Entienden que la teoría de capital social necesita mayores refinamientos antes de que pueda ser considerada una generalización mensurable.
Serageldin (1998)	Sostiene que aunque hay consenso entre los investigadores y practicantes en cuanto a que el capital social es relevante para el desarrollo, no lo hay acerca de los modos particulares con que aporta al desarrollo, en cómo puede ser generado y utilizado y en cómo puede ser sistematizado y estudiado empíricamente.
Knack y Keefer (1997)	Midieron econométricamente las correlaciones entre confianza y normas de cooperación cívica y crecimiento económico en un vasto grupo de países y encontraron que las primeras presentan un fuerte impacto sobre el segundo. Asimismo, su estudio indica que el capital social integrado por esos dos componentes es mayor en sociedades menos polarizadas en cuanto a desigualdad y diferencias étnicas.
La Porta, López de Silanes, Shleifer y Vishny (1997)	Trataron de convalidar las tesis de Putnam en una muestra amplia de países. Sus análisis estadísticos arrojan correlaciones significativas entre el grado de confianza existente en una sociedad y factores de eficiencia judicial, la ausencia de corrupción, la calidad de la burocracia y el cumplimiento de impuestos.
Levi (1996)	Destaca la importancia de los hallazgos de Putnam, pero afirma que es necesario hacer un mayor énfasis a las vías por las que el Estado puede favorecer la creación de capital social. Considera que el enfoque de Putnam sobre las asociaciones civiles lejos del Estado deriva de su perspectiva romántica de la comunidad y del capital social. Ese romanticismo restringiría la identificación de mecanismos alternativos para la creación y el uso del capital social y limitaría las conceptualizaciones teóricas.
Sanders y Nee (1996)	Analizan a la familia como capital social en el caso de los inmigrantes en los Estados Unidos. Sus estudios indican que el espacio familiar crea condiciones que hacen factible una estrategia clave de supervivencia entre los inmigrantes: el autoempleo. La familia minimiza los costos de producción, transacción e información asociados con él. El autoempleo facilita la aparición de empresas operadas desde el ámbito familiar.

(continúa)

(continuación)

Hagan, Macmillan y Wheaton (1996)	Señalan que en las migraciones, incluso al interior del país, hay pérdidas de capital social, menores en familias con padres involucrados con los niños y madres protectoras, y mayores si se trata de padres y madres que no dedican mucho interés a sus hijos.
Fuentes (1998)	Analiza cómo en Chiapas, México, las poblaciones campesinas desplazadas, al verse obligadas a migrar, se descapitalizaron severamente en términos de capital social, dado que sus vínculos e inserciones básicos se destruyeron.
Kawachi, Kennedy y Lochner (1997)	Ofrecen datos muy significativos sobre la relación entre capital social, equidad y salud pública. El conocido estudio de Alameda County (Estados Unidos), confirmado después en estudios epidemiológicos en diferentes comunidades, detectó que las personas con menos contactos sociales tienen menores probabilidades en términos de esperanza de vida que aquellos con más contactos.
Hirschman (1984)	Indica que se trata de la única forma de capital que no se disminuye ni se agota con su uso, sino que, por el contrario, éste lo hace crecer. Señala: "El amor o el civismo no son recursos limitados o fijos, como pueden ser otros factores de producción; son recursos cuya disponibilidad, lejos de disminuir, aumenta con su empleo".
Stiglitz (octubre, 1998)	Son estrategias de desarrollo económico; capacidades existentes en una sociedad para resolver disputas, impulsar consensos, concertar al Estado y al sector privado.
Amartya Sen (1997)	"Los códigos éticos de los empresarios y profesionales son parte de los recursos productivos de la sociedad". Si estos códigos subrayan valores afines al proyecto reclamado por amplios sectores de la población, de desarrollo con equidad, lo favorecerán o, y en caso contrario lo obstaculizarán.

Fuente: Kliksberg y Tomassini, 2000: 29-33.

El cuestionamiento al concepto de capital social se genera por la amplitud de formas y sentidos que se manifiestan en diversas experiencias sociales que coexisten, pero que son distintas, por ello es necesario afinarlo, ya que cooperación y complicidad, solidaridad y condicionamiento, relaciones desde el poder y relaciones subalternas de cooperación, confianza y obligación determinada no son equivalentes.

En esta discusión teórica proponemos hacer las demarcaciones provisionales pertinentes, así como ir aislando elementos diferenciadores del capital social. De manera tentativa proponemos una definición analítica compuesta que expondremos a continuación: "el capital social se genera de diferente forma, de acuerdo con distintos procesos y en un contexto histórico sociocultural de las relaciones sociales".

Las distintas formas de capitales sociales se configuran en distintos momentos históricos. Por ejemplo, son diferentes las formas de capital social que se establecen con los reconocimientos

nobiliarios en la época de reyes, la composición de las redes internacionales de las bandas de los *Mara Salvatrucha* o del *Barrio 13*, al movimiento agrarista después de la Revolución Mexicana. Las configuraciones de capital social son diferentes. *El capital social alude a la capacidad que se genera debido a ciertas formas de las relaciones y participaciones sociales, es decir procesos de socialización específicos.*

El capital social se configura también de distintas maneras en la participación y en las acciones. Ejemplos muy distintos entre sí son el apoyo de la ciudadanía a los damnificados por el huracán *Gilberto*; la influencia del partido en el gobierno en la época corporativista; los empresarios y el tratamiento preferencial en las privatizaciones de las empresas paraestatales; la fiesta de San Juan en la Ciudad de México. Las estructuras, las redes y las formas se dan de manera diferente.

El *capital social* debe ser entendido como proceso social, es decir, no se genera de manera espontánea, sino que va entretejiendo las relaciones de las personas, su conocimiento, la confianza, etcétera, en la medida en que se involucran y en función de los “logros” obtenidos, en el entendido de que no es una cuestión voluntarista sino que está determinado por otros factores sociales, por ejemplo, la acción social de los sujetos.

El papel de la voluntad de los actores es un catalizador importante para generar asociaciones y cooperaciones entre las personas; sin embargo, por lo general, responden a necesidades sociales o demandas terrenales, a la capacidad de acción y organización de los actores, así como a la correlación de fuerzas y situaciones en las que se encuentran.

En dichos *procesos de socialización* se configuran *entramados sociales* con características afectivas y emotivas, generando formas axiológicas del grupo participante.

En algunos casos se van tejiendo lazos de confianza en la medida en que se responde de manera positiva de acuerdo con lo que se espera o condiciona de esa relación. De manera paralela a las relaciones de las actividades propias en el campo referido, las personas se conocen, entran en confianza y se van tejiendo lazos de amistad, personales, “humanos”, por llamarlos de alguna manera. Por el contrario, la confianza se pierde cuando no se cumple con el compromiso esperado. La decepción, la incredulidad en la persona y el repudio son respuestas emotivas a ese incumplimiento por parte de los otros involucrados. En cuanto a las cuestiones valorativas se combina el análisis con el capital simbólico para entender, por ejemplo, la economía del honor y de la “buena fe”.

Las *redes sociales* que se establecen no se dan en abstracto, precisamente su relación de poder se ubica e identifica dentro de alguna parte de la malla del campo (incluso marginal, emergente) como espacio social histórico con algunas de las formas de acceso al capital (cultural, simbólico, económico) que es donde radica ese poder.

Si bien las redes son un instrumento del análisis social que nos permiten hacer visible como se entretejen en su sitio algunas formas de las diversas relaciones sociales (o mejor dicho de capital social) (Bourdieu, 2001), existen relaciones sociales no tan visibles, de acuerdo con las relaciones que se posibilitan en los accesos de las agencias. Por lo tanto, las redes sociales son una aportación muy importante, pero si no se les ubica dentro de la trama y entramado sociohistórico, se corre el riesgo de sobreponderar al agente fuera de su estructura y de sus posibilidades constituidas. Es necesario tomar en cuenta las condiciones sociales y territoriales en el estudio (*in situ*), donde los agentes entretejen esas redes, definen sus formas de socialización y de acción, participan dentro de relaciones sociales con factores culturales (de parentesco, comunidad, de amistad, etcétera), así como de cada grupo-identidad cultural que participa.

Esto permite entender la dinámica del tipo de espacios o campos sociales donde se entretejen esas redes, el sentido social de las mismas en relación a la clase y el poder, los circuitos sociales

construidos, las posibilidades de acceso de los agentes y las estrategias ante condiciones. Si no se hace esa contextualización de las relaciones sociales, de implicaciones, condiciones y situaciones, la teoría de las redes (como capital social) poco puede articular y aportar a problemáticas sociales más complejas.

En algunos casos las redes o prácticas se dan de manera instituida culturalmente, en otras de manera “espontánea”, ya sea en lo referente a los apoyos como a los roles de participación.

El capital social se puede dar en una circunstancia eventual, coyuntural o espontánea (como permitir a un conocido el acceso a un evento); pero también existen modalidades instituidas en relaciones sociales, por ejemplo de parentesco o de compadrazgo, donde el rol está bien establecido en cuanto a la forma de actuar e interactuar de acuerdo con esa posición. Por otra parte, en la acción social es común que exista un papel del actor convocante con referencia a los fines e intereses (a un menor costo de esfuerzos), con un compromiso social del futuro implícito.

Por lo tanto, también varían las “lógicas de las relaciones” como “sentidos sociales”, con referencia a ese “poder”, que en algunos casos beneficia a todos o a una gran parte de personas (lógica más comunitaria), mientras que en otra lógica beneficia a unos cuantos (redes de poder).

Esta demarcación es de las más importantes porque permite entender las posiciones y las formas de acción en la correlación de fuerzas o en las formas territoriales de cooperación, rompiendo con el romanticismo que le fue criticado a Putnam. De esta manera, incluso pueden coexistir diversas formas de capital social.

Por lo general, se da por la posición-poseción en el concurso de ciertos recursos-capitales (materiales, sociales y simbólicos) o en cooperación mutua de bajos recursos. En algunos casos aparecen como formas de “complicidad”, “privilegios”, “exclusividad”, “influyentismo”. En otros casos aparece como “cooperación solidaria”.

La manera como se estructuran las relaciones varía en cuanto a cooperación y solidaridad de los miembros de la comunidad, de una sociedad o de un grupo, ya que están insertas en entramados dentro de posiciones determinadas en campos sociales en las relaciones de poder.

En algunos casos la estructura social donde se difunden esas interacciones funciona, obliga a la reciprocidad y conduce a ciertas formas de intercambio (la lógica del regalo o del favor que Marcel Mauss había descubierto en el “Don” y “contra Don” o en las tres reglas de obligación: dar, recibir y devolver, que mantienen vigente la relación en estas formas de circulación).

En cuanto al funcionamiento del capital social se muestran algunos casos que se investigaron y tienen “lógica” de mantenimiento, no tanto en los objetos o favores, sino para mostrar la forma en que se mantiene una relación por intercambio de favores o presentes en las relaciones sociales. En los casos institucionalizados se produce por lo general en la estructura de ciertos compromisos deónticos y valores que se generan al participar.

En cuanto a las obligaciones y derechos de manera jurídica o consuetudinaria pero ya institucionalizados existe un componente cultural que es valorado socialmente en el “deber ser” y en la manera de apreciarse. Puede generar espacios de intercambio de ciertos capitales. Potencialmente, las personas entretejen las posibilidades de acción, creación, conocimiento y reconocimiento.

En el caso actual se puede hablar, por ejemplo, de la malla de las redes sociales entre diversos actores, como en el caso de las sociedades de la información, donde participan científicos, empresarios, instancias gubernamentales y otras. En algunos casos, se expresa en la interacción que se conforma como un recurso selectivo, eventual, latente o sistemático en las actividades económicas.

Como capital, es un recurso selectivo que socialmente se manifiesta de forma exclusiva, poco común o “dotada”, por lo tanto, es importante estudiar desde las ciencias sociales las distintas formas de capital social y sus lógicas en lo específico, ya que de esta forma se podrían analizar mejor las distintas formas de relación social y cultural de una comunidad u organización.

Se concluye así que es importante estudiar las distintas formas de capital social y sus lógicas en las ciencias sociales. Para este estudio se hizo una clasificación provisional con la orientación del concepto y de acuerdo con la naturaleza de las respuestas obtenidas. En los casos encontramos categorizadas las siguientes modalidades del capital social:

1. *Colaboración familiar*: cuando en la empresa o actividad económica participa la familia.
2. *Articulación con otras empresas*: en aquellos casos en que las empresas se apoyan de manera formal o informal con otras.
3. *Colaboración familiar política*: es una derivación de la colaboración familiar, subdividida por el grado de aproximación dado por el nivel de parentesco: suegra, suegro, nuera, cuñados, etcétera.
4. *Fusión entre empresas*: se refiere a empresas que se unen para formar otra; o la asociación de varios accionistas para formar una nueva.
5. *Inversión de familia migrante*: es el apoyo familiar económico donde un miembro o varios apoyan con remesas de manera paralela en la actividad económica.
6. *Apoyo económico familiar*: es cuando uno o varios miembros de la familia participan de manera económica para impulsar a la empresa.
7. *Ganar confianza con sus clientes*: es la actividad (muy vinculada al capital social y comercial) donde se pretende, como estrategia social, estar muy apegado a la preferencia del cliente.
8. *Actividades paralelas*: se establecen cuando se recurre a la estrategia de tener dos o más actividades económicas complementarias que apoyen mutuamente el negocio.
9. *Apoyo de conocidos*: tiene lugar cuando se recibe ayuda significativa para el desarrollo o establecimiento del negocio por parte de amigos o conocidos.
10. *Herencia familiar*: es cuando la organización o actividad económica se transfiere en propiedad del dueño o responsable original a otro miembro de la familia.
11. *Apoyo y orientación del gobierno*: son los casos en que se recibe ayuda económica, en especie o de otra forma por parte del gobierno.

---

## CAPITAL CULTURAL

De acuerdo con O’Sullivan (1995: 51) el capital cultural definido en la orientación de Pierre Bourdieu “denota la distribución desigual de las prácticas, los valores y las habilidades culturales que es característica de las sociedades capitalistas”.

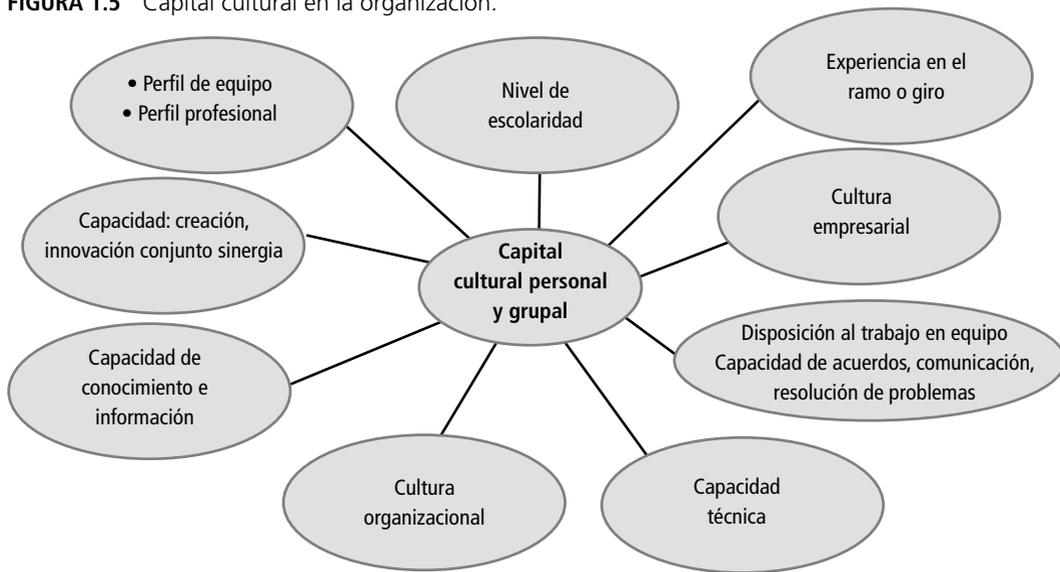
Acotado en el sistema capitalista, definiremos el capital cultural, en primer lugar, como el conjunto de capacidades que tienen las personas que participan en las organizaciones a nivel individual (dueños, administradores y trabajadores) con referencia al nivel de estudios (capital cultural escolar); su capacidad de síntesis, de análisis, de solución de problemas; la experiencia en el ramo o giro, así

como la experiencia extrapolada de un campo laboral a otro; la actitud ante el trabajo y el grado de emprendimiento; la capacidad técnica de hacer o resolver con conocimiento y habilidades ciertas tareas; la disposición para el trabajo; el perfil personal, entre otros.

Por otro lado, se define como la capacidad productiva y creativa en conjunto de las personas que trabajan en la organización; la cultura organizacional y la cultura empresarial del dueño o del gerente; la disposición de trabajo en equipo; el diseño de las formas de organización y su articulación; la capacidad para realizar tareas y comunicarse; la capacidad de acuerdos; su capacidad de innovación; su capacidad de sinergia.

Para ampliar el marco de la economía social era necesario definir en el campo de las ciencias sociales conceptos que abrieran estas múltiples dimensiones que se presentan en la cultura y en la sociedad jugando un papel importante en las organizaciones. Así se llegó a la teoría de los capitales en un campo social.

**FIGURA 1.5** Capital cultural en la organización.



Fuente: Elaboración de los autores.

El capital cultural es importante para todas las organizaciones. De él depende la capacidad de operación y conocimiento. Para las Mipymes es fundamental, ya que de ellas va a depender, a nivel individual o grupal, el desempeño de la organización. La cultura empresarial y la cultura organizacional, la capacidad técnica, la experiencia acumulada en la actividad, el nivel de estudios, la capacidad de manejar cierta información, la configuración y desempeño de los equipos de trabajo, el nivel de escolaridad, son elementos del capital cultural que impactan en la organización.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Contreras, R. y López, A. (2008), "Exploración sobre el capital cultural (escolar) del microempresario en México y algunas reflexiones sobre su importancia en la competitividad", *Memorias en extenso*, 3er. Congreso Internacional de Sistemas de Innovación para la Competitividad.

Las definiciones provisionales propuestas para la clasificación tomando en cuenta la naturaleza de las respuestas encontradas son:

1. *Experiencia en la actividad del giro*: cuando el dueño o responsable de la empresa cuenta con experiencia en la actividad económica.
2. *Conocimiento e innovación relativa*: se experimenta cierta innovación en productos o procesos en el negocio.
3. *Asesoría de un conocido*: cuando se apoya en el conocimiento de una persona allegada o de cierta confianza.
4. *Habilidades para hacer negocios*: hace referencia a que el dueño tiene un conocimiento orientado a hacer negocios más que a la actividad económica en sí misma.
5. *Asesoría de un profesional*: es el apoyo que se requiere y se paga a un tercero por asesoría profesional.
6. *Experiencia en actividad afín*: refiere un cambio de actividad económica pero con cierta similitud a la actividad original.
7. *Estudios*: es cuando el dueño o responsable se ha preparado en alguna institución específica para esa actividad económica.
8. *Experimentación*: es cuando se van descubriendo nuevos procesos o productos en el negocio.
9. *Adquisición del conocimiento en un manual*: es cuando alguien se apoya en el conocimiento documentado (recetas, manuales, otras formas de conocimiento explícito, tácito o escrito).
10. *Equipos de conocimiento especializado*: cuando se recibe apoyo de un grupo especializado profesional.
11. *Ensayo-error*: es una forma empírica de generar el conocimiento.
12. *Experiencia raquítica*: cuando hay poco conocimiento en la actividad económica.
13. *Capacitación*: se sustenta en la apropiación de ciertas habilidades transferidas o enseñadas por alguna institución o persona.

---

## CAPITAL SIMBÓLICO

El capital simbólico es la capacidad representativa que tiene la organización al interior y al exterior de sí misma, así como a la orientación de las estrategias de este recurso simbólico que se objetiva en la "imagen"; que hace referencia a la identidad organizacional, al prestigio que se ha ganado, al reconocimiento que tiene en la sociedad en general, y en lo particular, en actores como la competencia (si es buen competidor o malo), la confianza de los clientes, las asociaciones que se tienen de la "marca", los reconocimientos nacionales e internacionales (certificaciones o estándares) o la autoridad y solvencia moral (si es sustentable, si es una empresa responsable socialmente, si no es corrupta, si es consecuente y coherente). Al interior, la confianza (o desconfianza) que genera en su personal, el orgullo (o vergüenza) que genera participar o pertenecer a la organización, los valores, la mística.

Gilberto Giménez en Jiménez (2005: 87) redefine el concepto del capital simbólico de acuerdo con Bourdieu: "Se trata de ciertas propiedades que parecen inherentes a la persona misma del

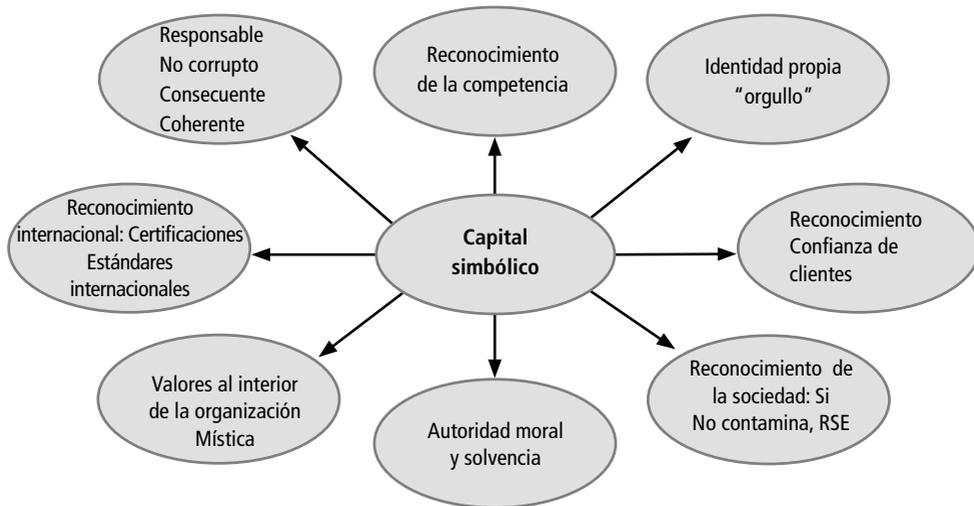
agente, como la autoridad, el prestigio, la reputación, el crédito, la fama, la notoriedad, la honorabilidad, el buen gusto... tales propiedades sólo pueden existir en la medida en que sean reconocidas por los demás. Es decir, son formas de crédito otorgadas a unos agentes por otros agentes”.

Bourdieu (2001: 222) lo define de la siguiente manera, un poco más orientado a las organizaciones: “El capital simbólico que radica en el dominio de recursos simbólicos fundados en el conocimiento y reconocimiento, como por ejemplo la imagen de marca, la fidelidad de la marca, que funciona como una forma de crédito, supone la confianza o la creencia de quienes lo padecen porque están dispuestos a otorgar crédito (ése es el poder simbólico que invoca Keynes cuando plantea que la inyección monetaria actúa si los agentes creen que lo hace)”.

Al interior de las organizaciones el capital simbólico juega un papel político importante al legitimar, coaccionar o estimular en determinadas direcciones la “cultura de la organización”, proceso que se articula a través de los sistemas disciplinarios, concebidos como el principal recurso que configura las formas de organizar.

El capital simbólico para las Mipymes es un recurso importante para generar reconocimientos como son la construcción de clientelas, la aceptación de la organización en la comunidad, el compromiso y la responsabilidad, todas ellas formas simbólicas que pueden ser apreciadas y reconocidas en la localidad. En general, estos conceptos podrán ayudarnos a entender la lógica de las organizaciones y de la economía desde un punto de vista más amplio, logrando comprender fenómenos más complejos que se dan en el campo social: el prestigio, la responsabilidad, el compromiso, la solidaridad, la preparación invertida en la organización (lo que otros llaman capital intelectual), la disposición al trabajo, la experiencia, el asociacionismo, la cooperación, el aprendizaje, la violencia simbólica, la solidaridad, las alianzas productivas, la potencialización a la productividad, la creatividad en los agentes, la fuerza de equipo, la legitimidad, “otras racionalidades”, etcétera.

FIGURA 1.6 Capital simbólico en las organizaciones.



Fuente: Elaboración de los autores.

En cuanto a las formas de capital simbólico tenemos las definiciones tentativas de acuerdo con la naturaleza de las respuestas que encontramos:

1. Gusto del cliente por el producto: preferencia del producto por parte del cliente.
2. Reconocimiento del producto: tiene lugar cuando la clientela va aceptando el producto (no muy ajena a la definición anterior).
3. Prestigio por calidad y servicio: ocurre cuando se ha distinguido y ocupa simbólicamente un lugar especial.
4. Proceso de posicionamiento en el mercado: el negocio, dueño, marca y/o suma de productos se van posicionando de las preferencias del cliente.
5. Actitud y disposición al trabajo: *habitus* del empresario, que conociendo de la adversidad está en la mejor actitud a emprender.

---

## CAPITAL COMERCIAL

El capital comercial está compuesto por el capital social y simbólico que ha construido un posicionamiento relativo en el escenario a través de las distintas estrategias y recursos infraestructurales en un mercado determinado. Bourdieu (2001: 222) lo define así: "El capital comercial referido a la fuerza de venta, y que obedece al dominio de las redes de distribución (almacenamiento y transporte) y de los servicios de *marketing* y posventa".

De acuerdo con la naturaleza de las respuestas de los testimonios analizados las categorías provisionales para el capital comercial son:

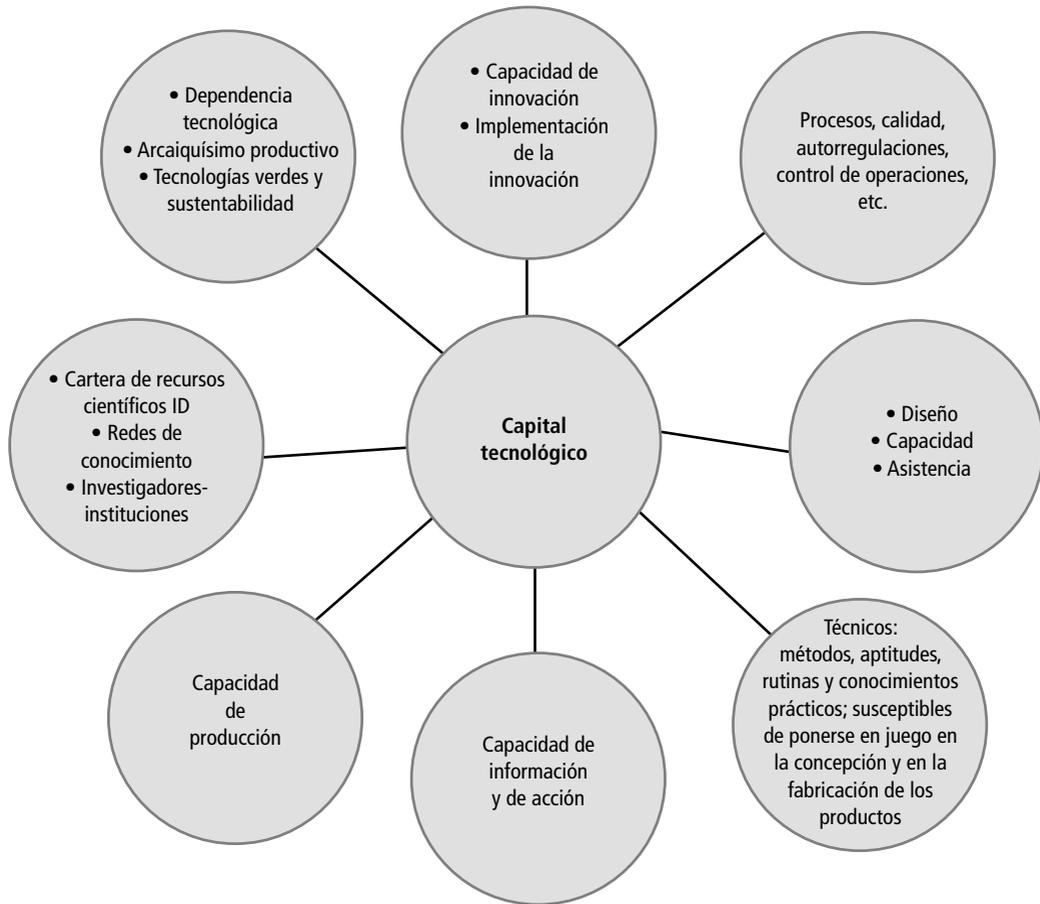
1. *Recomendación*: los clientes no sólo lo aprueban sino manifiestan que es un buen producto.
2. *Servicios afines y diversificación de productos*: estrategia exitosa que se adopta dando servicios afines a la actividad económica o diversificando en la misma actividad.
3. *Oportunidades en temporada*: el producto es demandado de manera cíclica en un tiempo específico.
4. *Trabajo para ganar confianza con el cliente*: estrategia que busca mostrar al cliente que el producto o servicio es bueno.
5. *Posicionamiento por mantenerse en el mercado*: una vez establecida cierta preferencia, se busca mantenerla.
6. *Consulta al cliente*: se busca mantenerse informado con la clientela de manera directa sobre gustos o preferencias del producto o servicio.
7. *Innovación en las formas de ventas o de creación en el producto*: se experimenta de forma creativa en nuevos productos o servicios, así como en formas de venta.

---

## CAPITAL TECNOLÓGICO

La capacidad y fuerza productiva de una empresa tiene que ver con su grado de desarrollo tecnológico. Bourdieu (2001: 222) lo define así: "el capital tecnológico, que es la cartera de recursos científicos (potencial de investigación) o técnicos (métodos, aptitudes, rutinas y conocimientos prácticos) susceptibles de ponerse en juego en la concepción y en la fabricación de los productos".

FIGURA 1.7 Capital tecnológico en las organizaciones.



Fuente: Elaboración de los autores.

Para complementar la definición: la *fuerza productiva* que tiene que ver con este capital, que hace referencia a los cuadros de científicos y técnicos que participan en los procesos de producción e innovación, en el diseño de los productos o del mismo proceso está relacionada con la tecnología y maquinaria (capacidad), así como con procedimientos. Esto implica autorregulaciones, control de operaciones, calidad, cierta estandarización, asistencia, capacidad de información sobre éstos, descubrimientos e innovaciones, articulaciones y redes que se detonan a partir de las investigaciones, la potencialidad tecnológica y el desarrollo de la organización y/o región. Indudablemente el capital cultural de las personas que participan en la organización está altamente conectado con este capital compuesto. Una vez expuestos los distintos tipos de capitales en las

organizaciones, aludimos a la interrelación que ocurre en el campo social.<sup>3</sup> Por todo ello, el capital tecnológico es importante para la Mipyme.

Las categorías provisionales que se proponen en función a las respuestas son las siguientes:<sup>4</sup>

1. Maquinaria adecuada: tecnología que permite realizar en la empresa las actividades básicas de manera apropiada.
2. Maquinaria avanzada: tecnología que genera eficiencia productiva en el proceso.
3. Maquinaria rústica: tecnología básica que proviene de aparatos improvisados, antiguos, elementales o reciclados y que permite realizar la actividad económica.
4. Baja maquinaria y tecnología: maquinaria que está por debajo de la maquinaria rústica, generando un déficit productivo en la actividad económica.
5. Innovación en el producto: existencia de un nuevo producto; en algunos casos implica diseño, pruebas, prototipos, etcétera.
6. Innovación en los procedimientos: mejora del proceso productivo por la intervención de uno o varios factores.

---

## CAPITAL FINANCIERO

El capital financiero es una de las preocupaciones más relevantes en el capitalismo.<sup>5</sup> Tiene que ver con la eficiencia, es decir con una orientación primordial a la ganancia. Para ello se tiene que invertir en insumos y maquinaria (costos y gastos) con el fin de producir. Esto implica operar el recurso monetario suficiente como estrategia, con controles, en algunos casos manejando los recursos propios y ajenos, en cierto marco normativo de obligaciones para lograr estos fines. Bourdieu (2001: 222) lo define así: “El capital financiero, entendido como el dominio directo o indirecto (por medio del acceso a los bancos) de recursos financieros, que son la condición necesaria para la acumulación y la conservación de todas las formas de capital”.

Es un recurso activo en la organización que juega un papel primordial (digamos, equivalente a la sangre) para generar capital. La clasificación provisional que encontramos de acuerdo con la naturaleza de las respuestas es:

1. *Ahorro*: acumulación de recursos monetarios que se utilizan como inversión en la actividad económica.

---

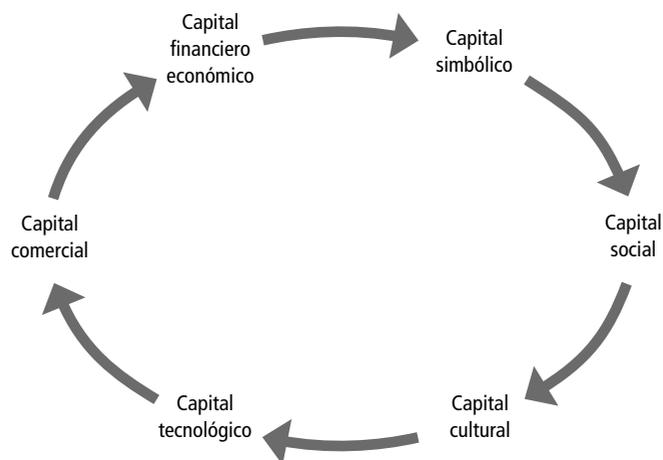
<sup>3</sup> Para este análisis hemos omitido el capital ecológico (por la ausencia de referencia discursiva), ya que aún no ha sido considerado por los empresarios y en el sistema como un recurso fundamental para impulsar la emprendeduría de nuestra sociedad.

<sup>4</sup> Sólo se enfocan a la maquinaria de la empresa, mientras que el capital tecnológico es un concepto más amplio.

<sup>5</sup> Ante un universo tan diferente y diverso en cuanto a realidades y símbolos, como complejidad de cada cosa y de las cosas en conjunto, es interesante ver las expresiones de productos, personas, acciones, recursos y beneficios en la palabra dinero. En el aspecto semiótico es sorprendente que casi todas las operaciones sean traducidas en dinero, como si éste fuera un metalenguaje universal.

2. *Apoyo financiero de remesas de migración*: apoyo financiero de un familiar o del mismo ego, apoyado en el recurso de la migración.<sup>6</sup> Puede considerarse dentro del apoyo familiar, sin embargo, esta clasificación permite conocer el origen del ingreso.
3. *Apoyo económico familiar*: recursos monetarios provenientes de la familia que se dan a ego para una actividad económica.
4. *Financiamiento de acuerdo con posibilidades*:<sup>7</sup> formas de autofinanciamiento que se van desarrollando de acuerdo con las posibilidades propias, y en las que el crecimiento o desarrollo fue paulatino.
5. *Ahorro por temporadas*: acumulación de recursos monetarios en un periodo de tiempo específico.
6. *Inversiones en capital variable*: obtención de inversión en acciones.
7. *Préstamo derivado de caja de ahorro*: recurso proveniente de una caja de ahorro que se invierte en la actividad económica.
8. *Préstamo financiero (no especificado)*: recurso económico que proviene de una institución financiera o de un prestamista.
9. *Dispositivo de eficiencia*: mecanismos de control que disminuyen el uso de recursos.
10. *Compra de negocio*: inversión realizada para la adquisición de todos los medios de una actividad económica.
11. *Apoyo gubernamental*: préstamos otorgados por la banca comercial o de desarrollo derivados de programas de gobierno.

**FIGURA 1.8** Transferencia de capitales en las organizaciones.



Fuente: Elaboración de los autores.

<sup>6</sup> Contreras Soto, R. (2008), *Migración, percepción cultural del trabajador periférico en el centro (constitución simbólica en contextos estructurados)*. Disponible en Internet desde: [www.eumed.net/libros/2008b/404/](http://www.eumed.net/libros/2008b/404/). En este estudio se hizo el seguimiento del recurso de migración para obtener dinero e impulsar proyectos emprendedores de negocios de los migrantes o de sus familias. Prácticamente se estudian los motivos de migración de las personas. Recordemos que Guanajuato es uno de los estados con mayor tradición en los movimientos migratorios de México.

<sup>7</sup> En los testimonios la contabilizamos cuando hacían referencia a que fueron creciendo poco a poco.

De esta manera hemos tratado de mostrar los distintos capitales que participan en la organización, sin embargo, es importante que se vean de manera articulada y como un tipo de capital que puede influir para bien en otro capital. Por ejemplo, una buena imagen puede repercutir económicamente en la empresa, un buen nivel de capital cultural puede influir positivamente en el capital tecnológico y la innovación, etcétera.

## TRAMA

Se refiere al momento determinado de una organización o a la actividad económica en que se encuentra, que implica un proceso social en el que las personas que narran se ubican en un punto del contexto (como dueños, empleados, clientes) que relatan su experiencia inmersa en dichas actividades en sus historias de vida. Por lo general plantean elementos de contextualización al hacer referencias sobre el sistema —estructura, mercado, sociedad, etcétera. La trama se plantea en primera persona comúnmente cuando son dueños, en tercera y segunda persona cuando son empleados o clientes. En el relato plantean una especie de motivo o intencionalidad de la acción que hacen los actores al participar en el juego del campo o en los procesos de acción de dichas prácticas sociales. Se puede analizar de manera diacrónica y/o sincrónica en las diferentes escalas sociales del contexto: macro, meso y micro.

## DRAMA

Dimensión simbólica expresada por una o varias personas ante una problemática que se vive o que se vivió, en la que está envuelta una historia con referencia a la actividad económica social u organizacional, expresada a través del relato (historia de vida).

En las clases subalternas se presenta el discurso que matiza los problemas reales que tienen para realizar actividades que les permitan sobrevivir; describen las adversidades o motivos para emprender bajo ciertas circunstancias no favorables<sup>8</sup> debido, principalmente, a su condición social de clase (por ejemplo: no tenían recursos, trabajaban doble turno, fueron migrantes o tenían necesidad de ayudar con el ingreso familiar). Para el análisis social de la emprendeduría se incorporaron casi de manera conjunta: trama/drama.<sup>9</sup>

Las categorías provisionales se desarrollaron de acuerdo con la naturaleza de las respuestas. No hay que olvidar que el punto de referencia es el emprendedor (ego), por lo que la historia se subjetiviza desde la perspectiva de un agente. Las categorías que se encontraron son:

1. Quedarse sin trabajo (T-D):<sup>10</sup> no tener trabajo por agotamiento de oferta o por despido. De manera subjetivada este problema es grave, ya que no se tiene una forma económica de subsistencia, por lo que se recurre a la emprendeduría.

<sup>8</sup> Es importante señalar una demarcación con la “dramatización” que hacen las personas al exagerar un “guión” o “rol” social, al fingir en la autorrepresentación de manera ideologizada, ya sea como “víctimas”, “mártires” o “exitosos”, y que buscan generar en sus efectos chantaje, admiración prediseñada, juegos perversos de las identidades, conformismo, sumisión conformista, etcétera. Por ejemplo, Héctor Tejera analizó este tipo de discursos en su artículo “Oficio del indio”, *Revista Hojarasca*.

<sup>9</sup> Se especificará cuando en la respuesta no exista drama.

<sup>10</sup> Las abreviaturas T-D significan “trama-drama”, mientras que T significa “trama”.

2. Independizarse del trabajo (T-D): el agente ya no quiere depender de una relación subordinada e inicia su propio negocio.
3. Inicio de negocio por jubilación (T-D): el agente termina un periodo productivo iniciando un negocio propio, suponiendo que la remuneración que recibe la invierte en el negocio.
4. Problemas económicos (T-D): limitación de los ingresos para sobrevivir o mantener su nivel de vida, lo que lleva a emprender un negocio de manera paralela del empleo remunerado, lo que complementa el ingreso.
5. Inicio por gusto o como pasatiempo (T): actividades económicas que no buscan un fin de rentabilidad y que posteriormente se hacen negocio. Se realiza esta actividad con cierto gusto para adquirir experiencia u otro motivo similar.
6. Estrategia de crecimiento (T): cuando ya se tiene un negocio que se continúa pero se busca que crezca por medio de una estrategia específica.
7. Iniciar un negocio propio (T): se inicia un negocio sin dramas.
8. Experimenta la actividad y se establece el negocio (T): se inicia un negocio, aunque no se tenía contemplado propiamente hacerlo.
9. Compra un negocio que estaba establecido (T): retoma un negocio que ya tenía una trayectoria.
10. Continuar un negocio familiar (T): un nuevo responsable retoma una empresa familiar.

## 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, qué problemas tuvo y cómo los solucionó? Con base en esta pregunta se reconstruyeron los entramados sociales y culturales implicados, de acuerdo con el discurso, en los procesos en que las personas emprenden un negocio.

Las entrevistas se llevaron a cabo principalmente con dueños de empresas, y 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

Según 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%, con base en el muestreo del programa *Stats* consultado. La muestra real es de 420 empresas.<sup>1</sup>

**TABLA 2.1** Muestra.

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

*Fuente:* Elaboración de los autores.

<sup>1</sup> El trabajo fue levantado en el año 2007 por alumnos de licenciatura en Administración, Contaduría y Mercadotecnia de primer y tercer semestres. De tronco común de las materias de “Entorno social de las organizaciones” y “Metodología del trabajo intelectual”, con previa capacitación para dicha actividad. Dentro del primer proceso de análisis de preinterpretaciones nos ayudaron los siguientes jóvenes en 2008: Mariana González Valtierra, Ruth Janet Jiménez Flores, Eliui Miranda Velázquez, Viviana González Escaramuza, Karen Alejandra García Aguayo, Mireya Rivera Vargas, Ana Cristina Ruiz Hernández, Viviana Camarillo Sánchez, Miriam Leticia Sánchez González, Paulina Escalante Marín, Verónica León León, Anaret Pérez Carreño, Nayeli Abigail Aguilar Cruz, Olivia Parra Casique, Benjamín Lara Méndez, Juan José Servín Contreras, Daniel Maldonado Contreras, Mauricio Andrés Durán Centeno, Carlos Mauricio Mora Tello, David Gerardo Patiño Quesada, Eduardo Vera Ruiz.

Es importante señalar que la muestra es cercana a la proporción del censo 2004<sup>2</sup> donde se señala que la microempresa representa 95.5%, las pequeñas empresas 3.5%, las medianas 0.8% y las grandes 0.2%, tal como lo muestra la siguiente tabla:

**TABLA 2.2** Distribución de la muestra por tamaño de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	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	0.2		
Total		421	100.0		

Fuente: Elaboración de los autores.

En la tabla 2.3 se presenta 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, así como herrería.

**TABLA 2.3** Distribución de la muestra por giro y tamaño.

Giro	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
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

<sup>2</sup> Censos económicos 2004, INEGI, *Micro, pequeña, mediana y gran empresa*.

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
Cancelería	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

(continúa)

(continuación)

Giro	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
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
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

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.

## PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS

- a) Se analizaron las respuestas de la muestra de 420 empresas realizada en el segundo semestre del 2007, en el análisis de la doxa. En el procedimiento de preinterpretación se desmontó cada caso de manera consecutiva determinando la existencia de participación de empresas familiares, formas de capital social, cultural, simbólico, comercial y tecnológico.
- b) Cada testimonio está plasmado en un cuadro, donde se indica el número de entrevista, tamaño de empresa, giro y edad de la empresa. Posteriormente el testimonio está plasmado en cursivas de manera textual y posteriormente se presenta la interpretación de cada caso.

- c) En un tercer momento se hizo una clasificación provisional en el programa 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. Cuando el discurso no era suficiente para identificar algunas cuestiones sobre la organización se consultaron los discursos sobre empresa familiar en la base de datos en Excel.<sup>3</sup>
- d) Cada subcategoría se definió por la naturaleza de las respuestas que se iban encontrando. Debido a que el estudio se basó en una pregunta abierta, hubo variación de respuestas que abordaban las diversas dimensiones. Aunque no todas las respuestas detallaron explícitamente todas las dimensiones, nos permitieron entender, en este estudio, algunas formas más recurrentes en las dimensiones analizadas.
- e) En un cuarto momento se reagruparon las entrevistas por actividades económicas afines para analizar las dimensiones sociales de la emprendeduría, ya no sólo por empresa, sino por clase o gremio, ya que se considera que existen semejanzas en las distintas formas presentes en las dimensiones sociales con referencia a las actividades económicas. Por ejemplo, en la industria de la cajeta y dulces de leche existen similitudes en la forma de aprender los procedimientos de la elaboración y en la forma de emprender el negocio, por mencionar algunas. Pero es importante aclarar que no todas las reagrupaciones de este trabajo son gremios. El gremio implica un grado de organización y de experiencia de la misma actividad económica. Más bien, se trata de clases, es decir, actividades económicas afines agrupadas, que potencialmente pueden ser socializadas en una organización de productores de esa actividad.<sup>4</sup>
- f) Se analizaron las dimensiones sociales por cada testimonio de emprendimiento y después se analizaron por gremio o clase para volver a interpretarlas en conjunto.
- g) Se presentan los resultados cualitativos y descriptivos (tanto en frecuencias de cada dimensión con sus subcategorías, así como en tablas cruzadas) de la investigación, reflexionando sobre estas dimensiones sociales.

<sup>3</sup> Agradezco a la alumna Miriam Ariadna Ruiz Medina que nos ayudó a organizar y editar las referencias de los datos de las empresas en el programa Excel y SPSS. Dicho trabajo fue muy arduo, por lo que reconocemos y agradecemos su gran contribución.

<sup>4</sup> En cuanto a la clasificación de otras industrias, comercio y servicios no se realizó un análisis sintético porque se agruparon distintas actividades de esos sectores, pero son consideradas en el análisis general.



## Procesos socioculturales de la emprendeduría en las actividades económicas establecidas en Celaya, Guanajuato

Los procesos que se estudiarán se basan en el emprendimiento de las actividades económicas, donde se aborda la dinámica sociocultural que se genera por clases o giros. A continuación se analiza, principalmente, el capital social, simbólico y cultural. En un segundo momento se trata de hacer una aproximación a los capitales comerciales y tecnológicos en las distintas clases o gremios-giros de empresa. Como ya se mencionó, la base es el discurso de los dueños o responsables de las empresas.

### EMPRESAS DE CAJETAS

Iniciamos con las llamadas empresas tradicionales en las que predominan las formas artesanales de producción, como las empresas cajeteras.<sup>1</sup> Es importante señalar que no por fuerza al estar altamente industrializadas son mejores. Justo por ello, en muchas de las fábricas es importante que la elaboración conserve el sabor tradicional en procesos masificados o estandarizados que, al contrario, pierden de vista la cualidad del producto o servicio.

#### Entrevista 19. Micro. Elaboración de cajeta, 10 personas, seis años

##### Testimonio

*Realmente problemas no tuvimos, pero sí su origen fue por necesidad, me quedé sin trabajo y traté de... siempre he sido una persona con iniciativa, y no me gustaría trabajar con patrones, entonces se inició por familia, también por la misma familia y porque toda la vida he estado trabajando en este giro. La historia está muy triste, porque me enfermé casi a nivel de fallecer, y un hermano me propuso que invirtiera y dejarme a mí a cargo de la empresa, rentando, pero finalmente no ha remontado como yo quisiera, aun bajando precios, haciendo promociones, bajando costos, no ha levantado, pero se mantiene...*

##### Trama-drama

Quedarse sin trabajo.

(continúa)

<sup>1</sup> Este apartado sobre las empresas fue publicado en el artículo: "Análisis sobre el capital social, cultural y simbólico en las empresas tradicionales de Celaya: fábrica de cajeta y dulces". Disponible en Internet: <http://www.eumed.net/rev/cccs/04/lscs.htm>

(continuación)

<b>Capital social</b>	Este negocio familiar se genera mediante el apoyo económico de un hermano, que apoya a otro al dejarlo a cargo del negocio para que pudiera sostenerse económicamente debido a que tenía una familia que mantener y se estaba recuperando de una enfermedad. Resaltan los ánimos del ego por salir adelante a pesar de que perdió su empleo y estuvo a punto de fallecer, así como su responsabilidad por mantener a su familia.
<b>Capital cultural</b>	La persona entrevistada siempre ha trabajado en ese giro, por lo cual cuenta con los conocimientos necesarios para hacer el producto, operar la maquinaria o lo que requiera el negocio.
<b>Capital simbólico</b>	En este caso el capital simbólico es prácticamente inexistente porque no ha logrado conseguir un reconocimiento por parte del cliente, ya que ni con promociones y bajando los costos ha prosperado su negocio como él quisiera.

#### **Entrevista 20. Micro. Dulcería y fábrica de cajeta, cinco personas, 15 años**

##### **Testimonio**

*Se empezó haciendo de poquito y vendiendo de casa en casa, y ya después se distribuyó a locales de venta.*

<b>Trama</b>	Experimenta la elaboración de un producto y se hace un negocio.
<b>Capital comercial</b>	Se puede inferir cómo va influyendo la confianza de los clientes para que su negocio pudiera prosperar, ya que empezó a darse a conocer vendiendo de casa en casa iniciando con sus vecinos y familiares.
<b>Capital cultural</b>	Se supone que la entrevistada conocía el proceso de la elaboración de los dulces.
<b>Capital social</b>	Aunque de inicio no contaba con mucho capital, tenía idea de cómo comenzar su negocio lo que le hizo ganar la confianza de sus clientes.
<b>Capital simbólico</b>	Se da en el reconocimiento de la gente hacia su producto, si no lo tuviera, no hubiera podido vender las cantidades que vende y tampoco tener un local de su negocio; se habría ido a la quiebra, hubiera perdido dinero, y habría tenido que buscar otra manera de ganar dinero.

#### **Entrevista 21. Pequeña. Fabricadora de cajeta, 11 personas, 25 años**

##### **Testimonio**

*Todo empezó trabajando en una fábrica de cajetas. Yo empecé a trabajar desde muy joven por cuestiones económicas, y así con el tiempo y unos ahorraditos (sic) que hice llegué a poner esta*

*pequeña empresa, que me da sustento para mí sola, porque no tengo familia. Y con el tiempo fue creciendo gracias a la calidad y servicio que ofrecemos...*

<b>Trama-drama</b>	Deseos de independizarse de su trabajo.
<b>Capital cultural</b>	Se fue dando con la experiencia, ya que la entrevistada trabajaba en una fábrica de cajeta donde adquirió los conocimientos necesarios para iniciar un negocio por su cuenta. A partir del sueldo que recibía, hizo un ahorro para tener capital económico para iniciar su propio negocio.
<b>Capital simbólico</b>	Tiene prestigio por la buena calidad y servicio que ofrecen.

#### **Entrevista 22. Pequeña. Fabricación de cajeta, 21 personas, tres años**

##### **Testimonio**

*El problema, como todos, empezó por falta de dinero y de lugar y de personal. Para empezar los solucionamos con un préstamo en la caja de \$70,000. De ahí empezamos...*

<b>Trama</b>	Iniciar un negocio propio.
<b>Capital social</b>	La entrevista nos indica que hubo cierto nivel de compromiso por parte de la familia, confianza y solidaridad entre varias personas, debido a que desde un inicio el negocio tenía que funcionar para pagar el préstamo que solicitaron.

#### **Entrevista 24. Micro. Fabricación de cajeta, una persona, 25 años**

##### **Testimonio**

*Yo antes trabajaba en Celanese y un día llegó a mis manos un librito de procesos en el que venía cómo hacer cajeta, y empecé a hacerla así como hobby, después ya la empecé a vender y cuando me salí de trabajar de Celanese comencé este negocio, pero no tuve problemas de ningún tipo al iniciar.*

<b>Trama</b>	Inicia como pasatiempo pues decide elaborar el producto en sus ratos libres, sin dejar de trabajar en una fábrica, de donde obtiene su sustento.
<b>Capital cultural</b>	Se instruyó en un manual y fue adquiriendo experiencia. Comenzó a venderla y ahora vive de ello.

#### **Entrevista 25. Micro. Elaboración de cajetas, 10 personas, 35 años**

##### **Testimonio**

*Los problemas se dieron desde que inició. Inició mi mamá y mi papá; él se jubila de cajetas Mexcel y pone su propio negocio, entonces, él inició con un cazo y una hornilla, y pues ahora ya está la*

*(continúa)*

(continuación)

*hornilla con sus tres cazos y, pues los problemas muchas veces es económicamente (sic), hay veces que como esto es por temporadas, hay veces que cuando no es la temporada buena pues es cuando uno empieza a batallar económicamente, pero en sí poco a poco hemos ido saliendo.*

<b>Trama-drama</b>	El negocio se inicia tras una jubilación.
<b>Capital social</b>	Los padres del entrevistado comenzaron el negocio, del que ahora él también forma parte, por lo que resalta la colaboración y apoyo por parte de la familia dentro de la empresa, de ahí que han ido creciendo poco a poco con base en el esfuerzo y la perseverancia.
<b>Capital cultural</b>	El papá se jubila de una empresa cajetera de donde obtuvo los conocimientos para poder comenzar su propio negocio, y a partir de ahí se da la transferencia de conocimiento de una generación a otra, del papá al hijo. Existen problemas por temporadas bajas en ventas, necesitando capital financiero.

#### **Entrevista 26. Pequeña. Elaboración de cajeta, 20 personas, 20 años**

##### **Testimonio**

*Lo que pasa es que horita... (sic) bueno, aquí la empresa inició vendiendo cajeta en una ventanita, en una puerta de metal y entonces ya poco a poco... las comenzó a estar vendiendo (sic). Esta empresa abrió un localito y después, al ver que la cajeta se estaba vendiendo muy bien, empezó a meter dulces típicos de la región que es lo que tenemos principalmente aquí en la empresa para darle mejor servicio a la clientela.*

<b>Capital cultural</b>	En este caso se infiere que la persona tiene cierto conocimiento del mercado, porque aunque su producto principal era la cajeta, comenzaron a introducir dulces típicos que amplían su mercado sin salirse del giro.
<b>Capital simbólico</b>	La empresa gradualmente generó una buena reputación de calidad en sus productos, lo cual derivó en una demanda que llevó a formalizar el negocio informal.
<b>Capital comercial</b>	Formalizó y amplió su mercado y diversificó sus productos.

#### **Entrevista 27. Micro. Fabricación de cajeta, cinco personas, 89 años**

##### **Testimonio**

*Realmente yo no tuve problemas porque en 1917 vinieron unas señoritas Aguilar de Salvatierra y ellas la pusieron aquí en Celaya. Entonces, en 1953 mi papá, el señor Antonio Pantoja, se las compró a ellas y desde entonces hemos trabajado nosotros, así es que yo ya recibí la empresa. El mayor*

*problema para mí es que me traigan la leche buena, la leche de cabra (porque tiene que ser de cabra), que me la entreguen buena, que no tenga agua, que no sea fría, porque es mi principal preocupación...*

<b>Trama</b>	Se compró un negocio que ya estaba establecido.
<b>Capital social</b>	El padre tuvo la confianza de dejar el negocio en manos de su hijo.
<b>Capital comercial</b>	El negocio tiene una larga trayectoria (89 años), por lo que hay un posicionamiento de marca.
<b>Capital cultural</b>	El padre adquiere la empresa y aprende de las señoritas que la levantaron, a lo que suma su experiencia que transmite al hijo, que así conoce todos los aspectos del negocio y que sabe que la selección de calidad de la materia prima es importante para el producto.
<b>Capital simbólico</b>	Para que esta empresa haya logrado mantenerse en el mercado por 89 años debe contar con una buena reputación en el gusto de la gente, ya sea por su producto o su buen servicio.

### **Entrevista 28. Micro. Cajeta y dulces, dos personas, 30 años**

#### **Testimonio**

*Se retomó a la tradición familiar, lo cual conllevó a tener técnicas antiguas (sic) de la elaboración de la cajeta y, por lo tanto, como todo negocio, se tiende a la experiencia de la calidad deseada de la cajeta. Con los familiares se asociaron para empezar a producir, ya que el local ya estaba.*

<b>Capital social</b>	Los familiares se asociaron para que el negocio empezara a producir; de ahí se da la tradición en la cooperación, la solidaridad y la confianza, así como el establecimiento de acuerdos entre los socios.
<b>Capital cultural</b>	Se menciona que ellos retomaron las técnicas tradicionales en la elaboración de la cajeta, lo que quiere decir que conocían bien este proceso y la calidad de la cajeta que se obtenía o qué sabor adquiriría con esta técnica.

### **Entrevista 29. Micro. Elaboración de cajetas, ocho personas, 36 años**

#### **Testimonio**

*Mi padre la inició después de que dejó de trabajar, ora (sic) sí que en un negocio de cajetas, y poco a poco toda la familia se involucró en esto y aquí estamos.*

<b>Trama-drama</b>	Una persona deja de trabajar e inicia un negocio, de manera que poco a poco se involucra la familia.
--------------------	--

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Se hace evidente el apoyo de la familia, aunque no de manera inmediata, ya que el padre comenzó el negocio al dejar de trabajar en una empresa del mismo giro, por lo cual sólo él conocía el producto.
<b>Capital cultural</b>	Los conocimientos en un principio sólo los tenía el padre ya que había trabajado en una empresa cafetera y conforme la familia fue integrándose al negocio él les enseñó todo lo que sabía.

### Entrevista 80. Pequeña. Venta de cajetas, 27 personas, ocho años

#### Testimonio

*Desde que inicié uno de mis principales problemas fue el capital, ya que es lo esencial para abrir un negocio, por lo cual me vi en la necesidad de solicitar un préstamo en el banco. En un principio el negocio no dejaba ganancias, ya que lo poco que se vendía era para pagarle al banco; otro problema que tuve fue dar a conocer el producto, ya que cuando uno empieza a entrar en el mercado tiene que dar a conocer su producto para así ir creciendo poco a poco. Yo comencé elaborando la cajeta, pero al paso del tiempo le dejé este negocio a mi hija Concepción. Ahora ella es la que se dedica a la elaboración de las mismas, yo ya sólo me dedico por el momento a vender cajetas.*

<b>Trama</b>	El negocio familiar continúa.
<b>Capital social</b>	El negocio pasa a manos de su hija, aunque el antiguo dueño colabora con la empresa familiar en las ventas.
<b>Capital comercial</b>	Se va posicionando en el mercado.
<b>Capital económico</b>	Pide un préstamo al banco.

### Entrevista 86. Pequeña. Dulces y cajeta, 12 personas, 35 años

#### Testimonio

*Lo que me platicaban era pues que mi suegro trabajaba en lo mismo de hacer cajeta en la estación de Cortázar. Un señor de aquí empezó a fabricarla, mi suegro y otras personas eran trabajadores de él, entonces, ellos se enseñaron a hacerla; después el señor falleció y las personas que trabajaban con él ya no siguieron trabajando, ni sus hijos tampoco siguieron con la empresa, y fue ya cuando él empezó a elaborar todo lo que es la cajeta y ya de ahí la familia empezó a trabajar en esto. Para empezar no tenían lo que es un cazo, ni cilindros de gas, ni quién les vendiera la leche, ni quién la hiciera entregas.*

<b>Trama</b>	Continúan con una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Los trabajadores aprenden de su patrón a hacer cajeta.

<b>Capital social</b>	Esto sirvió para que uno de sus trabajadores iniciara con el negocio junto con su familia.
<b>Drama</b>	Al fallecer el dueño original, la retoma otro miembro familiar que tenía conocimientos de cómo prepararla y continúa con la tradición de hacer cajeta sin muchos recursos en su empresa familiar.

### Entrevista 93. Micro. Elaboración de cajeta, tres personas, 90 años

#### Testimonio

*Es un negocio familiar y empezó con la generación de mis tatarabuelos, luego siguieron mis abuelos y padres y, actualmente, el negocio se encuentra en la tercera generación y la elaboración de la cajeta se hace tal vez de una manera muy rudimentaria, todavía se hace de manera artesanal.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar que fue comenzada por los tatarabuelos tres generaciones atrás.
<b>Capital cultural</b>	El conocimiento va pasando de generación en generación.
<b>Capital comercial</b>	Se puede suponer que goza de un capital simbólico con sus clientes y de cierto posicionamiento.
<b>Capital tecnológico</b>	Es muy rudimentario.

### Entrevista 116. Pequeña. Elaboración de cajeta, 11 personas, ocho años

#### Testimonio

*La historia de la empresa es que empezamos un grupo de ocho personas hace aproximadamente... está cumpliendo ocho años ahorita, y ya después pues unas no... no siguieron por problemas, de ahí de su casa que no las dejaban trabajar porque pensaban que la empresa no iba a crecer más arriba, que se iba a estancar, que aquí la gente de hecho en la comunidad no le gustaba, no nos compraba el producto, decían que no servía y pues ahora sí que rogándoles que lo compraran les fue gustando el producto, y ya fue cuando empezaron a comprar. El problema, pues no hubo problemas en la empresa, ellas se salieron porque no podían seguir aquí con el grupo. Se salieron seis, nada más quedamos dos.*

<b>Trama-drama</b>	Una empresa colectiva se transforma en una familiar.
<b>Capital social</b>	Colaboración familiar.
<b>Capital comercial</b>	Ganar confianza con los vecinos.
<b>Capital simbólico</b>	Proceso de posicionamiento en el mercado.

**Entrevista 118. Micro. Fábrica de cajeta, seis personas, 37 años****Testimonio**

*Mi papá y mis tíos comenzaron con la idea, mi padre fue el fundador de Cajetas Mexcel, nada más que después él se jubiló y, posteriormente, puso su propia fábrica, Cajetas la Reyna, y a raíz de ahí fue como él inició como empresario, y en cuanto a problemáticas pues... no muchas, en cuanto a las ventas él inició con clientes que él ya había hecho, poco a poco se fueron añadiendo más y más clientes y ya fue creciendo. Luego él falleció y nos quedamos los hermanos al frente del negocio.*

**Trama-drama** El negocio se inicia por jubilación y después es heredado a los hijos.

**Capital comercial** El padre fue consiguiendo clientes.

**Capital cultural** Hay experiencia familiar en la actividad.

**Entrevista 119. Micro. Dulcería, cinco personas, 62 años****Testimonio**

*La fábrica se inició en 1917, la tenían las señoritas Aguilar, pero en 1954 se la vendieron a mi abuelita porque ya no la podían trabajar, eran mujeres ya grandes, no estaban casadas, y ya no querían trabajarla. Se la vendieron a mi abuelita, luego mi abuelita falleció y se le quedó a mi mamá. Fue de generación en generación.*

**Trama** Continúa una empresa familiar.

**Capital social** Herencia.

**Capital cultural** Hay conocimientos en la elaboración de cajeta.

**Capital simbólico y comercial** Se puede deducir que la empresa está posicionada en el mercado.

**Entrevista 165. Micro. Fabricación de cajeta, tres personas, 25 años****Testimonio**

*Mi abuelo fue el que comenzó, o sea creo que fue así, no... algo que él ya sabía, así como que experimentando. Y este... y un tiempo estuvo trabajando en una fábrica de cajetas, y ya de ahí pues él se salió y él aparte hizo así como que su receta (sic), porque no es copia o algo así de otra cajetera, y él fue el que comenzó, pero así igual como aquí en la casa nada más; nunca ha sido una empresa grande y se le quedó a mi mamá. O sea, mi abuelo fue el que comenzó con todo eso y mi mamá continuó con la fábrica.*

**Capital cultural** El fundador familiar adquirió conocimiento y experiencia cuando trabajaba en una fábrica de cajeta en el giro de empresas regionales. Inició su empresa

	comenzando a experimentar e innovar con otros sabores para el producto y fue así como logró salir adelante (innovación en la tradición).
<b>Capital social</b>	Deja el negocio a su hija, que continúa con la tradición de las cajetas (capital social de relación familiar).

### Entrevista 171. Micro. Dulces y cajeta, 10 personas, 29 años

#### Testimonio

*Mi esposo comenzó a trabajar con un cacito de cobre, porque él no llevaba la contabilidad, no es contador; pero llevaba la administración de una fábrica de cajetas como es la Mexi y ahí duró muchos años; igual estuvo trabajando en la Coca-Cola y después se vio en la necesidad de poner su propio negocio, y comenzó a hacer cajeta, aunque no sabía, ya que él trabajaba en las oficinas. Comenzó por la misma necesidad, pues ya no tenía trabajo, a elaborar cajeta con un cacito de cobre, y así comenzó poco a poco, y ahorita pues ya somos unas cuatro casas que todavía se elabora en cazos de cobre y estamos en Girasoles cuando gusten. Los problemas se solucionaron con mucho sacrificio; tenía que trabajar en otro lado para seguir también trabajando los fines de semana para tener dinero, verdad. Para seguir trabajando la cajeta salía a ofrecerla y la salía a vender, para que de ahí le salieran los demás gastos: el azúcar, la leche, lo que lleva, verdad.*

#### Capital cultural

El dueño de esta empresa supo aprovechar los conocimientos administrativos que adquirió en trabajos anteriores para poder poner su propio negocio (capital cultural específico). Hay transferencia de capital cultural específico de un giro de empresa a otro: de la industria refresquera a la cajetera. Tuvo que aprender otros saberes del producto y habilidades operativas para la elaboración de la cajeta. Es importante resaltar que en empresas tradicionales locales hay ciertas posibilidades de producir y vender en pequeña escala, ya que la ciudad se distingue, en la memoria colectiva, por ese producto. Destaca la utilización de método paralelo con un doble trabajo para poder capitalizar su negocio. Esta estrategia es recurrente en los empresarios con limitados recursos, y con cierto capital cultural (profesional) que puede ser demandado en otros trabajos, lo que genera una limitante de tiempo y esfuerzo en las personas. La jornada de trabajo de su negocio se ampliaba en el "tiempo libre" del trabajo. Otra de las estrategias de trabajo fue ampliar sus actividades de producción y distribución, lo que resulta muy desgastante, pero así pudo conocer a sus clientes (su opinión sobre el producto) y ganar cierto capital simbólico con ellos.

### Entrevista 172. Micro. Fabricación de cajeta, una persona, 18 años

#### Testimonio

*Un día decidí renunciar a la empresa donde trabajaba y con un dinero que tenía ahorrado y con un préstamo que conseguí pude comprar maquinaria. Como local para mi negocio usé una parte de mi casa.*

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Se utiliza como local un lugar compartido por una familia (mamá, papá e hijos), lo que nos hace creer que se cuenta con el apoyo y soporte de los integrantes de la familia para sobrellevar el negocio.
<b>Capital financiero</b>	De un trabajo externo se ahorra para obtener recursos para poner una empresa.
<b>Capital tecnológico</b>	Gracias a ello se adquiere maquinaria para la producción.

**Entrevista 174. Pequeña. Fábrica de cajetas, 12 personas, 65 años**
**Testimonio**

*El negocio ha pasado de generación en generación, es una de las tiendas más antiguas de Celaya en las que se vende y fabrica cajeta. Los principales problemas con los que nos enfrentamos fueron, como la mayoría de las veces para iniciar un negocio, los recursos porque en ese entonces era muy difícil poner un negocio pues costaba mucho, ahora sigue costando, pero como que ya es un poco más fácil... y como se solucionó, se buscó la manera de comenzar a hacer dulces y cajeta en muy poca cantidad, porque no se tenían los elementos necesarios, era muy casera y cada vez fue creciendo más y más la producción.*

<b>Capital social</b>	El negocio tiene muchos años en el mercado y ha pasado de generación en generación.
<b>Capital cultural</b>	Se van transmitiendo los conocimientos sobre cómo hacer el producto y las cuestiones en torno al negocio a través de los años. Una de las estrategias que se siguió fue diversificar el producto (dulces) y producir poco para que los costos de producción se reduzcan y no se tenga en stock la mercancía detenida, sino que de acuerdo con la demanda se va produciendo.
<b>Capital simbólico</b>	Se logra cierto prestigio obtenido de la marca en el mercado que ha permitido que la empresa permanezca por un periodo de varios años.

**Entrevista 175. Pequeña. Elaboración de cajeta, 20 personas, 146 años**
**Testimonio**

*La historia de la empresa trata de 1860 (sic), y hace aproximadamente 15 años dos personas celayenses compraron la empresa y desde ese entonces ha ido creciendo más, básicamente ha sido eso.*

<b>Trama</b>	Se adquiere un negocio por otras personas (nuevos dueños).
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Tiene más de 100 años de estar en el mercado.

## TALLERES DE DULCES

Casi de forma paralela o de manera complementaria a la industria cajetera se desarrolló la industria de los dulces tradicionales en Celaya con predominio en dulces de leche.

### Entrevista 61. Micro. Dulces regionales, ocho personas, 22 años

#### Testimonio

*Esta empresa existía, como nosotros compramos las máquinas nada más (sic), pero no teníamos idea de cómo se hacía un dulce ni nada. Ai nos engatusaron (sic) con las máquinas y empezamos a trabajar con los dulces caseros de la abuelita, de sus recetas y eso, pues obviamente cuando no tienes el conocimiento previo, por ejemplo haber estudiado tecnología de alimentos o algo así por el estilo, ni tampoco administración. Los dueños somos dos hermanos, somos ingenieros: él es agrónomo y yo soy ingeniero mecánico. Había una cooperativa que ya no funcionaba, nos vendieron la maquinaria y empezamos hacer poco a poquito. El problema más grave es conseguir mercado, no hay dinero en el país, no compran, todo se les hace caro.*

**Trama-drama** No hay dinero en el país, y eso afecta su mercado.

**Capital cultural** Aunque eran inexpertos en la elaboración de los dulces, las dos personas eran profesionistas, consultaron y rescataron las recetas de su abuela; no sabían ni de dulces ni de administración, pero poco a poco fueron aprendiendo a partir de la experiencia.

**Capital social** Es una empresa familiar en la que participan dos hermanos.

### Entrevista 23. Micro. Elaboración de dulce de leche, seis personas, un año

#### Testimonio

*Tratar de independizarme para ser mi propio patrón, el problema es la falta de capital, por lo que pedí un préstamo financiero.*

**Trama-drama** Independizarse para ser su propio patrón. Se apoyó en un préstamo financiero.

### Entrevista 79. Micro. Fabricación de dulces tradicionales, cuatro personas, 50 años

#### Testimonio

*Básicamente mi mamá fue la que inició con este negocio, y al morir ella decidimos seguir con la tradición.*

**Trama** Continuar con el negocio.

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	La dueña original heredó el negocio a sus hijos.
<b>Capital cultural</b>	Continuar con el negocio bajo la tradición (conocimiento) que comenzó su mamá.

**Entrevista 81. Pequeña. Elaboración y comercialización de dulces, 20-25 personas, 25 años**
**Testimonio**

*Como todo negocio siempre existen problemas, por ejemplo, batallamos mucho para obtener el permiso y la licencia para el establecimiento. De hecho tuvimos que contar con asesoría de un licenciado para que nos echara la mano, ya que era muy difícil estar haciendo colas (sic) para los trámites, sobre todo ahora por el cambio de gobierno.*

<b>Trama</b>	Inicio de un negocio.
<b>Capital cultural</b>	El principal problema para poder comenzar a funcionar era el papeleo burocrático para poder iniciar operaciones. Los asesora un profesional con los trámites del negocio.

**Entrevista 83. Micro. Fabricación de rollo de guayaba, ocho personas, 44 años**
**Testimonio**

*Quien comenzó a hacer los rollos de guayaba fue mi cuñada Esther, por eso la empresa lleva su nombre en honor a ella, pero la receta original la sacó de un recetario y comenzó a hacerlos. Al principio la gente no los aceptaba bien, pero poco a poco fueron haciéndose más conocidos en Jaral, primeramente, ya después la gente que venía de otros lugares los fue conociendo y nos fueron recomendando, y gracias a Dios en este momento nos ha ido bien, incluso con la mucha competencia que hay en el lugar. Algo muy interesante es que la competencia es la misma gente que se enseñó a hacer el rollo de guayaba con nosotros.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio familiar.
<b>Capital social</b>	El apoyo familiar en la organización.
<b>Capital cultural</b>	La cuñada aprendió por medio de una receta a hacer rollos de guayaba. La competencia son las mismas personas a las que ella enseñó a elaborar los dulces.

**Entrevista 82. Micro. Dulces tradicionales, ocho personas, nueve años****Testimonio**

*Ésta comenzó a partir de que decían que los postres le salían muy bien, por lo cual la convencieron junto con su hermano para iniciar vendiendo dulces típicos caramelizados en la calle y para los vecinos. Hasta que aprendieron la técnica del prensado y enchilado y el ate (sic), así como los dulces típicos de cajeta emprendieron la posibilidad de establecerse en un local para producir en cantidad y para dulcerías del centro, hace como ocho años.*

<b>Trama</b>	Se establece una empresa familiar.
<b>Capital simbólico</b>	Se convencieron de abrir su propio negocio, ya que los dulces les quedaban muy bien.
<b>Capital cultural</b>	Aprendieron ciertas técnicas para mejorar el producto. Se apoyaron en los vecinos, que los recomendaban.
<b>Capital económico</b>	Analizan la posibilidad de establecerse en un local, de acuerdo con sus posibilidades.

**Entrevista 84. Micro. Elaboración de dulces, ocho personas, 36 años****Testimonio**

*Mi abuelita empezó a hacer los dulces nada más para ella, de postre, pero la gente los empezó a conocer, y así fue como se empezaron a vender los productos. Ya después la empezaron a llamar, y de ahí en adelante los problemas que hemos tenido, pues así como por ejemplo cuando no hay ventas (sic); antes cuando no éramos conocidos, pues casi no había ventas, y ahí es cuando teníamos problemas.*

<b>Trama-drama</b>	Se iniciaron las actividades por gusto, pero después se volvió negocio familiar.
<b>Capital simbólico</b>	Las personas conocieron los postres y reconocieron que era buen producto.
<b>Capital comercial</b>	Fueron teniendo clientes, ya que los llamaban para encargos y pedidos (capital económico) y fueron creciendo poco a poco.

**Entrevista 85. Pequeña. Dulces, 25 personas, 12 años****Testimonio**

*Desde que empezamos hemos estado aquí, primero empezaron mis papás y luego yo, y en un tiempo paramos porque no se vendía nada, hasta que después empezamos otra vez.*

<b>Trama</b>	La empresa comienza con los padres.
--------------	-------------------------------------

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Es una empresa de colaboración familiar, que pasa a manos de uno de los hijos. No se vendía mucho por lo que se cerró, hasta que decidieron volver a empezar otra vez.
-----------------------	--

**Entrevista 89. Micro. Dulces, cinco personas, cinco años**
**Testimonio**

*No hemos tenido ninguno porque así como solicitamos el permiso nos lo dieron; empezó por hobby.*

<b>Trama</b>	Para comenzar su empresa no tuvieron ningún problema y lo hicieron por <i>hobby</i> . Negocio propio. En este caso la empresa no tuvo ninguna dificultad para comenzar operaciones, además de que se inició como pasatiempo.
--------------	--

**Entrevista 117. Pequeña. Fabricación de dulces tradicionales de Celaya, 30 personas, 35 años**
**Testimonio**

*Es una empresa familiar y ha ido pasando de generación en generación. No recuerdo haber tenido algún problema.*

<b>Trama</b>	La empresa pasa de generación en generación (capital social, económico).
<b>Capital cultural</b>	Tienen experiencia en el negocio (30 años).
<b>Capital social</b>	Herencia familiar.

**Entrevista 122. Micro. Elaboración de dulces de leche, ocho personas, 10 años**
**Testimonio**

*Iniciamos en el año 1996 con un ahorro que teníamos. Yo me enseñé a hacer los dulces, gracias a mi padre que los elaboraba para consumo familiar. Cuando él falleció, yo comencé a elaborarlos en mi casa y después empezamos a vender.*

<b>Trama</b>	Inicio de negocio de empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Las enseñanzas de su padre, que le impartió conocimientos prácticos para la fabricación de dulces de leche, que en ese entonces sólo se producían para consumo personal, nace la idea de crear un negocio de dichos productos. A partir de un ahorro económico se empezó a realizar la producción para la venta.

<b>Capital social y económico</b>	Colaboración de la familia y también apoyo económico. Contaban con un ahorro.
-----------------------------------	---

### Entrevista 158. Micro. Dulces regionales, ocho personas, 40 años

#### Testimonio

*Empezamos con algunas máquinas que me regaló mi padre y tuvimos muchos problemas, pero todo fue mejorando.*

<b>Trama</b>	Inicio de un negocio.
<b>Capital social</b>	Con la gratificación de su padre compra una máquina para la elaboración del producto.
<b>Capital simbólico</b>	Cuenta con bastantes años en el mercado, dándole prestigio ante los clientes y la sociedad.

### Entrevista 168. Micro. Dulces regionales, seis personas, 10 años

#### Testimonio

*Realmente todo esto lo inició mi mamá que hacía este tipo de dulce desde hace más de 25 años, y lo que yo hice nada más fue aprender el proceso, comprar maquinaria para hacer más producto en menos tiempo, y por supuesto contratar personal, entrenarlo y supervisar todo, desde la leche, la fruta, el azúcar, todo lo necesario, así como el proceso y por último el producto ya terminado.*

<b>Trama</b>	Se retoma un negocio de empresas de relación familiar con un saber (capital cultural acumulado) en la elaboración de dulces.
<b>Capital tecnológico</b>	El valor agregado se da en el proceso productivo (más industrializado) con la implementación de maquinaria (capital tecnológico), incorporando trabajo asalariado, capacitando en tareas específicas, supervisando fases del proceso (capital tecnológico) y tratando los insumos de manera analítica (empresa de corte tayloriano). Esto modificó el saber tradicional con un saber de procedimiento sistemático orientado a rendimientos económicos.

### Entrevista 221. Micro. Churritos de harina, cinco personas, 25 años

#### Testimonio

*Nosotros venimos de Veracruz y ahí nuestros padres hacían estos barquillitos (churros de azúcar). Antes vivíamos en Galeana y ahí empezamos a hacerlos para comer porque no teníamos dinero, y pues necesitábamos para comer. Entonces nos pusimos a hacer y a salir a los alrededores a vender.*

(continúa)

(continuación)

*Después mis hermanos se vinieron a vivir para acá y ahora todos hacemos cada quien por su cuenta y nos repartimos las zonas de Celaya, y anda cada quien por la calle todo el día. Y pos problemas sólo tuvimos al principio porque como que no los conocían y decían: ¿qué era eso?, pero poco a poco los fueron conociendo.*

Este testimonio nos permite hacer el seguimiento de distintos procesos sociales:

1. Una familia inmigrante interna (veracruzana), inicia un negocio en una localidad receptora (Celaya) para resolver problemas económicos familiares de subsistencia (trama-drama).
2. Contaban con conocimiento heredado por sus familias (capital cultural) para fabricar un dulce propio de su lugar de origen (Veracruz). Es importante señalar que el producto tiene una identidad local con cierta tradición, lo que se evidencia en la identidad de los miembros de esa región que saben hacer la receta regional del dulce.
3. Distribuyendo ellos mismos el producto empezaron su mercado en cierta área de afluencia. Se inserta un producto tradicional como "nuevo" en otro mercado.
4. Al principio el problema es dar a conocer el producto (capital simbólico), para que sea aceptado (del gusto de la gente) y genere clientela.
5. Se amplió la venta y la fabricación con más participantes familiares (capital social). Los hermanos son "competidores" y colaboradores, ya que esto permite dar a conocer (capital simbólico) con mayor cobertura el producto que no es común y es poco conocido en la localidad receptora.
6. Los miembros de la familia se ponen de acuerdo en la distribución del producto (capital comercial). De esta manera trabajan relativamente en cooperación como equipo, aun cuando cada miembro de la familia tenga su negocio.
7. En este caso el capital cultural se representa en varias formas: primero la tradición de hacer lo que sus padres les enseñaron, posteriormente, el apoyo de su familia para distribuirlos y venderlos, aunado a la perseverancia y dedicación que tuvieron.

Toda una familia emigrante inicia un negocio con la elaboración y distribución de un postre de su lugar de origen. Es así como comienzan el negocio, dándose a conocer y trabajando en equipo.

#### **Entrevista 201. Pequeña. Dulcería, 20 personas, un año Testimonio**

*La empresa nació en Estados Unidos porque el dueño es de allá, y problemas no creó; ahorita por el momento no me viene ninguno a la mente... (sic)*

<b>Capital financiero</b>	Se presupone buena liquidez dado que el capital proviene del extranjero.
<b>Capital social</b>	Puede pensarse que la familia o allegados del dueño son el capital social al administrar y cuidar el negocio.

### Empresas de cajeta y dulces regionales (síntesis)

La cajeta es un producto asociado con la localidad, también en un fuerte sentido simbólico. Las empresas cajeteras y de los dulces regionales están conformadas por, aproximadamente, 67% micros, y 32% son pequeñas empresas. Poseen una media de edad de 21 a 25 años; es decir, que son de las empresas de mayor edad en la localidad; la moda en cuanto a edad de las empresas es de 31 a 50 años (10 casos), de 51 a 100 años (tres casos) y de más de 100 años (un caso). Hay pocas empresas de reciente creación: menores a un año (un caso) y de tres a cinco años (tres casos). Son empresas conocidas (capital simbólico) y establecidas (capital comercial); sin embargo, aún no han aprovechado su potencial social y cultural.

También se ha observado que es un gremio en el cual no hay mucha confianza entre competidores. En una plática nos señalaban que la asociación de cajeteros se hizo con la finalidad de apoyarse y que el puesto de representación se ha utilizado de manera ventajista para su propia empresa por parte de algún responsable en turno, en un momento dado. Por ejemplo, en las ferias donde han sido invitados para promover la cajeta de Celaya se hace una mayor promoción del producto del representante que una publicidad equitativa para el gremio. Este ejemplo indica cómo se merma la confianza entre ellos y se opaca la proyección potencial que pueden tener. Otro ejemplo es que hace tiempo un país europeo les pidió un volumen grande de cajeta que no podían abastecer de manera individual, por lo que era necesario asociarse para completar el pedido, pero no lograron ponerse de acuerdo, perdiéndose así la oportunidad de exportar. Ojalá se restablezca pronto la confianza y la voluntad de colaboración conjunta (capital social gremial) en la cultura gerencial.

El comportamiento de colaboración al interior de las empresas se observa en la siguiente tabla:

**TABLA 3.1** Capital social en la elaboración y venta de cajeta y dulces tradicionales.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Colaboración familiar	15	1	16
Apoyo económico familiar	1	1	2
Ganar la confianza de los clientes	1	0	1
Herencia familiar	8	0	8
N/C	4	3	7
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>34</b>

En general, existe apoyo manifiesto de capital social en las empresas cajeteras (79.41%). En 47% de las empresas cajeteras existe colaboración familiar, un factor muy importante. La fuerza de la cooperación familiar permite su sobrevivencia, al existir solidaridad, apoyo, correspondencia, responsabilidad y fraternidad entre familiares. Mientras que 23.52% de los negocios han sido heredados y 5.88% se ha apoyado económicamente por la vía familiar. Las empresas de relación familiar representan 85.29% y las empresas de único dueño representan sólo 14.70%.

**TABLA 3.2** Capital cultural en las empresas de cajetas y dulces.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en la actividad y en el giro	23	3	26
Asesoría de un profesional	1	0	1
Estudios	1	0	1
Adquisición de conocimientos en un manual	0	1	1
Ensayo-error	1	0	1
Capacitación	1	0	1
N/C	2	1	3
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>34</b>

Las empresas de cajetas y dulces tienen un capital cultural basado, principalmente, en la experiencia artesanal de los procedimientos (76.47%). Este saber se ha dado de generación en generación. La transferencia de conocimientos se da en la práctica de los procesos, por eso vemos que algunos de los extrabajadores pusieron su taller de cajetas. Por lo tanto, se deduce que se cuida con celo el conocimiento del proceso. En menor medida hay otras formas de conocimiento y experiencia obtenida como la capacitación, la adquisición de conocimientos por medio de manuales, el ensayo-error, la asesoría de un profesional y estudios (cada una representan 2.94%).

**TABLA 3.3** Capital simbólico en las empresas de cajetas y dulces.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Gusto del cliente por el producto	1	0	1
Reconocimiento del producto	1	0	1
Prestigio por calidad y servicio	5	1	6
Proceso de posicionamiento en el mercado	3	0	3
Actitud y disposición de trabajo	1	0	1
N/C	18	4	22
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>34</b>

En cuanto al capital simbólico, encontramos que 17.64% de las empresas tiene cierto prestigio por calidad y servicio, 8.82% experimentó un proceso de posicionamiento en el mercado, mientras que el gusto del cliente por el producto, reconocimiento del producto, actitud y disposición por el trabajo representó 2.94% cada uno.

**TABLA 3.4** Capital comercial en las empresas de cajeta y dulces.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Recomendación	2	0	2
Servicios afines y diversificación de productos	1	0	1
Ganar la confianza de los clientes	3	0	3
Posicionamiento por permanencia en el mercado	5	0	5
N/C	18	5	23
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>34</b>

Dentro de las estrategias de capital comercial destaca, en primer lugar, el posicionamiento por permanencia en el mercado con 14.70%; en segundo lugar, ganar confianza con los clientes (8.82%); les sigue la recomendación con 5.88%, y servicios afines y diversificación del producto tiene un porcentaje de 2.94%.

## PANADERÍAS TRADICIONALES

Aunque el censo de INEGI (2005) no registra unidades económicas de las panaderías en Celaya, identifica la industria panificadora tradicional con las siguientes características:

- Personal ocupado total: 511, ubicándose en el lugar 16 del sector manufacturero en este rubro.
- Producción bruta total: 53,887 pesos, ubicándose en el lugar 33 en este rubro.
- Valor agregado censal: 23,111 pesos, ubicándose en el lugar 28 del sector manufacturero en este rubro.
- Inversión total: 1,004 pesos, ubicándose en el lugar 36 del sector manufacturero en este rubro.

Las experiencias de emprender en las panaderías<sup>2</sup> son:

### Entrevista 88. Pequeña. Productora de pan, 13 personas, 16 años

#### Testimonio

*Este negocio lo inició mi papá, en esta misma casa habitación con un horno. Vendía sólo pan para la colonia, pero luego yo salí de la escuela, yo estudié hasta técnico en herramientas y pensaba que iba ganar mucho dinero o que iba a ganar más que si era panadero, pero me equivoqué; aquí en México las ilusiones que uno tiene cuando es estudiante se acaban cuando sales de estudiar, ojalá*

(continúa)

<sup>2</sup> López Salazar y Contreras Soto, "Análisis sobre capital social, cultural y simbólico en las empresas tradicionales de Celaya: panaderías y pastelerías", en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, núm. 114, 2009. Disponible en Internet desde <<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2009/lscs.htm>>

(continuación)

*que eso no les pase a ustedes, muchachos, (ríe) y como aquí el trabajo era remal pagado, me fui de inmigrante y mi papá falleció. Mi hermano ya tenía su panadería y pos (sic) yo me quedé con ésta. Ahorré un dinerito, regresé e invertí en maquinaria, y también pedí prestado a la caja popular y de esa manera fue como el negocio mejoró.*

<b>Trama</b>	El papá comienza la empresa vendiendo para sus vecinos (capital social), lo que implica que el producto gustó y que los vecinos (personas que conocía) demandan el producto. En la casa familiar improvisó su panadería, debido a que por lo limitado de los recursos recurre a esta estructura disponible, utilizando la casa-empresa como estrategia para manejar los recursos limitados.
<b>Capital social y financiero</b>	Un miembro de la familia que trabajó en Estados Unidos y ahorró dinero hereda e invierte en el negocio, además de que solicita un préstamo para hacer crecer el negocio.

#### **Entrevista 90. Pequeña. Panadería, 20 personas, 15 años**

##### **Testimonio**

*Yo no tengo mucho tiempo aquí, el que siempre ha estado es mi papá, que es el dueño, yo tengo muy poquito. Del tiempo que he estado los problemas han sido normales; los problemas que el mismo negocio va llevando, pero todo va marchando muy bien.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	El padre comienza el negocio; es él quien tiene el conocimiento.
<b>Capital social</b>	La colaboración de la familia. El negocio marcha poco a poco (capital financiero), con la ventaja de que los clientes y proveedores ya se conocían.

#### **Entrevista 91. Micro. Panadería, cinco personas, cinco años**

##### **Testimonio**

*En sí, 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 más.*

<b>Trama</b>	Establecen un negocio familiar. Los fundadores de la empresa llegan de la Ciudad de México a Celaya.
<b>Capital simbólico</b>	Empiezan su empresa poco a poco, después les piden productos y crecen un poco más (capital económico).

**Entrevista 92. Micro. Panadería, tres personas, dos años****Testimonio**

*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.*

<b>Trama</b>	Ante la necesidad de mantener a su familia inicia el negocio.
<b>Capital social</b>	Inicia vendiendo el producto a sus vecinos, a quienes les agrada.
<b>Capital comercial</b>	Con posterioridad, ellos demandan más su mercancía y así es como ha crecido el negocio.

**Entrevista 163. Micro. Panadería, siete personas, tres años****Testimonio**

Ésta 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 una panadería, El Triunfo. Entonces, decidí abrir mi propia panadería.

<b>Trama-drama</b>	Por causas desconocidas es despedido y, posteriormente, por la falta de empleo, decide abrir su propia panadería.
<b>Capital cultural</b>	El negocio surge gracias a que los conocimientos adquiridos en un antiguo empleo fueron aprovechados para crear la nueva empresa.

**Entrevista 98. Micro. Panadería, seis personas, 20 años****Testimonio**

*Es que siempre una empresa comienza desde abajo; es una empresa chica y con el tiempo uno va saliendo adelante poco a poco.*

<b>Trama</b>	La empresa comienza desde abajo y va creciendo de a poco. Aunque el entrevistado no da mucho datos, deja en claro que aún es una microempresa.
--------------	--

**Entrevista 166. Micro. Elaboración de pan, cinco personas, 45 años****Testimonio**

*La empresa empezó, fue como una aventura, nada más que estamos tan escondidos que no pensé que fuera a funcionar; sin embargo, ya 45 años tengo trabajando (sic).*

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Comienza sólo con una idea entre personas (parentesco o amistad), quienes se ayudan para hacer prosperar el negocio, que no pensaron que fuera un buen negocio por su ubicación, pero aún así han logrado su subsistencia por muchos años (45).
-----------------------	---

**Entrevista 167. Pequeña. Panadería, 12 personas, ocho años**
**Testimonio**

*Se empezó a hacer pan en la casa, después se compró equipo y, posteriormente, el local.*

<b>Capital social</b>	El negocio inicia un espacio familiar, de lo cual podemos deducir que cuenta con el apoyo y ayuda de sus integrantes.
-----------------------	---

<b>Capital tecnológico</b>	Hacen crecer el negocio y después de tiempo se obtienen recursos para equipo y un local propio.
----------------------------	---

**Entrevista 244. Mediana. Panadería, 98 personas, 55 años**
**Testimonio**

*Inicié desde los siete años de ayudante en una pequeña panadería y a los 13 años me independicé y formé mi propia panadería. No tuve mucho éxito pues quebramos dos veces. Después me casé y salí adelante con la ayuda de mi esposa y después con la de mis hijos. Ahora entre todos logramos salir adelante con un préstamo familiar que me hizo mi padre.*

<b>Capital cultural</b>	El agente emprendedor adquiere conocimientos y experiencia sobre la panadería. Crea una panadería apoyado con capital social (apoyo familiar en el trabajo).
-------------------------	--

<b>Capital económico</b>	Vía capital social (familiar), el padre lo apoya aportando el capital económico para la creación de su propio negocio.
--------------------------	--

**Entrevista 245. Micro. Panadería, 10 personas, cinco años**
**Testimonio**

*Comenzamos hace cinco años en un pequeño local que alquilamos donde había un horno de piedra con el cual iniciamos a trabajar (sic). 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.*

<b>Capital social</b>	La empresa es impulsada como negocio de participación familiar en el que se han ido incorporando recursos.
<b>Capital tecnológico</b>	El trabajo de manera cooperativa, dedicada y constante permitió que creciera el negocio con mayor infraestructura. Se inicia con la renta de un local, que ya contaba con un horno de piedra para hacer pan, lo que resuelve en parte el problema de maquinaria (capital tecnológico rústico). Como estrategia comercial, se elaboraba en un principio poco producto (por las limitaciones). Luego se adquirieron medios de transporte para la distribución del producto (capital tecnológico), ya que la demanda había crecido en lugares adyacentes en los que se dio a conocer con anterioridad.
<b>Capital comercial y simbólico</b>	La clientela se fue ampliando por la calidad del producto ofertado, lo que generó una mayor demanda, por lo que se tuvo que contratar a más personas para elaborar el producto en mayor cantidad.

#### **Entrevista 247. Micro. Industria alimenticia, cinco personas, cuatro años**

##### **Testimonio**

*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.*

<b>Capital social</b>	El negocio comienza con el apoyo de conocidos (vecinos).
<b>Capital simbólico</b>	El trabajo se concretó en la buena calidad del producto, para posicionarse en el mercado (capital comercial).

#### **Entrevista 248. Pequeña. Panadería, 16 personas, 25 años**

##### **Testimonio**

*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, y produciendo lo que el cliente nos pedía se fue solucionando.*

<b>Trama</b>	La empresa se ha heredado en la tradición familiar (segunda generación). Lo que los llevó a crecer fue hacer lo que el cliente demandaba, como una estrategia para ganar capital comercial.
<b>Capital comercial</b>	Hubo varios conflictos, como los de competencia, ya que existen varias empresas con el mismo giro, pero se solucionó preguntando a la gente qué era lo que más les gustaba y viendo que era lo más solicitado por su clientela.

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Los panaderos tradicionales se comportan, por lo general, de manera gremial familiar (en la trama son familias). Se trata de una empresa familiar que logra prosperar y mantenerse con el apoyo de los familiares.
<b>Capital cultural</b>	Se traspasa el conocimiento de generación en generación.

#### **Entrevista 249. Micro. Panadería, cuatro personas, seis años**

##### **Testimonio**

*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 dos colonias y a las escuelas, posteriormente, teníamos ya dos triciclos y por último nuestro negocio (sic).*

En este negocio destaca la forma en que 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 del mercado, aunado a la aceptación del producto.
4. El servicio de entrega a domicilio del pan como estrategia (innovación en el servicio), así como la calidad del producto en esa fase permitió un margen de aceptación en el mercado (capital comercial).

#### **Entrevista 251. Pequeña. Elaboración de pan, 19 personas, 26 años**

##### **Testimonio**

*Es una empresa familiar que comenzó con la idea de mis abuelos. Se hacía una producción muy pequeña 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. 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.*

<b>Trama</b>	Comenzó con la visión de los abuelos (tercera generación, los responsables familiares).
<b>Capital social</b>	Elaboraban poco producto, ya que sólo lo distribuían entre la familia y amigos.

<b>Capital comercial</b>	La familia y los amigos a su vez recomiendan el negocio y éste crece por la solicitud y demanda de la gente, logrando un posicionamiento y ampliación del mercado.
<b>Capital cultural</b>	El conocimiento familiar se va acumulando.
<b>Capital tecnológico</b>	Comenzaron con poca maquinaria (capital tecnológico rústico).
<b>Capital simbólico</b>	Por la buena aceptación del producto, éste empezó a ser recomendado. El mejor medio de difusión fueron la familia y los amigos.

#### Entrevista 254. Pequeña. Panadería, 25 personas, 15 años

##### Testimonio

*Nosotros consideramos que cuando llegamos hace 15 años nos costó mucho trabajo entrar en este mercado porque es muy localista.*

Este testimonio habla un poco de la lógica de los mercados, que no permite fácilmente entrar a cualquier empresario, sobre todo los de otro lugar. Se refiere a los clientes, pero también a la competencia. Ya en otros trabajos hemos señalado que es importante investigar 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”<sup>3</sup>.

#### Entrevista 224. Micro. Panadería, cinco personas, 10 años

##### Testimonio

*¿Para ponerla? Pues problemas no, no tuvimos porque pos de qué problemas (sic). 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 trabajé un tiempo, y ya me vine y ahora sí empezamos a trabajar aquí.*

##### Trama

Empresa familiar con intención de poner un negocio, pero sin recursos económicos.

##### Capital social

La forma que utilizaron para reunir sus recursos fue el capital de uno de los integrantes, que se fue a Estados Unidos a trabajar. Una vez reunido el capital

(continúa)

<sup>3</sup> 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 está orientado (y encerrado) en 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 está hecho para entender la complejidad de los mercados. La mercadotecnia sólo se vuelve razón instrumental acritica de la rentabilidad y la eficiencia. Claro, es importante el diálogo, pero sobre todo la investigación para entender profundamente el mercado en un contexto.

(continuación)

suficiente empezaron el negocio. Otro de los factores que cabe destacar es el hecho de que el negocio lleva trabajando 10 años, lo cual indica que han aprendido a trabajarlo y mantenerlo.

Varios de los casos analizados ilustran que la mejor manera de conseguir dinero es que un miembro de la familia emigre al norte a trabajar.

#### **Entrevista 238. Micro. Panadería, tres personas, 20 años**

##### **Testimonio**

*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 (sic), y poco a poco me fui enseñando y manteniendo mis estudios, pero como la universidad ya es más cara, mejor me dediqué a elaborar pan y regresé a San Juan. Empecé yo solo 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 enseñé a hacer pan, ya que él tenía una ahorrando (sic) hasta que compré dos, tres y a la gente le fue gustando el pan. Tuve que contratar a alguien que me ayudara, y seguía ahorrando. Una vez pedí un préstamo a la caja (Caja Popular Mexicana), para poder poner mi negocio y básicamente pues así nació esta pequeña empresa.*

**Trama** Hay apoyo por parte de la familia para poder desarrollar los estudios del agente emprendedor (capital social), que adquiere conocimientos técnicos (capital cultural).

**Capital simbólico y social** 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 ganando mercado.

#### **Entrevista 239. Pequeña. Panaderías, 46 personas, 15 años**

##### **Testimonio**

*Iniciamos el negocio con una pequeña panadería, porque pues al principio no se cuenta con mucho capital. El principal problema como ya lo comenté 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.*

**Trama** Inicia una empresa familiar. Uno de sus principales problemas es el capital.

**Capital simbólico y social** El segundo problema fue su competencia, por lo que comenzaron a mejorar la calidad de su producto.

Observamos que una de las mejores formas de enfrentarse ante la competencia es resaltar la calidad de un producto.

#### Entrevista 240. Pequeña. Panadería, 11 personas, 25 años

##### Testimonio

*La empresa surgió a partir de una idea de mis abuelos para hacer una empresa más exitosa en cuanto al consumo de pan se refiere.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa de tradición familiar.
<b>Capital cultural</b>	Este negocio comienza con la herencia de conocimientos por parte de los familiares. Podemos observar cómo hay una intervención de valores por seguir con el negocio familiar y continuar con las ideas de los familiares.
<b>Capital simbólico y social</b>	Es importante resaltar cómo los valores en este tipo de casos influyen mucho en el seguimiento y soporte de la empresa.

#### Entrevista 241. Micro. Panadería, siete personas, 15 años

##### Testimonio

*Yo trabajé 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 sino para mí mismo. Sí hubo problemas porque había que buscar un lugar dónde hacer la panadería, dónde hacer nuestras instalaciones.*

<b>Trama</b>	Surge la idea del negocio por el conocimiento adquirido en un trabajo anterior (capital cultural), donde había adquirido cierto conocimiento de cómo manejar el negocio y cómo hacer el producto. Quería tener su propia panadería. Tuvo problemas para saber dónde se podía instalar el local (se supone que no sólo es la decisión en cuanto al lugar, la capacidad de producción, el costo del local o la renta, el lugar también tiene que ver en este giro en cuanto a que puede atraer o no clientes).
--------------	--

#### Entrevista 242. Pequeña. Panadería, 40 personas, 150 años

##### Testimonio

*En cuanto a eso no podría (sic), ya que esta empresa fue iniciada por mi tatarabuelo y no tengo mucho conocimiento sobre los problemas que él tuvo porque yo heredé esta empresa ya con trabajadores y clientela y no he tenido muchos problemas.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar.
--------------	--------------------------------

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	La empresa fue iniciada muchos años atrás, lo que muestra el apoyo familiar durante generaciones.
<b>Capital comercial</b>	Se trata de una empresa estable después de muchos años de trabajo, por lo cual no ha tenido problemas de clientela, ya que es reconocida, y ha adquirido prestigio (capital simbólico).

**Entrevista 250. Micro. Panadería, siete personas, 12 años**
**Testimonio**

*La panadería era de un tío, luego se la pasó a unos hermanos, de ahí a un primo y mi primo me la pasó, pero no tenía mucho dinero para meterle y mi papá me hizo un préstamo y con eso nos levantamos.*

<b>Trama</b>	Se trata de un negocio familiar que se fue transfiriendo entre diversos miembros de la familia (tío, hermano, primo...).
<b>Capital social</b>	Invierte a partir de un préstamo del padre y así consigue ofertar un mayor número de productos de buena calidad. Con el apoyo familiar, con trabajo y capital financiero se logra sacar adelante a la empresa.

**Entrevista 256. Pequeña. Panaderías, 15 personas, dos años**
**Testimonio**

*Empezamos vendiendo... mi familia se dedica a lo que es el pan, entonces empezamos comprándolo, ya después juntamos un poco de capital e invertimos ya por nuestra cuenta, y hasta este punto. Los problemas que se nos presentaron fueron al principio que los clientes, los panaderos, conseguir gente para trabajar, es un problema eterno que tenemos y éste pues en sí son esos los problemas que se nos han presentado (sic).*

<b>Trama</b>	Este negocio comenzó con la comercialización de pan (compra-venta).
<b>Capital financiero y tecnológico</b>	Con las utilidades comenzaron a invertir para crear el propio producto, a través de la compra de equipo y maquinaria. Los problemas más visibles fueron la clientela (ganar preferencia y colocarse en el mercado como capital simbólico y comercial) y la contratación de personal (panaderos) para la elaboración del producto (supone trabajadores con cierta preparación: capital cultural).

**Entrevista 258. Pequeña. Panificadora, 30 personas, 25 años****Testimonio**

*Primero esta empresa la inició 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, más tarde se fue expandiendo hasta que compró la casa de al lado e instaló la panadería con todo lo que se necesita. Después contrató a los empleados. Los problemas que se tuvo es que se necesitaba expandir más las instalaciones y lo solucionó comprando un local que se encuentra enfrente. Hoy en día se tienen tres establecimientos donde se elabora el pan y además se vende y dos locales donde sólo se vende.*

**Trama**

Su madre inició la panadería.

**Capital cultural**

El conocimiento le fue transmitido por una amiga.

**Capital tecnológico**

Al principio la madre hacía el pan en casa, posteriormente adquirió la casa de al lado y se supone que también maquinaria. Actualmente cuentan con cinco establecimientos de venta y tres donde se elabora el producto, lo cual nos dice que la aceptación por parte de la clientela ha sido buena.

**Entrevista 261. Micro. Panadería, nueve personas, 25 años****Testimonio**

*No empezó como panadería, empezó como cremería hace 25 años. Nosotros iniciamos con esto porque vimos las necesidades de que mi esposo no ganaba lo suficiente pues estábamos recién casados, y yo no quería trabajar en una empresa porque estaba muy contenta por mi bebé, y pues no quería así como tener un horario y dónde iba a dejar a mi bebé (sic). Entonces iniciamos con la cremería y posteriormente se le dio el giro a panadería y de ahí la cremería pasó a segundo término y empezamos ya de lleno con la panadería. Hemos tratado de mantener la imagen sobre todo de pan bueno.*

**Trama-drama**

La entrevistada inicia una empresa (cremería), para posteriormente hacer una panadería con el fin de ayudar económicamente a su esposo, pensando en no salir de casa para poder cuidar bien a su hijo. No explica por qué se da el cambio del giro en esos 25 años.

**Capital simbólico y comercial**

Se busca la elaboración de pan de buena calidad, para poder atraer clientela.

**Entrevista 262. Micro. Panadería, tres personas, 1.5 años****Testimonio**

*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.*

(continúa)

(continuación)

<b>Capital cultural</b>	En esta situación se hacen presentes los conocimientos adquiridos anteriormente por parte del entrevistado, ya que contaba con práctica en la elaboración de pan.
-------------------------	---

**Entrevista 263. Pequeña. Panadería, 16 personas, 26 años**
**Testimonio**

*Desde que comenzamos los panaderos que he tenido han sido muy buenos, lo único malo es que son muy irresponsables, porque el día que no quieren no vienen y ya.*

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

**Entrevista 264. Micro. Panadería, seis personas, 12 años**
**Testimonio**

*Todo empezó ya que no tenía ningún trabajo. En ese momento el dueño, dado que contaba con la experiencia suficiente, juntó su dinero y compró la maquinaria suficiente, y junto con su yerno y su hijo empezaron a trabajar la panadería y al principio sólo vendían pan a sus conocidos, pero gracias a la calidad del pan y que a la gente le gustó fueron creciendo; hasta la fecha siguen creciendo.*

<b>Trama-drama</b>	Una persona sin trabajo inicia un negocio.
<b>Capital cultural</b>	El dueño tiene experiencia, lo que es importante para iniciar el negocio.
<b>Capital financiero y tecnológico</b>	Gracias a los recursos económicos disponibles se adquiere la maquinaria necesaria y suficiente para comenzar el negocio.
<b>Capital social</b>	La relación de parentesco (yerno e hijo) influyó para el despegue del negocio, ya que ayudaron en la elaboración de los productos.
<b>Capital comercial</b>	Debido a la calidad del producto que ofrecía los clientes (conocidos) comenzaron a adquirirlo constantemente y así ayudaron a que el negocio se desarrollara y creciera (capital simbólico).

**Entrevista 265. Micro. Panadería, siete personas, 14 años**
**Testimonio**

*La panadería se hizo porque mi papá me decía que pusiera una panadería para él trabajar con nosotros, pero a fin de cuentas él ya no llegó a trabajar en la panadería porque falleció. Al principio*

*hubo problemas de que se batallaba con la gente, de que no encuentras quién 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.*

**Trama-drama** Se inicia un negocio familiar, pero muere el impulsor del negocio, el padre.

**Capital cultural** Empezar el negocio en muchas de sus operaciones cuesta trabajo en la organización de las actividades. Se requiere de cualidades como la perseverancia, el esfuerzo, la paciencia, etcétera. Y no sólo eso, sino también apoyo de los trabajadores del negocio. 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 logró salir adelante.

### **Entrevista 266. Micro. Panadería, cinco personas, 16 años**

#### **Testimonio**

*Problemas, casi no. Yo empecé aquí en 1995 y hasta la fecha todavía aquí estamos; problemas son muy leves (sic) 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.*

**Capital financiero** 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 tienen en el negocio, ya que obtienen créditos sin imposición alguna.

### **Entrevista 267. Micro. Panadería, dos personas, 15 años**

#### **Testimonio**

*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.*

**Capital social** Con el apoyo de un familiar político (suegro), se logró la creación del negocio.

**Capital financiero** En consecuencia del apoyo económico brindado por el familiar se logró comprar la materia prima necesaria para el inicio de operaciones de la empresa, apoyados en los ahorros.

**Entrevista 269. Micro. Panadería, tres personas, tres años**
**Testimonio**

*Mi papá vendía donas y pan típico como conchas y bolillo en la calle donde vivíamos, así que mi hermano le dijo que quería poner una panadería. Mi papá le ayudó a hacer un horno de ladrillo. Mi padre ya no está más con nosotros, pero nos enseñó lo necesario y ahora gracias a él y a Dios está funcionando la panadería.*

<b>Trama</b>	Inicia negocio con apoyo familiar. Posteriormente muere el padre, que es uno de los principales agentes en el negocio.
--------------	--

<b>Capital cultural</b>	El padre tenía conocimientos sobre la elaboración de pan típico y realizaba venta ambulante.
-------------------------	--

<b>Capital social</b>	Uno de los hijos tuvo la idea de establecer legalmente una panadería con la finalidad de retirarse del ambulante; el padre decidió apoyar la idea haciendo el horno y aportando sus conocimientos.
-----------------------	--

**Entrevista 270. Micro. Elaboración de pan, tres personas, 100 años**
**Testimonio**

*Surge gracias a la idea de los bisabuelos. Santos es el fundador de la panadería, él venía de Guadalajara, conocía la manera de cómo elaborar el producto; es de manera tradicional la elaboración del pan, por lo tanto es artesanal.*

<b>Trama</b>	Empresa creada por los bisabuelos.
--------------	------------------------------------

<b>Capital cultural</b>	Empresa de tradición en la cual se elabora pan, indicando que se han ido adquiriendo conocimientos de generación en generación.
-------------------------	---

<b>Capital social</b>	La tradición de irse apoyando entre los miembros de la familia.
-----------------------	---

**Entrevista 271. Micro. Panadería, seis personas, un año**
**Testimonio**

*Para mí no fueron los problemas, sino que mi esposo de repente llegó del otro lado y ya tenía tiempo pensando de que quería poner una panadería, y que quién sabe qué; pero él la quería poner en la casa que quería mandar a hacer un horno y todo, nomás que de repente resultó una vecina que le vendió ese horno (sic). La señora le vendió el horno y ya él, cómo te diré, como que no tuvo problemas, has de cuenta que en una semana solucionó todo, rápido. Así... así... no hubo problemas para eso, los problemas ya vienen después edá, de que los vecinos sí se molestaron.*

<b>Trama</b>	Una persona inicia un negocio después de trabajar en el extranjero (migrante) y traer recursos económicos (capital financiero). Han logrado superar las dificultades que se han presentado (drama).
--------------	---

<b>Capital social</b>	Apoyo de una vecina que facilitó la compra de un horno. Por momentos hubo 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).
-----------------------	---

### Entrevista 272. Micro. Panadería, 10 personas, 10 años

#### Testimonio

*Inicié trabajando como ayudante en la panadería de mi tío, que está 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 (sic), 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.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio para independizarse.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimiento previo a la apertura del negocio, lo cual 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 a las que se enfrentan.
<b>Capital financiero</b>	Dinero que se invierte en maquinaria e insumos para el negocio.
<b>Capital comercial</b>	Al principio de la vida productiva es difícil hacerse de una clientela, pero con esfuerzo y perseverancia se logra, iniciando ventas por mercados pequeños hasta tener la fuerza suficiente como para competir en el mercado local (capital simbólico).

### Entrevista 275. Micro. Elaboración de pan dulce, siete personas, 30 años

#### Testimonio

*La panadería nos la dejó mi padre ya acientada (sic) y no tenemos problemas fuera de lo normal.*

<b>Trama</b>	Se muestra el apoyo de la familia al seguir manteniendo una empresa que el padre comenzó (capital social).
<b>Capital comercial y simbólico</b>	El hecho de seguir con clientela (capital comercial) refleja que siguen manteniendo la misma calidad en sus productos desde que el negocio comenzó su vida productiva (capital simbólico).

<b>Entrevista 276. Pequeña. Elaboración de pan, 18 personas, 40 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Sí, tenemos aproximadamente 40 años trabajando y manteniendo una tradición que fue comenzada por el señor Rogelio Villafaña Mosquera, abuelo mío, y nos hemos encargado de mantener esa tradición que él comenzó y nos dejó adentrados en el negocio.</i>	
<b>Trama</b>	Continuar con una empresa familiar.
<b>Capital social</b>	Se refleja el compromiso, la cooperación y responsabilidad que se tiene hacia el negocio, pues éste fue creado por el abuelo, años atrás y la familia se ha encargado de mantener el negocio con vida.
<b>Capital cultural</b>	Hay una tradición familiar en el conocimiento de esta empresa.
<b>Capital simbólico</b>	La tradición familiar da a entender que mantenerse en el mercado con clientela, implica que han logrado un servicio y productos de calidad.

<b>Entrevista 277. Micro. Panificadora, una persona, 20 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>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.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia un negocio.
<b>Capital cultural</b>	Se necesitan conocimientos sobre el oficio de panadero. Hay una falta de experiencia por parte del dueño del negocio, que tardó un poco más en desarrollarse (la llamada curva de aprendizaje) y prosperar.

<b>Entrevista 278. Pequeña. Panadería, 12 personas, seis años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Hasta que poco a poco fuimos aprendiendo, hasta que prosperó el negocio. Mi papá 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.</i>	
<b>Trama-drama</b>	Todo comenzó por la falta de trabajo en la región donde se estableció el negocio, lo que influyó para la creación del mismo.
<b>Capital cultural y social</b>	Como primer paso, el padre le enseña a su hijo cómo elaborar pan. Debido a la escasez de ese producto en la región, toman la decisión de iniciar un negocio en esa rama hasta desarrollarse y ser lo que son en la actualidad.

**Entrevista 279. Pequeña. Fabricación de pan, 11 personas, 25 años****Testimonio**

*En sí quien inició el negocio fue mi papá ya hace 25 años. Él comenzó ayudándole a otro panadero que era su cuñado, primero mi papá sólo hacía para nosotros, pero un día se animó a hacerlo para vender y nos fue bien. Después como de cinco años pusimos una panadería más grande, y así vender más (sic), pero inicialmente la matriz estaba en la colonia Las Flores, pero como hace nueve 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.*

**Capital cultural**

El padre, que es el iniciador de la empresa, antes de empezar ya poseía conocimientos acerca de la elaboración de pan y de cómo se manejaba el negocio.

**Capital simbólico y comercial**

Es un negocio de 25 años de vida productiva (capital simbólico), que inició 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 crecimiento (capital comercial).

**Capital social**

Al igual que el desarrollo del negocio, adentrarse en el mercado local no fue fácil, pero gracias a las cualidades antes mencionadas de la familia, lograron superar esa dificultad.

**Entrevista 280. Pequeña. Panadería, 25 personas, 50 años****Testimonio**

*Esta panadería mi papá la inició. Empezó trabajando en una panadería; con los conocimientos que tenía puso él 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 venía a misa le compraba pan; después juntó más dinero y destruyó 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 cuatro trabajadores incluido yo; después vendimos bien y fuimos creciendo. Mi papá investigó cómo se hacía el pan tradicional de Acámbaro y lo empezamos a elaborar y a vender, y así fue que la empresa llegó a ser lo que hoy es. Ahora contamos con dos matrices donde se fabrica el pan y siete locales donde se vende, incluidas las matrices.*

**Trama**

Apertura de negocio familiar.

**Capital comercial y cultural**

El padre ya tenía el conocimiento acerca de la elaboración de pan, así que tomó la decisión de hacer pan y venderlo, pero comenzó como venta ambulante afuera 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.

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Con la venta ambulante juntó el dinero necesario como para 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).
<b>Capital financiero</b>	Con dedicación y compromiso el negocio se desarrolló hasta convertirse en una empresa con dos matrices en las que se fabrica el pan y siete locales donde sólo se vende.

**Entrevista 281. Pequeña. Elaboración de pan, 30 personas, 31 años**
**Testimonio**

*Mi papá trabajó 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.*

<b>Trama-drama</b>	La liquidación del padre debido a problemas en la panadería donde trabajaba y las necesidades de la familia influyó en la apertura del negocio.
<b>Capital cultural y social</b>	Gracias a los conocimientos que el padre poseía y al apoyo de la familia el negocio pudo comenzar, y con el paso del tiempo logró desarrollarse y crecer (capital cultural y capital social).

**Entrevista 285. Micro. Elaboración de pan, siete personas, 17 años**
**Testimonio**

*Simplemente es una tradición familiar y actualmente la panificadora se encuentra en la tercera generación.*

<b>Trama</b>	Continuar una empresa familiar.
<b>Capital simbólico</b>	La familia lo constituyó simplemente por tradición, ya que ahora lo administra la tercera generación (capital comercial implícito).

**Entrevista 286. Mediana. Fabricación de pan, 55 personas, 25 años**
**Testimonio**

*Es un negocio familiar que empezó con mi papá en Comonfort; después compró terrenos aquí en Celaya y la cambiamos para acá, a Melchor Ocampo, y finalmente compró este terreno en donde está, y pues... problemas que hemos tenido, sólo fiscales por la falta de contabilidad o por malos contadores que hemos tenido y tuvimos que contratar otros.*

<b>Trama</b>	Continúa un negocio familiar en otra ciudad.
<b>Capital social</b>	Ahora es apoyado por sus hijos, que a su vez siguen con el negocio. El entrevistado menciona que en algún momento surgieron problemas de tipo administrativo.

### Entrevista 287. Micro. Panadería, 10 personas, 27 años

#### Testimonio

*Empezó hace como 27 años o más; era de mi papá y nos la dejó a mi hermano y a mí. Por temporadas nos turnamos a atenderla, y ahora yo estoy al mando, y sí hay problemas como en toda familia pero al final de cuentas los dos la sacamos adelante.*

<b>Capital social</b>	El padre emprende el negocio. En la actualidad sus hijos lo manejan. El entrevistado menciona que hay problemas pero se deduce que han sabido salir de ellos quizá porque no han sido muy graves.
<b>Capital cultural</b>	Supone un conocimiento familiar en la actividad. Llama la atención la propiedad rotativa o de responsabilidad turnada (temporal) que tienen los hermanos.

### Entrevista 289. Micro. Alimenticio, seis personas, ocho años

#### Testimonio

*Pues la hizo mi padre porque le gustaba hacer pan y luego nos quedamos al mando del negocio los hijos.*

<b>Trama</b>	Iniciativa por parte del padre para crear la empresa.
<b>Capital social</b>	Actualmente la empresa es dirigida por los hijos.
<b>Capital simbólico</b>	Deja entrever que hay un reconocimiento de la empresa en el mercado, ya sea por la calidad del producto o por el trabajo administrativo de la empresa hay un desarrollo productivo del negocio.

### Entrevista 290. Pequeña. Fabricación de pan, 11 personas, 20 años

#### Testimonio

*Ésta 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, además estamos acostumbrados a este negocio por eso no hay muchos problemas muy relevantes que contar, sólo los típicos, de que falte algún trabajador o que solicitemos alguno y no se consiga.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	Continuar con una empresa familiar.
<b>Capital comercial</b>	Las empresas ya están posicionadas en varios municipios.
<b>Capital simbólico</b>	Se convirtió en una empresa tradicional familiar por lo que se deduce que tiene buenas ventas.
<b>Capital cultural</b>	Se infiere que el proceso de elaboración del pan fue heredado o enseñado a las siguientes generaciones para continuar con el negocio en el ramo alimenticio.

#### **Entrevista 291. Micro. Panadería, cuatro personas, tres años**

##### **Testimonio**

*Es muy breve, ya que mi papá fue panadero toda su vida. Yo siempre le ayudaba a hacer el pan y también me llamaba mucho la atención, además me gustaba, tengo otros dos hermanos que tiene cada uno su panificadora. Y los problemas de siempre: el dinero, el local, y que la gente te acepte el producto, eso es lo más difícil que hemos pasado.*

<b>Capital cultural</b>	Colaboró con el padre cuando era pequeño, ya que tenía cierto interés por la elaboración del pan.
<b>Capital social</b>	Apoyo entre los relacionados gracias a los vínculos de parentesco existentes. El problema principal es ganarse un segmento del mercado.

#### **Entrevista 292. Pequeña. Panificadora, 15 personas, 28 años**

##### **Testimonio**

*Inició 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.*

<b>Capital cultural</b>	La empresa empezó con el abuelo, quien tenía el conocimiento.
<b>Capital social</b>	Fue apoyada por las generaciones futuras; llevan 15 años de existencia en el mercado.

#### **Entrevista 294. Micro. Fabricación de pan, nueve personas, 30 años**

##### **Testimonio**

*Yo aprendí 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 trabajo con mis hijos.*

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

#### Entrevista 347. Micro. Panadería, tres personas, seis años

##### Testimonio

*Comenzó trabajando en una panadería y de eso aprendió la profesión, después solicitó un préstamo para crear su propia panadería y así sucedió.*

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

#### Entrevista 350. Micro. Venta de alimentos, cinco personas, cinco años

##### Testimonio

*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.*

<b>Capital social</b>	Esta empresa es iniciada gracias a la vinculación familiar entre dos hermanos con el apoyo de su madre. Sin embargo, como se puede apreciar en la entrevista, al independizarse hubo problemas.
-----------------------	---

#### Entrevista 351. Micro. Venta de pan, cuatro personas, dos años

##### Testimonio

*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 dos meses después. También hice un tipo letrero luminoso, el que está ahí afuera, y así comencé. Yo hice los moldes, las palas para sacar el pan del horno, todo.*

<b>Capital social</b>	En este caso el apoyo del vínculo familiar debió ser muy importante, ya que tuvo que ocupar una parte de la casa para poder empezar el negocio, para lo cual él mismo construyó el horno. Se muestra mucha visión y perseverancia por parte del dueño, ya que tuvo la capacidad para diseñar sus propios instrumentos de trabajo.
-----------------------	---

## PASTELERÍAS/REPOSTERÍA

En la industria pastelera encontramos los siguientes testimonios que analizaremos de manera individual, para después dar una interpretación general.

### Entrevista 77. Pequeña. Postres, 22 personas

#### Testimonio

*Comenzó Don Pastel y se ha ido heredando a las hijas, y algunos nietos, pero ellos no laboran aquí...*

<b>Capital cultural</b>	Esta empresa es un ejemplo de la tradición familiar, donde la creación de los pasteles y postres empezó generaciones atrás. Las hijas y algunos nietos lo manejan, continuando con la tradición. 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.
-------------------------	---

### Entrevista 78. Pequeña. Pastelería, 20 personas, 25 años

#### Testimonio

*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.*

<b>Capital social</b>	Apoyo de la familia para poder vender y darse a conocer (capital simbólico).
<b>Capital comercial</b>	En la distribución se recurrió a conocidos para vender el producto y que ellos lo recomendaran y así irse posicionando en el mercado.
<b>Capital cultural</b>	Existe una división del trabajo donde los miembros de la familia colaboran de acuerdo a lo que saben hacer: los hombres en las cuestiones técnicas, de mantenimiento y distribución, y las mujeres en la creación y el diseño de pasteles.

### Entrevista 185. Micro. Elaboración de pasteles, cuatro personas, dos años

#### Testimonio

*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.*

<b>Trama-drama</b>	La entrevistada comenzó una actividad por gusto, pero ésta se hizo necesaria ante los problemas económicos.
<b>Capital cultural</b>	Aprovechó sus conocimientos para ayudarse económicamente (capital cultural).
<b>Capital social</b>	Una estrategia fue vender los productos en las tienditas (se supone que en ellas no existe el nivel de exigencia de una gran tienda, además cuenta con los consumidores directos). Ello facilitó generar consumidores y clientes así como hacerse de recursos para capitalizarse económicamente.

### Entrevista 220. Micro. Pastelería, tres personas, 15 años

#### Testimonio

*Mi mamá hacía pasteles de cumpleaños para la familia y de ahí surgió la idea. Al principio se hacían esporádicamente y se vio la necesidad de hacerlos constantemente.*

<b>Trama-drama</b>	Al principio la actividad se realizaba por gusto (en cada cumpleaños) esporádicamente; pero por problemas económicos se convirtió en una actividad económica.
<b>Capital cultural</b>	Se requirió de ciertos conocimientos para la elaboración de los pasteles.

### Entrevista 169. Micro. Empanadas, ocho personas, siete años

#### Testimonio

*Comencé vendiendo empanadas en la calle, pero después pensé que si rentaba un lugar podría brindar una mejor atención a los clientes, así que renté un lugar, compré un horno más moderno y contraté personal. Con el tiempo comencé a tener una mayor variedad y a venderle a tiendas y a personas particulares.*

<b>Trama</b>	El entrevistado comienza vendiendo en la calle.
<b>Capital simbólico</b>	Da a conocer el producto entre la gente, le permite que los clientes lo vayan reconociendo. Después renta un lugar, pensando en brindar un mejor servicio y variedad de productos.
<b>Capital tecnológico y comercial</b>	Contrata más ayudantes, adquiere un equipo más moderno y mejora el producto, lo cual le permite tener una clientela fija en el mercado.

<b>Entrevista 299. Micro. Pastelería, una persona, cuatro meses</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Todo inició como una idea que mi hijo menor me dio al decirme que hacía unos pasteles muy sabrosos; que debería venderlos. Lo platicué 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.</i>	
<b>Trama</b>	El negocio nace por la potencialidad del capital simbólico que puede tener el producto (pasteles muy sabrosos).
<b>Capital social</b>	El negocio tuvo apoyo y espíritu emprendedor por parte de su familia. La casa es el lugar donde hacen dos actividades simultáneas: las faenas de la casa e iniciar un negocio, además de que le permite venderlos entre sus vecinos, clientes potenciales.
<b>Capital cultural</b>	La entrevistada ya contaba con conocimientos en repostería con anterioridad.

<b>Entrevista 300. Pequeña. Elaboración de pasteles, 15 personas, 10 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empezamos elaborando pasteles en casa sólo para nuestros familiares y en ocasiones muy especiales y después decidimos abrir una pastelería en un cuartito que teníamos y desocupamos. Empezamos a elaborar nuestro producto y nos fuimos dando a conocer por la calidad.</i>	
<b>Trama</b>	Empezaron con el reconocimiento de sus familiares hacia el producto, donde la calidad desempeñó un papel muy importante para el negocio familiar.
<b>Capital simbólico</b>	El consumidor básicamente es el responsable de este reconocimiento, ya que sin su apoyo no existiría.
<b>Capital social</b>	Se deduce un grado de emprendedurismo por parte de los dueños, teniendo como base el reconocimiento de su producto, apoyados por sus familiares.

<b>Entrevista 301. Micro. Industrial, cuatro personas, 14 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empezamos porque decidimos venirnos aquí, o sea no somos de Uriangato, pero mi esposa nos cambiamos, su familia es de aquí, y entonces ella dijo que "México no" vámonos para, mmm... ya sea para Celaya o para aquí Uriangato, y me ganó. Yo vi que no tenía caso, pues no sé, o no le vi caso, y ahí empezamos a ver qué hacíamos. Empezamos a vender loza y todo eso macetas, y como una hermana de ella hacía pasteles mi mujer también quería hacer pasteles y empezamos a hacer pasteles los domingos, que no se vendía pan aquí, pues para mí era bien y entonces empezamos a hacer los domingos y a vender y a tener ganancias y empezamos, así nomás.</i>	

<b>Trama</b>	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.
<b>Capital cultural</b>	Gracias a los conocimientos en repostería que un familiar compartió (hermana) iniciaron el negocio.

### Entrevista 302. Pequeña. Producción de pasteles, 33 personas, 10 años

#### Testimonio

*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 uno, lo mandaban a hacer con ella...*

<b>Capital social</b>	Lo más importante fue el apoyo de la gente (vecinos) que eran los principales consumidores de los pasteles.
<b>Capital cultural</b>	La empresaria ya contaba con suficientes conocimientos en repostería, señala la persona encargada del mantenimiento de la casa.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	La empresa surge por el reconocimiento del público, consecuencia de la calidad del producto o por algunas otras características del mismo, lo que fue posicionándolo en el mercado.

### Entrevista 303. Micro. Pastelería, cuatro personas, cinco años

#### Testimonio

*Como es una empresa familiar mi esposo inició con una tienda pequeña y a mí se me ocurrió la idea de iniciar con una pastelería y prácticamente esto fue muy familiar y pues nos hemos mantenido. cuando se tiene cariño por algo es importante que te desarrolles.*

<b>Trama</b>	Inicia como un negocio paralelo.
<b>Capital social</b>	La esposa emprende la organización basada en el vínculo familiar, ya que existió un gran apoyo. Señala también una orientación simbólica importante al interior de la actividad (el cariño por la empresa), lo que evidencia un proceso de participación y apropiación de sentido.

### Entrevista 304. Pequeña. Pastelería, 16 personas, cuatro años

#### Testimonio

*Empecé haciendo los pasteles en mi casa por hobby y porque me gustaba cocinar y por todo eso. Ya después lo vi más que nada como un negocio y empecé a juntar un dinero para poder empezar*

(continúa)

(continuación)

*a hacer algo más grande. Compré mis batidoras industriales poco a poco. Ya después me hice de un localito y es de la manera que más o menos he ido avanzando. A la gente le gustan los pasteles y es como he estado, ora sí que ampliándome, porque ahorita pues ya tenemos tres negocios más.*

<b>Trama</b>	Inicia el negocio por <i>hobby</i> (es decir, sin ningún interés económico), pero en el momento en que empieza a ser aceptado en el mercado lo ve ya como negocio. Aunque en un inicio no contaba con dinero suficiente para la creación de un negocio, con base en el ahorro logró poner una pastelería.
<b>Capital tecnológico</b>	Poco a poco fueron comprando lo necesario para la elaboración y venta de pasteles, como son las batidoras industriales y un local.

### Entrevista 305. Pequeña. Pastelería, 50 personas, 20 años

#### Testimonio

*Este negocio es familiar y mi madre lo comenzó ella misma, sí, haciendo los pasteles, decorando mmm... todo por ella. Así fuimos creciendo. Los problemas, pues el capital porque mi madre mmm... no lo tenía y un hermano de ella, tío mío, le prestó el dinero para poner un localito chiquito.*

<b>Trama</b>	La madre tuvo la idea y aunque en un inicio no contaba con dinero suficiente, esto no fue impedimento para avanzar, ya que a fin de cuentas su hermano le prestó para obtener un local.
<b>Capital cultural</b>	Este capital lo posee la madre, ya que ella es quien tiene los conocimientos.
<b>Capital social</b>	En este caso el apoyo familiar fue de suma importancia, ya que la madre, aunque no contaba con dinero suficiente para comenzar con el negocio, recibió la aportación del hermano, que ayudó a que se pudiera obtener un local.

### Entrevista 306. Pequeña. Repostería, 15 personas, 13 años

#### Testimonio

*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.*

<b>Trama</b>	Se tenía una buena visión de negocios, pues no se quedaron satisfechos con un solo local sino que buscaron ampliar sus horizontes y con esto crecer. Ahora cuentan con tres sucursales.
--------------	---

**Entrevista 308. Micro. Pastelería, cinco personas, 20 años****Testimonio**

*Primero inició mi mamá, y mi abuela fue la que la enseñó; mi mamá es la que hace ahorita todos los pasteles.*

**Capital cultural**

Contaban con conocimientos acerca de la elaboración de pasteles, aportados por la abuela. Esto ayudó a que fuera más fácil el aprendizaje de la madre.

**Entrevista 309. Pequeña. Repostería, 14 personas****Testimonio**

*Esto fue comenzado por buscar la forma de conseguir otra entrada de dinero; a mi mamá se le ocurrió (sic) 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.*

**Trama**

El negocio se inicia por la necesidad económica que tenía la familia. La idea es de la madre y gracias al apoyo de toda la familia se logró abrir un negocio (repostería).

**Capital social**

Se cuenta con el apoyo familiar, ya que gracias a esto lograron la creación de una repostería.

**Entrevista 310. Pequeña. Pastelería, 15 personas, tres años****Testimonio**

*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. Mi familia y yo decidimos emigrar a la provincia con la marca, el producto e ilusión. Son problemas que se presentan cotidianamente, se que se van solucionando vamos.*

**Trama**

En este caso se refleja la importancia de un estudio de mercado. Conocer los gustos de la gente y estudiar la zona donde se va a instalar la empresa son factores indispensables, ya que no bastó con tener la marca, el producto y la ilusión.

**Capital social**

En este caso se contaba con el apoyo de la familia.

<b>Entrevista 311. Micro. Panificadora y pastelería, cinco personas, 15 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Siempre me gustó hacer esto y un día dije por qué no y puse una pastelería y me fue bien y así seguí.</i>	
<b>Capital cultural</b>	Se deduce que la persona que comenzó con el negocio ya tenía conocimientos acerca de la elaboración del producto que vendería. Debido a ello abrió su propio negocio.

<b>Entrevista 312. Micro. Venta de pan, cuatro personas, dos años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Mira en ese tiempo aquí en el lugar no había ninguna pastelería establecida. Había personas que vendían pasteles pero en casa, sólo se sabía: no, que los Martínez hacen pasteles, que los Moreno, pero no se conocían pastelerías; en ese tiempo yo vendí una casa en Cortázar. Me dieron 84,000 pesos por ella. Ese dinero yo quería invertirlo en algo. Mi papá era panadero en San Miguel, pero trabajaba para otra persona, entonces platicué con él y vimos la oportunidad que teníamos al poner una pastelería y decidí ponerla. Él se vino a vivir para acá, se comprometió a enseñarnos a mi señora y a mí; empezamos los tres pero con el tiempo fuimos necesitando ayuda, y así fue como comenzamos el negocio.</i>	
<b>Capital financiero</b>	En consecuencia de la venta de una propiedad, se contó con dinero suficiente para invertir en un negocio como lo fue la pastelería.
<b>Capital cultural</b>	Gracias a los conocimientos que tenía el padre, que anteriormente había sido panadero, fue fácil comenzar con el negocio, ya que enseñó a su hijo y a su esposa.
<b>Capital social</b>	Se refleja el apoyo familiar que llevó a la creación del negocio.

<b>Entrevista 313. Micro. Pastelería, 10 personas</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>La historia no me la sé, pero sé que empezaron unos hermanos y así de generación en generación fueron haciendo pasteles.</i>	
<b>Capital cultural</b>	Esta empresa es generacional, lo que indica que se contaba con antecedentes acerca de la elaboración de pasteles.
<b>Capital social</b>	Apoyo entre hermanos, que se da en diferentes generaciones.

**Entrevista 307. Micro. Pastelería, dos personas, seis años****Testimonio**

*Cuando llegamos de primero fue, para meter las cosas (sic), primeramente era porque los vecinos no dejaban, no quitaban sus carros para poder meterlas, batallamos como medio año para agarrar clientes, pues es lo más que nos ha pasado y de ahí para adelante pues.*

**Trama**

Inicia negocio propio. Los principales conflictos fueron con los vecinos, ya que en lugar de ayudar, como en otros casos, perjudicaron, pues su falta de apoyo llevó a que el negocio tardara en fructificar. Es la única problemática que se refleja en esta entrevista. Carece de capital social con los vecinos.

**Panaderías y pastelerías-reposterías (síntesis)**

Aproximadamente 60% de las panaderías y pastelerías son micros; 38.20% son pequeñas empresas y 2.24% son medianas. La mayoría de las panaderías y pastelerías son empresas de relación familiar (77.52%), donde 21.34% tienen un solo dueño, mientras que 1.12% son empresas de varios socios.

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. Por lo general, son empresas que se van desarrollando de generación en generación, como hemos visto, y el padre de familia es quien educó a sus hijos en este oficio. Mientras que en la pastelería quien conoce la actividad es la madre, la tía o la abuela. Hay pastelerías que surgieron de *hobby* o por la necesidad de un ingreso complementario para una familia y después se convirtieron en negocios.

Básicamente, para establecerse como negocio, las panaderías requieren un horno, un local, una mesa para trabajar, de manera elemental, y batidoras u hornos con más tecnología que los tradicionales.

La media de edad de estas empresas en Celaya es de 10 a 15 años, aunque existen panaderías de 100 años (tres empresas). La moda también es de 10 a 15 años con 21 casos.

**TABLA 3.5** Capital social en las 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 la confianza de los clientes	0	1	0	1
Apoyo de conocidos	2	1	0	3
Herencia familiar	15	2	0	17
N/C	9	14	1	24
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>89</b>

Encontramos que en 41.57% de las panaderías hay colaboración de la familia como capital social. En segundo lugar, la herencia de un negocio se presenta como capital social en 19.10% de los casos. En cuanto a las empresas de relación familiar, la colaboración de la familia se observa en 52.17% de las panaderías y reposterías; asimismo, 10.14% son apoyadas económicamente por la familia (incluimos la inversión de un familiar migrante), y 21.73% son heredadas. Esta es la lógica de cooperación para emprenderlas en el gremio.

**TABLA 3.6** 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 raquítica	2	0	0	2
N/C	24	7	1	32
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>89</b>

En cuanto al capital cultural, 56.17% tiene conocimiento y habilidades como capital cultural, generalmente con experiencia en la actividad. Recordemos que muchos de los panaderos vienen de familias panaderas y se capacitaron en esa actividad. En 4.50% de los casos se experimenta en la actividad, mientras que en 2.24% se trata de personas con experiencia raquítica. El conocimiento de la actividad hace al interno de ella indispensable el papel que juega: el hombre, que tiene el conocimiento de la panadería, o la mujer, que tiene el conocimiento de la pastelería, en la división de trabajo técnico, y cómo 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.

**TABLA 3.7** Capital simbólico en las panaderías y pastelerías.

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
N/C	52	10	1	63
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>89</b>

La construcción del capital simbólico se encuentra en 29.21% de las panaderías y pastelerías. El prestigio por la calidad del producto se evidencia en 10.11% de las empresas; el proceso de

posicionamiento en el mercado en 6.74%; la actitud y disposición al trabajo en 5.61%; el gusto del cliente por el producto en 4.49%; y el reconocimiento del producto en 2.24%.

**TABLA 3.8** 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
Ganar la confianza de los clientes	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
N/C	56	16	1	73
Total	70	18	1	89

El capital comercial opera en 18% de las panaderías y pastelerías. Dentro del capital comercial, el posicionamiento por permanencia en el mercado representa 9%; el trabajo por ganar confianza con los clientes (vecinos) simboliza 3.37%; la recomendación, servicios afines y diversificación del producto, y las oportunidades por temporada y consulta al cliente e innovación en las formas de venta representan 1.12%.

## TORTILLERÍAS

La tortilla es uno de los alimentos principales de los mexicanos. Las tortillerías se dividen en tres tipos: las más numerosas son las tortillerías de maíz, que son las más comunes en Celaya, y que presentan un proceso semindustrializado y generalmente tienen una maquinaria muy elemental; les siguen en número las tortillerías de harina de trigo, cuya tradición es del norte, pero que ha ganado presencia en esta zona; al final se encuentran las llamadas tortillas de mano, en las que hay un mínimo de tecnología pero que siguen siendo demandadas por su sabor. Celaya es la segunda industria manufacturera con mayores unidades económicas de acuerdo a INEGI (2005) indicando la existencia de 221 establecimientos dedicados a la elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal.

### Entrevista 96. Pequeña. Producción de masa y tortilla, 21 personas, 15 años

#### Testimonio

*Esta empresa tiene ya 15 años, pues problemas no tiene, más bien ha sido más o menos estable, lo que se hace es trabajar, pararse temprano y acostarse tarde, algo de trabajo nada más, pero así problemas, ahorita últimamente la problemática que se está presentando es la competencia, y esa todavía no la resuelvo.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Tienen 15 años de experiencia.
<b>Capital social</b>	Tienen tiempo en el mercado y trabajan mucho para mantener la preferencia.
<b>Capital simbólico</b>	La actitud y la disposición valorativa ante la adversidad.

### Entrevista 375. Micro. Alimentos, tres personas, seis meses

#### Testimonio

*Mis papás tenían una tortillería de maíz. Les ayudaba y ahí aprendí, pero no me gustaba eso, o no quería vivir sólo de eso. Así que me puse a estudiar y cuando estaba en séptimo semestre de ingeniería me casé y tuve que empezar a trabajar. Entré a una empresa en la que trabajé 20 años, pero después me dieron cuello. Y para que lo de la liquidación no se perdiera compré un terreno, construí estos tres locales y los rento. Y en una de esas me lo rentó una señora que quiso empezar a hacer tortillas de harina, pero ella se quejaba mucho de la máquina, de las ventas y me dijo que mejor iba a cerrar y yo le dije que se la compraba. Pedí un préstamo a la caja y se la compré. Cuando empecé con los conocimientos que adquirí cuando trabajaba pude darme cuenta que la señora sólo trabajaba con el 40% de la máquina, y yo le hice unas modificaciones y pos ahora trabaja mejor la máquina y me saca la producción diaria.*

<b>Trama</b>	En la historia de los negocios se entretajan, en el gran entramado social, la trama y el drama de las personas.
<b>Capital cultural</b>	Adquirió su tortillería y pudo mejorar el rendimiento gracias al conocimiento que ya tenía del negocio, ya que de niña sus padres tenían un negocio similar y fueron ellos quienes le enseñaron. Actualmente, aunque renta locales, el conocimiento que le dieron sus padres la ha ayudado a sacar adelante su tortillería.

### Entrevista 376. Micro. Tortillería de harina, seis personas, cuatro años

#### Testimonio

*Los problemas principales fueron sobre todo cuando empezamos. El hecho de que aquí por ejemplo, el producto que nosotros elaboramos es de Sonora, es sonorenses, entonces, el problema era que aquí la gente no sabe hacerlas. Pero afortunadamente encontré muchachas que se capacitaron, bueno, las capacité yo, y a la fecha tengo bastantes que me han echado la mano y me han ayudado y la gente sí ha tenido disponibilidad.*

<b>Trama</b>	El negocio se genera a partir del tratamiento específico que se le da a un producto regional: la tortilla sonorenses.
--------------	---

<b>Capital cultural</b>	Se apoyó en sus empleadas, a quienes capacitó.
<b>Capital social</b>	El personal ha ayudado; las trabajadoras han colaborado adecuadamente, mostrando disposición para “echarle la mano” (sin verse forzadas).
<b>Capital simbólico</b>	Si bien se conoce la tortilla en general en Celaya, se requiere saber hacer la tortilla sonorenses (capital simbólico en el mercado).

### Entrevista 395. Micro. Tortillería, cinco personas, 2.5 años

#### Testimonio

*Hemos estado avanzando poco a poco, primero rentábamos un local y ahora tenemos éste. No tuve problemas.*

#### Trama

En este caso también se está hablando de varias personas que se apoyaron para poder sacar adelante su negocio, ya sea con la renta de locales o del nuevo negocio que empezaron y que lo han sabido administrar puesto que dicen que no han tenido ningún problema o al menos ninguno que les pueda costar mucho trabajo solucionar.

### Entrevista 380. Micro. Tortillería de harina, dos personas, 3.5 años

#### Testimonio

*Cuando me casé me tuve que ir con mi marido a la frontera porque mi marido es de allá y en la frontera se come mucho la tortilla de harina, y mi marido quería que le hiciera tortillas de harina y yo no sabía. Así que mi suegra y mis cuñadas me enseñaron a hacerlas, entonces mi marido consiguió un trabajo mejor en Celaya, nos regresamos para acá y para ayudarlo a mi marido en los gastos de la casa me puse a vender tortillas de harina hechas a mano. Después de rato, la empresa en que trabajaba mi marido lo despidió y lo liquidaron, y para que no se perdiera, lo invertimos en este negocio y fue así como nació esto.*

#### Trama

La esposa decide apoyar económicamente a su marido y comienza su pequeño negocio.

#### Capital cultural

La capacitación la recibió de su familia política (suegra y cuñadas). Se genera una transferencia de capitales a una empresa de relación familiar.

#### Capital social

Cuando su marido es despedido decide apoyar económicamente el negocio de su esposa con el dinero de su liquidación. La tortilla de harina de trigo se come mucho en la región del norte, mientras que en el Bajío se come la tortilla de maíz (consumos culturales).

#### Capital simbólico

Este matrimonio inició su negocio por la necesidad de la esposa de satisfacer el gusto de su marido por las tortillas de harina. Su suegra y cuñadas la apoyaron, ya que fueron ellas quienes le enseñaron cómo hacerlas.

**Entrevista 381. Micro. Tortillería, tres personas, dos años**
**Testimonio**

*Mis papás tenían una tortillería más antes entons (entonces) yo les ayudaba. Con el tiempo me casé con mi viejo y pues él me animó a que mientras él ahorra un dinerillo en el norte, pues yo vendiera cena y pues cosillas para poder abrir nuestra propia tortillería. Ahorita ya esta aquí la tortillería, pero fíjese que todavía tenemos deudillas por aquí y por allá.*

<b>Trama</b>	La esposa es quien conoce el negocio, ya que sus papás le enseñaron cuando era soltera (capital cultural).
--------------	--

<b>Capital social</b>	Su esposo la anima a vender comida mientras él emigra para trabajar y ahorrar dinero con la intención de abrir una tortillería. Claramente vemos el apoyo familiar.
-----------------------	---

**Entrevista 390. Micro. Alimenticio, cinco personas, siete años**
**Testimonio**

*La empresa surgió con la idea de que estamos en una comunidad rural y no, no teníamos este tipo de servicios, que es la producción de tortillas. Surgió por la idea de dar un mejor servicio a la comunidad que no existía, y aparte del servicio, hacer la generación de empleos y traer un poco el progreso a esta comunidad, hasta donde estuviera a nuestro alcance. Esa fue la idea principal. Problemas sí tuvimos, muchos porque no teníamos el conocimiento necesario ni el equipo. Comenzamos con una máquina vieja, que nos generaba bastantes problemas en la producción y en lo que se refiere a conocimiento, pues nada más sabíamos que la tortilla se comía, porque no teníamos en absoluto nada de conocimiento y cuando comenzamos todavía no se empezaba a generar el desarrollo aquí en esta comunidad; entonces no contábamos con asesores técnicos, mecánicos, no contábamos con información entonces. Por lo mismo de que era una máquina usada su funcionamiento no era el más eficiente. Entonces lo que hicimos fue primero hacer una investigación acerca del personal necesario para darle mantenimiento. Una vez que lo encontramos lo traje y empezamos a diagnosticar el estado actual de los equipos. Enseguida compramos refacciones y dimos mantenimiento.*

<b>Trama</b>	Inició la tortillería en una comunidad rural con recursos muy limitados y con cierta idea de “traer progreso” (aunque no explica cómo, se interpreta que al dar el mejor servicio). Alrededor de ello hay toda una idea del contexto con referencia al negocio.
--------------	---

<b>Capital comercial</b>	Ya existía desde el primer momento que empezaron el negocio, ya que se trata de una pequeña comunidad donde las personas requerían el servicio y no se necesitaba mucha publicidad.
--------------------------	---

<b>Capital tecnológico</b>	Se adquirió una maquinaria usada (capital tecnológico reciclado), pero se carecía del capital cultural y tecnológico en cuanto a que no tenían conocimiento de la maquinaria, mantenimiento de refacciones, su uso, etcétera. Se buscó apoyo técnico externo para diagnosticar y corregir las fallas mecánicas.
----------------------------	---

<b>Capital social</b>	En este negocio podemos constatar lo difícil que es comenzar un negocio y hacer que éste prospere. Lo que podemos notar, a grandes rasgos, es que la idea surge de alguien que se dio cuenta que hacía falta algo en esa localidad. Además de que veían que esa era una buena idea para generar ingresos también pensaron en la comunidad (capital social), en generar empleos para contribuir de alguna manera a su desarrollo. Buscaron apoyo de asesores técnicos para solucionar el problema de la máquina. Ya que tenían los técnicos para poder tener una mayor producción le dieron mantenimiento a la maquinaria y con ello aumentaron la producción (mejoraron la capacidad instalada).
-----------------------	--

### Entrevista 387. Micro. Tortillería de harina, cuatro personas, cuatro años

#### Testimonio

*Este negocio no estaba planeado. Yo trabajaba en la empresa Bimbo; trabajé durante 10 años, pero hubo un recorte de personal y con lo que me dieron de mi liquidación con eso fue con lo que puse este localito, y lo puse también porque yo en Bimbo trabajaba en el área de tortillería y también fue por eso que me decidí a poner este local, y gracias a Dios hemos estado avanzando poco a poquito.*

#### Trama

Trabajó en la empresa Bimbo durante 10 años, pero en un recorte de personal fue despedido.

#### Capital cultural

Ya con los conocimientos adquiridos establece una tortillería de harina, de la cual se ha logrado mantener y, como él lo dice, poco a poco ha logrado avanzar.

### Entrevista 388. Micro. Tortillería, tres personas, 12 años

#### Testimonio

*Cuando empezó la colonia no, o sea problemas de que vaya acientando la tortillería (sic).*

#### Trama

Con este testimonio sólo se puede inferir que el único problema que tuvieron fue posicionar la tortillería.

### Entrevista 389. Micro. Tortillería, cuatro personas, cinco años

#### Testimonio

*Yo antes no tenía que trabajar pues tenía a mi esposo, pero ya sabes empiezan los problemas y uno se tiene que separar, entonces yo pelié (sic), una pensión y pos no sabía qué hacer, no me alcanzaba y pues empecé a ahorrar de poquito en poquito y decidí comprar una máquina. Mi apá me dio un poco de ayuda y así empecé. Mis hijas me ayudaban a atender y entre mi apá y yo; después se me empezó a vender y mi viejito pos ya está grande, así que decidí contratar a un muchacho.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	Divorcio e inicio de un negocio.
<b>Capital financiero</b>	Pelear una pensión para sus hijas, necesidad de ahorro y el apoyo de su papá para establecer su negocio.
<b>Capital social</b>	En muchas ocasiones para iniciar un negocio es muy necesario el apoyo de los familiares, como en este caso, donde gracias al apoyo que recibió la señora de su papá logró comprar una máquina. Después, cuando el padre envejece, contrata a un muchacho para que le ayude y así ha logrado mantener un negocio que inicia después de algunos problemas en su vida personal y con la necesidad de sacar adelante a sus hijas.

### Entrevista 392. Micro. Tortillería, tres personas

#### Testimonio

*Ya tenía pensado poner mi negocio, pero no me podía ponerlo porque estaba otro; un problema fue la luz trifásica; lo solucioné a base de mordida.*

<b>Trama</b>	Una complicación o problema que se le presentó y que es muy común es la competencia. El problema de la luz eléctrica, lo solucionó con corrupción para poder seguir adelante.
--------------	---

### Entrevista 393. Micro. Tortillería, cuatro personas, 10 años

#### Testimonio

*Problemas ahorita no hemos tenido gracias a Dios. Pues con un capitalito compramos primero una máquina de tortillas y así sucesivamente fuimos comprando lo demás.*

<b>Capital económico</b>	También habla de un capital económico (ahorrado) el cual se invirtió en la compra de una máquina para poder generar ingresos a largo plazo y con eso poder invertirlo en más máquinas y así tener en forma el negocio.
<b>Capital social</b>	Podemos suponer que al hablar en plural, hace referencia a la familia; si es así se le puede llamar capital social.

### Entrevista 394. Micro. Tortillería, seis personas, cinco años

#### Testimonio

*Nosotros vivimos aquí arriba y siempre hemos tenido el local y antes era una caseta telefónica y ya después no nos funcionó y pusimos una copiadora, varias copiadoras, pero pues como que*

*tampoco nos fue bien, y un día a mi marido le ofrecieron unas máquinas para hacer las tortillas y pensamos que por qué no intentarlo, así que vendimos las copiadoras para tener dinero y nos compramos unas máquinas; de hecho ahora ya no son las mismas, porque se han descompuesto y daban muchos problemas y teníamos la oportunidad de cambiarlas y así le hicimos, y ahora hemos agarrado nuestros clientes y nos vienen a comprar y nos ha ido muy bien gracias a Dios.*

<b>Capital financiero</b>	Para obtener capital tuvieron que vender algunas de las máquinas copiadoras y el dinero que recaudaron lo invirtieron en una máquina para hacer tortillas y empezar el negocio. Gracias a los ingresos y buena administración que han hecho desde el principio del negocio tuvieron la capacidad económica para renovar la máquina.
<b>Capital social</b>	Este caso es un notable ejemplo del trabajo de la familia y de la voluntad de ser emprendedores. Otra cosa que debemos resaltar es la gran variedad de esfuerzos que fueron casos fallidos: una caseta telefónica, una copiadora (o varias copiadoras), hasta experimentar con la tortillería.
<b>Capital simbólico</b>	Se hicieron de una buena clientela.

#### **Entrevista 398. Micro. Tortillería, siete personas, 25 años**

##### **Testimonio**

*Yo tengo como cuatro años aquí, porque nosotros tenemos más negocios en Jalisco y el que comenzó fue un primo y él me dijo que estaba bien este trabajo, porque pues está uno en su casa, comes a tus horas y aquí todo es de contado lo poquito que se dé es de diario. La primera que tuvimos se llamaba tortillería El Rosario.*

<b>Capital cultural</b>	El negocio empezó a partir de la idea de un primo, que se dio cuenta de que es muy buen negocio así que se decidió a emprenderlo, sobre todo por la comodidad de tener un negocio en casa y obtener dinero día a día.
-------------------------	---

#### **Entrevista 399. Micro. Tortillería, siete personas, 18 años**

##### **Testimonio**

*La tortillería era de mis padres y ahí siguen funcionando y problemas con los hermanos, ya ves te dejan la tortillería y los hermanos se pelean que ésta es mía, pues un problema; se solucionó platicando las cosas y se llegó a un trato de que, no sé, al mes las ventas del mes se repartieron entre los hermanos que somos.*

<b>Trama</b>	Continuar con un negocio familiar que fue heredado.
<b>Capital social</b>	El apoyo familiar. En un momento tuvieron problemas, pero supieron ponerse de acuerdo con las ganancias de la tortillería.

**Entrevista 400. Micro. Tortillería, cinco personas, nueve años**
**Testimonio:**

*A grandes rasgos; la empresa la comenzó mi papá José Sánchez por ahí del 93, aquí en Apaseo el Alto. Primero sólo era un local que mi papá rentaba frente al jardín. El negocio lo empezó con 1000 pesos de los de entonces que había pedido prestados, ya después le fue bien y compró aquí en Madero 324. Cuando él murió se la quedó mi hermano Ramiro, pero no la supo manejar y me la cedió a mi (Jaime Sánchez) y desde entonces yo me hago cargo de ella.*

*El problema más fuerte fue cuando se quemó el local y las máquinas, en el 2003, y como mi hermano la había dejado endeudada nos costó que pedir prestado a la caja Alianza, y decirle a los acreedores que nos esperaran para pagarles lo que se les debía. Afortunadamente aceptaron y pues ya está la tortillería saliendo aunque todavía se debe dinero, pero estamos saliendo adelante.*

<b>Trama</b>	Continuar con una empresa familiar. El primer problema fue un incendio.
<b>Capital financiero</b>	Cuando se incendió el negocio, estaban pagando un préstamo, por lo que llegaron a un acuerdo con los acreedores.
<b>Capital social</b>	El negocio fue heredado a alguno de los hijos. En este caso se muestra la solidaridad que se genera entre las personas.

**Entrevista 401. Micro. Fabricación y distribución de tortillería, tres personas, cinco años**
**Testimonio**

*Una vez vi que vendían una máquina bien barata, así que me dije ¿y por qué no? así que la compré. Mi tía tenía un localito que no utilizaba así que me lo rentó a muy buen precio, y comencé, pero a los dos meses de comenzar la pin... máquina se me descompuso, y las piezas son bien difíciles de conseguir. Compré piezas que no eran porque el que me las vendió dijo que las iba a necesitar, pero luego encontré a alguien de confianza y hasta ahora él me ayuda con los problemas de la máquina. Una vez se metieron a robar y se quisieron llevar la máquina, pero la madre esa pesa un buen y no pudieron, así que los ojetes sólo la rayaron con sus (desgraciados) rafiquis (grafiti).*

<b>Trama</b>	Inicia el negocio con un costo de oportunidad en la compra de la maquinaria.
<b>Capital social</b>	La tía le renta barato el local y el entrevistado consigue a alguien de confianza para arreglar la máquina. La confianza jugó un papel importante en la realización de este negocio.

**Entrevista 402. Micro. Tortillería, seis personas, seis años**
**Testimonio**

*Empezamos con una máquina usada y un local pequeño, pero después el negocio se pagó y nos está yendo muy bien.*

<b>Capital social</b>	Para impulsar el negocio se requirió de una máquina usada, un local pequeño (barato) y se necesitó la ayuda de la familia. Para iniciar un negocio las personas de bajos recursos buscan oportunidades con costos bajos y buscan conjuntar esfuerzos con la familia.
-----------------------	--

#### Entrevista 403. Micro. Tortillería, tres personas, un año

##### Testimonio

*Cuando empezamos con todo el relajo de los papeles, pero poco a poco que fue transcurriendo el tiempo fuimos solucionando los papeles, al juntarlos, al llevarlos a tiempo a sus lugares y los trabajadores en segundo [término], porque el problema era que no encontrábamos quién nos ayudara, pero con el tiempo y con la paciencia fuimos encontrando personas que nos echaran la mano y así salimos adelante.*

<b>Capital social y capital cultural</b>	Se muestra la perseverancia de las personas ante las distintas gestiones necesarias para abrir un negocio. El apoyo tiene que ver en cuanto a la asesoría (capital cultural) y apoyo en esfuerzo-trabajo (capital social).
--	--

#### Entrevista 404. Micro. Tortillería, cinco personas, 12 años

##### Testimonio

*Esta colonia es muy grande y no había tortillería y abrí una. No tuve ningún problema grave.*

<b>Capital comercial</b>	Cuando esta persona tiene la necesidad de comprar tortillas ve que su colonia, siendo tan grande, no tiene una sola tortillería, así que tiene la visión para establecer una que pueda satisfacer las necesidades de los colonos (capital comercial).
--------------------------	---

#### Entrevista 405. Micro. Tortillería, una persona, 16 años

##### Testimonio

*Es familiar, de descendencia.*

<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar que ha sido manejada por distintas generaciones de familiares en sus 16 años de existencia.
-----------------------	---

#### Entrevista 406. Micro. Tortillería, 10 personas, 20 años

##### Testimonio

*Nosotros compramos la tortillería; era una empresita pequeña. Ahora hemos crecido notablemente y contamos ya con 5 tortillerías establecidas estratégicamente en el municipio.*

(continúa)

(continuación)

<b>Capital cultural</b>	Se supone que se ha ampliado el conocimiento de ese negocio, ya que nos señala que “estratégicamente” se ubican en los mercados que atiende.
<b>Capital social</b>	La familia continúa con un negocio que era pequeño.

#### Entrevista 407. Micro. Tortillería, seis personas, cinco años

##### Testimonio

*El negocio se formó cuando el gobierno creó un programa de ayuda en las comunidades, que era para ayudarnos con dinero, de forma en que trabajáramos en lo que nosotros sabíamos hacer, y como todas nosotras sabíamos hacer tortillas de casa, pues hicimos una tortillería.*

<b>Capital financiero</b>	El negocio comienza con un apoyo del gobierno. <sup>4</sup>
<b>Capital cultural</b>	Ya tenía los conocimientos sobre el producto que iba a vender, por lo cual supo cómo hacer, en conjunto con otras personas, la estrategia para salir adelante. Se trata de un logro del trabajo en equipo.
<b>Capital social</b>	Al parecer es una especie de cooperativa <sup>5</sup> de mujeres (como una forma de capital social).

#### Entrevista 408. Micro. Tortillería, tres personas, 13 años

##### Testimonio

*Surgió la necesidad de poner un negocio y como yo trabajaba en una empresa donde más o menos sabía cómo era este negocio, pues mi papá eligió éste, y era de toda la familia. Ahora ya es mío. Tuvo problemas cuando empezamos que a veces se vendía y luego no salían las ventas, y no se sabía qué se hacía el dinero, no nos podíamos organizar bien por lo mismo que era pura familia. Se encargó uno de mis hermanos, pero no la supo administrar bien. Hasta que me quedé yo ya la administré bien, porque me encargué de traer todo lo que se necesitaba.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio familiar. Muestra que un negocio familiar no es exitoso de manera automática, sino que se requiere de organización, claridad en las reglas, compromiso y control (porque no se sabía qué se hacía con el dinero). Esta experiencia muestra la transición de una empresa de relación familiar a una empresa de relación familiar con un solo responsable. Éste estaba dispuesto a trabajar y tenía el conocimiento; quizá esa fue la diferencia con la gestión de su hermano.
--------------	--

<sup>4</sup> Este tipo de programas ha beneficiado a las personas de comunidades rurales. Se crean con el objetivo de evitar que la gente trabajadora emigre a otras localidades o países.

<sup>5</sup> Curiosamente, las cooperativas fueron desmanteladas en México desde el gobierno de Salinas de Gortari (neoliberal), no obstante que son un potencial social importante. Se les estigmatizó como empresas improductivas, tradicionales, que no trabajaban con la lógica del máximo beneficio individual por mantener intereses colectivos.

**Entrevista 409. Micro. Tortillería, tres personas, 50 años****Testimonio**

*Primero fue un molino, y ya poco a poquito se fue haciendo de la máquina, y luego ya se cambió de una grande a una más práctica. Ahorita ya namás una persona la puede trabajar, y cuando empezaron no; cuando empezaron eran como seis personas en la tortillería... echando la masa.*

**Capital tecnológico**

Se inician operaciones con la compra de maquinaria muy rústica, pero con el paso del tiempo se va invirtiendo en maquinaria, simplificando los procesos de producción en la medida en que se automatizan.

**Entrevista 345. Micro. Tortillería, dos personas, 30 años****Testimonio**

*Ha habido muchos problemas principalmente porque el gobierno ha quitado muchos subsidios a las tortillerías. Hay una competencia muy férrea no... Ya que es una competencia desleal y que el gobierno la permite. Pero más que nada los problemas son de organización y de algunos reglamentos que puede existir en el gobierno.*

**Trama**

Los problemas que se plantean tienen que ver con el subsidio que antes aportaba el gobierno, mismo que influye en las tortillerías. Al abrir todo el mercado sin control, se prestó a abusos de quienes manejan la materia prima (especuladores), empresas transnacionales que quieren vender su materia prima con subsidios, empresas nacionales que abusan de que es un alimento cultural importante, así como la competencia salvaje de un mercado (y un gobierno) que no cuida el tejido social de la economía.

**Entrevista 374. Micro. Elaboración de tortillas de harina, cuatro personas, cinco años****Testimonio**

*Me fui al otro lado, ahorré un dinerito, allá trabajé en una tienda donde las hacían y ahí aprendí; cuando regresé yo vi que era buen negocio, y así comenzamos.*

**Capital cultural**

Adquisición de conocimientos cuando emigró a Estados Unidos.

**Capital social**

Suponemos que esta persona inicia su negocio en conjunto con su familia, ya que menciona "comenzamos". Una de las formas de financiar los negocios de las clase subalternas es el recurso de la migración laboral.

**Entrevista 377. Micro. Fabricación y venta de tortillas de harina, tres personas, 2.5 años**
**Testimonio**

*En un principio pues se pensó en esto y se hizo, éste... pues empezamos primero poco a poco. Los problemas, pues como todo fue primero aclientarse, mmm... éste el empezar a elaborar bien el producto... que saliera de buena calidad éste ahí... mezclando ingredientes viendo la materia prima cuál era la más adecuada y pues nada más.*

<b>Trama</b>	Inicia empresa familiar.
<b>Capital social</b>	Se supone que este negocio también es resultado del trabajo en conjunto (capital grupal), ya que así lo manifiesta la persona entrevistada.
<b>Capital simbólico</b>	Se menciona la importancia de tener clientes; lo anterior surge como resultado de tener un buen capital simbólico.

**Entrevista 378. Micro. Tortillería de harina de trigo, dos personas, 3.5 años**
**Testimonio**

*Antes hacía las tortillas a mano y pues lo solucioné con las herramientas que ahora tengo.*

<b>Capital tecnológico</b>	Este negocio mejoró su forma de trabajar, ya que antes las tortillas se hacían a mano y decidieron invertir en las herramientas necesarias.
----------------------------	---

**Entrevista 379. Micro. Tortillería de harina de trigo, 10 personas, más de tres años**
**Testimonio**

*Vi que era una buena idea, ya que aquí es la única de trigo y eso, pues es, es bueno.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio que no tiene competencia en su espacio, ya que son tortillas de trigo, no de maíz que son las más comunes en esta localidad.
--------------	--

**Entrevista 382. Micro. Comercial, cinco personas, siete años**
**Testimonio**

*Empezamos en el año de 1999, y todo comenzó cuando quería poner, bueno un vecino me vendió la tortillería y la compré; al principio me costó mucho trabajo, incluso el primer mes como yo no sabía cómo trabajar, cómo llevar a cabo la administración ni nada de eso, surgió la necesidad de venderla porque realmente no había manera, realmente se me hizo muy complicado; pero afortunadamente, pues nadie nace aprendiendo y con la experiencia, pues ahí está, ahí la tenemos.*

<b>Trama</b>	El negocio era de la vecina. En este caso se manifiestan complicaciones en la administración, lo que fue mejorando con el paso del tiempo y la adquisición de experiencia.
--------------	--

**Entrevista 383. Micro. Alimentos, tres personas, cuatro meses****Testimonio**

*Mis papás tenían una tortillería de maíz y les ayudaba y ahí aprendí, pero no me gustaba eso, o no quería vivir sólo de eso, y pues decidí emigrar a Estados Unidos para sacar para poner mi propia tortillería y luego me casé y tuve que empezar a trabajar y decidí poner este pequeño negocio, y pues acabamos de empezar no hace mucho, y pues hasta ahora no puedo decir que me va muy bien, pero pues ai poco a poco nos vamos levantando. Al principio sufrí un accidente con la máquina de tortillas, ya que a la hora de poner la masa de las tortillas para que empezara a trabajar, me agarró la mano y pues nada más me alcanzó a raspar la palma de la mano y cómo ve ahorita todavía estoy convaleciente de mi mano y no puedo yo entrarle tanto al trabajo de la tortillería. Tengo a tres personas trabajando en ella, pero como no hay más que atender uno su propio negocio, pues estas personas no le echan muchas ganas y pues no nos va ni bien, pero tampoco mal: ai más o menos.*

<b>Capital financiero</b>	Emigra para trabajar, ahorrar dinero e iniciar su negocio; manifiesta el poco apoyo por parte de sus empleadas (falta de capital social).
<b>Capital cultural</b>	Los padres enseñan a sus hijos a trabajar el negocio de tortillerías.

**Entrevista 386. Micro. Tortillería, cuatro personas, 16 años****Testimonio**

*Yo creo que como todos, el primer problema fue el dinero, pero en realidad yo no me dedicaba a esto, sino que más bien yo me ponía a vender vacas en otra ciudad para ayudarle a mis tíos, pero tuvimos problemas familiares y decidí salir de la ciudad para dedicarme al comercio. Un amigo me ofreció una tortillería con todo y equipo de mantenimiento, así que me convenció y aquí estoy. No fue fácil adaptarme a esto, pero me comenzó a gustar y fue así como lo solucioné.*

<b>Trama</b>	Un comerciante inmigrante interno inicia un negocio propio. Vivió un problema financiero que generó problemas en el negocio del cual vivían.
<b>Capital cultural</b>	Evidencia de conocimiento raquíctico.
<b>Capital social</b>	Un factor muy importante fue la amistad, ya que sin ella no se hubiera podido llevar acabo el negocio.

**Tortillerías (síntesis)**

El 94.88% de las tortillerías son micros, 2.56% son pequeñas y 2.56% son medianas. Tienen una edad promedio de seis a nueve años, con una moda de tres a cinco años (12 casos); la muestra no presenta tortillerías de más de 31 años. Mientras que 56.41% de las tortillerías son empresas de relación familiar, 23% de un solo dueño y 2.56% de varios socios (un solo caso).

Fundamentalmente para hacer una tortillería (de productos de maíz que son la mayoría en la localidad), se requiere al menos un local, maquinaria, ubicación con demanda, conocimientos y habilidades para realizar la tarea.

**TABLA 3.9** Capital social en las tortillerías.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	19	0	0	19
Apoyo y orientación del gobierno	0	0	1	1
Apoyo económico familiar	1	0	0	1
Apoyo de conocidos	2	1	0	3
Herencia familiar	1	1	0	2
N/C	6	7	0	13
Total	29	9	1	39

En 66.66% de las tortillerías se utiliza el capital social, que se da por la colaboración familiar (48.71%; consideramos que es muy difícil trabajar una tortillería con los niveles de ingreso y de organización, sino es por medio de la relación familiar), el apoyo de conocidos (17.69%), la herencia familiar (5.12%), así como apoyo económico familiar y apoyo-orientación del gobierno (2.56%). El componente social es un aspecto que difícilmente ve el *management*.

**TABLA 3.10** Capital cultural en las tortillerías.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	10	3	1	14
Asesoría de un conocido	1	0	0	1
Experiencia en actividad afín	2	0	0	2
Estudios	0	1	0	1
Experimentación	3	1	0	4
Experiencia raquíptica	1	0	0	1
Capacitación	1	0	0	1
N/C	11	4	0	15
Total	29	9	1	39

El 61.53% de las tortillerías tienen capital cultural manifestado en la experiencia en la actividad en el giro (35.89%), la tradición familiar, experimentación (10.25%, por lo general no tenían conocimientos pero fueron aproximándose de manera más deliberada), asesoría de un conocido (2.56%), experiencia en actividad afín (5.12%), estudios (5.12%), experiencia raquíptica (5.12%) y capacitación (5.12%).

**TABLA 3.11** Capital simbólico en las tortillerías.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Prestigio por calidad y servicio	2	0	0	2
Proceso de posicionamiento en el mercado	2	0	0	2

Actitud y disposición de trabajo	1	0	0	1
N/C	24	9	1	34
Total	29	9	1	39

De acuerdo a los testimonios, el capital simbólico se expresa de manera indirecta (12.82%). Las formas de capital simbólico se orientan en el prestigio por calidad y servicio (5.13%), el proceso de posicionamiento en el mercado (5.13%), así como la actitud y disposición de trabajo (2.56%).

**TABLA 3.12** Capital comercial en las tortillerías.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Ganar la confianza de los clientes	1	0	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	0	1
N/C	27	9	1	37
Total	29	9	1	39

Se habla muy poco de la percepción de su clientela, pero alcanza a ser referencia en cuanto a trabajo de ganar confianza con clientes (vecinos) y posicionamiento por permanencia en el mercado (2.56%).

**TABLA 3.13** Capital tecnológico en las tortillerías.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Maquinaria rústica	8	3	0	11
N/C	21	6	1	28
Total	29	9	1	39

Una de las condiciones para poner una tortillería es la maquinaria, y 28.20% hacen referencia a la maquinaria rústica que compró.

## HELADOS Y PALETERÍAS

Las entrevistas narran cómo iniciaron sus negocios.

### Entrevista 123. Micro. Elaboración de nieve, tres personas, 20 años

#### Testimonio

*Por tradición familiar y recetas propias.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	Continuar con empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Basado en la tradición familiar, tiene recetas propias (esto implica factores de innovación en el producto).

**Entrevista 215. Micro. Comerciante, seis personas, seis años**
**Testimonio**

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

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio. Sus ganas de independizarse lo impulsan a iniciarse como empresario.
<b>Capital cultural</b>	Obtuvo el conocimiento por tradición familiar laboral.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Ha ido creciendo; proceso de posicionamiento en el mercado.

**Entrevista 234. Micro. Paletería, tres personas, tres años**
**Testimonio**

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

<b>Trama</b>	El negocio es una forma de reivindicarse como personas (la actitud de no querer ser inútiles y la visión por hacer algo) por medio de la actividad en la vida productiva de un matrimonio compuesto por dos adultos mayores.
<b>Capital social</b>	El negocio se inició dentro del hogar (con una mínima inversión), hacia un mercado principalmente compuesto por niños. Los hijos ven una respuesta positiva del mercado ante la iniciativa de sus padres y entonces rentan un pequeño local.

**Entrevista 135. Pequeña. Helados, 50 personas, 10 años****Testimonio**

*La verdad de lo que yo sé, el patrón lo empezó, sería buscar los clientes, se salía a las zonas y empezó con un camión, fue conociendo y creció poco a poco, y así como va creciendo demasiado, en sí no hay problemas.*

**Capital comercial y simbólico**

Poco a poco se dieron a conocer sus productos.

**Capital social**

El negocio de helados logró prosperar gracias a que el dueño salía a buscar clientes en su localidad.

**Entrevista 170. Pequeña. Elaboración de paletas, 20 personas, 20 años****Testimonio**

*Empezamos con un pequeño carrito de nieves, que poco a poco fue creciendo y con trabajo y dedicación logramos abrir cinco paleterías y no sólo vender paletas sino también aguas frescas para extender más nuestro mercado.*

**Trama**

Comienza un negocio propio, de acuerdo a las capacidades de la actividad y al capital financiero.

**Capital social**

Se gesta la cooperación de personas que tienen vínculos familiares.

**Capital comercial**

No sólo vendió paletas, sino agua fresca (diversificación del producto en actividades afines). Logra abrir cinco negocios más grandes, extendiendo su mercado.

**Capital simbólico**

Gracias a que comenzó a vender en la calle, los clientes conocen el producto y esto le brinda al negocio el reconocimiento de las personas.

**Entrevista 216. Pequeña. Paleterías, 15 personas, 22 años****Testimonio**

*Nieves Salvatierra empieza con la necesidad de mantener una familia, se tenía el conocimiento de generaciones anteriores, de la manera de hacer nieve, así que nosotros como una necesidad y vimos que era algo una necesidad rentable, así que fuimos creciendo. Problemas, hay épocas del año que no se vende, pero con ahorros y cosas así se pudo salir adelante.*

**Trama**

La necesidad provoca que una familia iniciara con la venta de nieves.

**Capital financiero**

La actividad era rentable y fueron creciendo por temporadas e invirtiendo con ahorros.

**Capital social y cultural**

Conocimiento heredado.

<b>Entrevista 233. Micro. Paletería, tres personas, ocho años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empezamos vendiendo en la puerta de mi casa, y así nos fue dando hasta que somos dueños de todo esto (un pequeño local).</i>	
<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio.
<b>Capital financiero</b>	El empeño y perseverancia podrían ser otros factores, ya que el negocio lleva ocho años, y ahora han pasado de la puerta de su casa a tener su propio local (el financiamiento lo van desarrollando de acuerdo a sus posibilidades).
<b>Capital social</b>	Comenzaron en la casa, aprovechando el espacio de vivienda y dentro de las actividades cotidianas. Esto es parte del apoyo que se brinda en la familia.

<b>Entrevista 227. Micro. Paletería y nevería, seis personas, cuatro años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Comencé vendiendo paletas en la calle en un carrito, y después me animaron a formar este negocio y pues qué más uno se debía de arriesgar, y entonces decidí obtener la herramienta necesaria y contraté a personal con un poco de experiencia en esto y pues aquí estamos.</i>	
<b>Trama</b>	Comenzó vendiendo paletas en un carrito en la calle.
<b>Capital cultural</b>	Le animaron a formalizar el negocio. Comenzó comprando lo necesario y asegurándose de contratar a personal con conocimientos acerca de esta actividad.

<b>Entrevista 235. Micro. Helados, tres personas, cinco años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Fue una compra en abonos, pagos y se consiguió el local, ya cuando lo tuve comencé a echar a andar el negocio, y así empezamos a trabajar; no me costó mucho trabajo pagar la compra, pero un problema que tuve podría ser aprender a hacer el producto, tener que investigar precios de materia prima más económica y calcular el precio para vender el producto.</i>	
<b>Trama</b>	Este negocio comenzó por la obtención del local, que se pagó en abonos (una especie de ahorro, en el capital financiero).
<b>Capital cultural</b>	Uno de los problemas con los que se enfrentó fue conocer el procedimiento de producción de su negocio y los cálculos para sacar el costo de producción y de venta del producto. Dentro de todo este proceso hay empeño, responsabilidad por investigar el proceso correctamente y así obtener un producto con calidad.

**Entrevista 236. Micro. Paletería y heladería, dos personas, tres años****Testimonio**

*La verdad es que yo trabajaba en esto hace dos y medio años, pero la señora tuvo problemas familiares y la quería vender. Yo le dije a un hermano que tiene crédito en el banco pues que me hiciera el favor y yo se la compré a la señora.*

<b>Trama</b>	Traspaso de un negocio.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimiento de la actividad.
<b>Capital social</b>	Apoyo recibido por parte del hermano, resaltando la confianza para gestionar un préstamo del banco para la hermana.

**Entrevista 237. Micro. Paletería y nevería, tres personas, 26 años****Testimonio**

*Empecé así como todos, ehh... al paso. No solo, o sea, ando con un hermano, empecé con un hermano, él no nada más estuvo conmigo como, unos, medio año, y ya después se separa, sí para otro lado, y ya es propio.*

<b>Trama</b>	Inicia negocio familiar.
<b>Capital social</b>	Al principio recibe apoyo familiar, después inicia cada quien su propio negocio.

**Entrevista 328. Micro. Helados, seis personas, 48 años****Testimonio**

*No hubo problemas y empezó siendo una empresa familiar con mi abuelo, luego mi padre y ahora yo.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Se acumula en la experiencia del manejo del negocio.
<b>Capital social</b>	La empresa se traspasa de generación en generación (herencia familiar) sin ningún problema y se sigue manteniendo; su capital social es completamente familiar, al ser emprendida hace ya tres generaciones.

**Entrevista 316. Micro. Paletería y nevería, tres personas, nueve años****Testimonio**

*Los únicos problemas que ha habido son los locales cuando empezamos; o sea aquí tenemos nueve años en la plazoleta; empezamos en la esquina; el dueño del local nos pidió el local para ocuparlo.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	En este caso se refleja la falta de un local, lo que ha ocasionado que el negocio tenga que cambiar de ubicación, situación que lo afecta.
<b>Capital social</b>	Empresa familiar.

**Entrevista 317. Micro. Paletería y nevería, tres personas, cinco años**
**Testimonio**

*Los problemas que tuve fueron la falta de dinero y... conseguí préstamos en las cajas y con un familiar.*

<b>Trama</b>	Inicio de un negocio propio donde el principal problema fue la falta de dinero.
<b>Capital financiero</b>	Solicitó un préstamo a su familiar y a una caja popular.
<b>Capital social</b>	Se cuenta con apoyo familiar.

**Entrevista 318. Pequeña. Helados, 15 personas, 10 años**
**Testimonio**

*Soy originario de Tocombo, Michoacán, la llamada capital de las paletas en México; me casé con mi esposa originaria de Acámbaro. Al ver el mercado libre acá decidí establecer un negocio de helados. El problema fue encontrar un lugar céntrico cerca del jardín; me establecí cerca del mercado, después ocupé el otro local, en uno es donde fabrico los helados y así se solucionó.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio.
<b>Capital comercial</b>	En este caso no fue requerido un estudio de mercado, ya que se dieron cuenta de las necesidades de la sociedad y que era un buen negocio en esta zona. Encontrar un local céntrico no fue tan fácil, pero una vez resuelto el problema se logró adquirir otro local, ya no sólo para la venta sino también para la fabricación de las paletas.
<b>Capital cultural</b>	De la ciudad que proviene hay un producto regional lo que supone el conocimiento de éste.

**Entrevista 319. Micro. Paletería y nevería, siete personas, aprox. 35 años**
**Testimonio**

*Exactamente no me la sé. Cuando yo llegué ya estaba aquí, era de un conocido; fue traspasada a un pariente mío y pues aquí estamos permaneciendo. Ahora ya es familiar; todos vemos por ella.*

<b>Trama</b>	Continúa una empresa familiar.
<b>Capital social</b>	Se refleja el apoyo familiar, ya que todos colaboran en ella.

#### Entrevista 410. Micro. Paletería, cinco personas, 14 años

##### Testimonio

*Este negocio lo inició mi padre, llegando a ser una de las paleterías más grandes de la ciudad. Al fallecer mi padre, mis hermanos y yo tomamos la decisión de dividir el negocio, para lo cual nos dividimos la maquinaria e instalé mi propia paletería. Esto fue como en el año de 1992.*

<b>Trama</b>	Continúa con una empresa familiar, aunque transita a empresa de único dueño.
<b>Capital tecnológico</b>	Cuando el padre muere hereda el negocio a los hijos, pero ellos creen que la mejor decisión es dividir el negocio, por lo que se reparten la maquinaria.
<b>Capital simbólico</b>	Cuando este negocio era del padre tuvo gran éxito llegando a ser uno de los negocios más importantes de la ciudad en su giro, lo que le daba cierto renombre.

### Helados y paleterías (síntesis)

Aproximadamente 76.47% de las paleterías y helados son micros y 23.52% son pequeñas empresas. La edad promedio de las paleterías oscila entre los 10 y 15 años. La moda se da entre tres y cinco años (cinco casos). Al parecer hay pocas empresas mayores a los 31 años (aunque sabemos que hay empresas como La Lupita que tienen más tiempo en Celaya). Las empresas de relación familiar representan aproximadamente 70.58%, las empresas de único dueño son 23.52% y 5.88% de las empresas tienen varios socios.

**TABLA 3.14** Capital social en paleterías y heladerías.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	7	0	0	7
Apoyo económico familiar	2	1	0	3
Herencia familiar	2	1	0	3
N/C	1	2	1	4
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>17</b>

De acuerdo a las entrevistas encontramos que en general se utiliza el recurso del capital social en 76.47% de las paleterías y helados. En lo específico, el capital social se manifiesta en la colaboración familiar (41.17%), el apoyo familiar (17.64%) y la herencia familiar (17.64%).

**TABLA 3.15** Capital cultural en paleterías y heladerías.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	7	3	0	10
Experiencia raquíutica	1	0	1	2
N/C	4	1	0	5
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>17</b>

En cuanto al capital cultural, en general encontramos que 58.82% ya tenía experiencia en la actividad del giro. Por el contrario, 11.76% tiene experiencia raquíutica en la actividad económica.

**TABLA 3.16** Capital simbólico en paleterías y heladerías.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Reconocimiento del producto	1	1	0	2
Proceso de posicionamiento en el mercado	0	2	0	2
N/C	11	1	1	13
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>17</b>

De manera explícita, el capital simbólico se da en 23.52% de las paleterías y heladerías; el reconocimiento del producto y el proceso de posicionamiento en el mercado se manifiesta en 11.76% para cada uno.

**TABLA 3.17** Capital comercial en paleterías y heladerías.

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

El 17.64% de las paleterías y heladerías tienen capital comercial (expresado de manera explícita en los discursos), representado por los servicios afines y diversificación de productos, posicionamiento por permanencia en el mercado y consulta al cliente (cada uno representa 5.88%).

## TALLER DE CARPINTERÍA

En Celaya existen 26 unidades de fabricación de productos de madera para la construcción, fabricación de productos para embalaje, envases de madera, y fabricación de artículos y utensilios de madera para el hogar, que conocemos como carpinterías (INEGI, 2005).

### Entrevista 34. Micro. Carpintería, tres personas, cinco años

#### Testimonio

*Yo empecé mi negocio hace cinco años a falta de trabajo, porque me salí de donde trabajaba antes, y para no estar sin hacer nada, como mi papá era carpintero pues yo sabía algo, entonces decidí poner mi propio negocio. Los principales problemas que tuve fue la falta de dinero para empezar el negocio y para comprar las herramientas necesarias, por eso lo puse aquí en mi casa porque no tenía lo necesario para rentar o comprar un lugar; pero ya hemos ido creciendo y ya ahora sí voy a comprar o a rentar un local, ahí mismo en Apaseo. Pude resolver mis problemas; ahora sí que con el puro trabajo pude salir adelante.*

<b>Trama</b>	El negocio se inició por la necesidad de tener un ingreso.
<b>Capital financiero</b>	Se fue financiando de acuerdo a sus posibilidades.
<b>Capital cultural</b>	Tenía ciertos conocimientos de carpintería que había adquirido gracias a que su padre era carpintero.
<b>Capital social</b>	La casa familiar se convierte en taller, por los recursos tan limitados.

### Entrevista 39. Mediana. Carpintería, 54 personas, 17 años

#### Testimonio

*Surgió a raíz de la necesidad de tener componentes prefabricados para la construcción, o sea que ya las ventanas, pues tuvieran una medida estándar, para que en las construcciones dejaran los huecos y que se estandarizara y colocaran sus puertas inmediatamente. Esto abarata costos, tiempo, y a raíz de eso manejé la empresa, que empezó mi papá. La inicié aproximadamente hace 13 años y me la traspasó a mí. Problemas con la empresa ahorita no, no, no hemos tenido y no la hemos pasado al margen, bien tranquilo.*

<b>Capital tecnológico</b>	Innovación en sus productos en la localidad.
<b>Capital cultural</b>	Conocimiento de cierta innovación relativa al involucrarse en la construcción de puertas y ventanas estandarizadas en la construcción.
<b>Capital social</b>	Traspaso de negocio que se hizo del padre al hijo.

**Entrevista 40. Micro. Carpintería, tres personas, cinco años****Testimonio**

*La empresa nació hace cinco años. Empecé por la falta de empleo y aprovechando los conocimientos de carpintería que he ido aprendiendo, ahora ya tengo a tres trabajadores. He tenido un problema que es, como toda empresa nueva, existe un tiempo en que tardan los clientes en llegar y ése ha sido un gran problema que he tenido.*

<b>Trama</b>	Comenzó por la necesidad de esta persona para sobrevivir, ya que se veía afectada por la falta de empleo.
--------------	---

<b>Capital cultural</b>	Aprovechó sus conocimientos en carpintería para salir adelante, pero se enfrentó a un gran problema, que fue el proceso de reconocimiento del cliente y atraerlos de manera permanente.
-------------------------	---

**Entrevista 42. Micro. Carpintería, tres personas, seis meses****Testimonio**

*Acabo de empezar y decidí hacer esto para sacar un poquito más de dinero.*

<b>Trama</b>	Es una pequeña empresa dedicada a la carpintería, surgida por la necesidad de obtener un poco más de dinero para llevar una mejor vida y así salir adelante.
--------------	--

**Entrevista 43. Micro. Elaboración de muebles, cinco personas, 30 años****Testimonio**

*Empecé solo pero poco a poco mis hijos fueron creciendo, y me ayudan a salir adelante y fuimos adquiriendo poco a poco la herramienta.*

<b>Capital tecnológico</b>	Se hicieron de más herramienta y máquinas, trabajando en equipo.
----------------------------	--

<b>Capital social y cultural</b>	Para iniciar un negocio, el entrevistado comenzó solo; posteriormente sus hijos se involucraron en el negocio y poco a poco él les fue enseñando sus conocimientos para que le ayudaran a hacer prosperar ese negocio.
----------------------------------	--

**Entrevista 44. Micro. Reparación de muebles, cuatro personas, ocho años****Testimonio**

*¡No!, los problemas no hemos tenido ninguno. Lo que pasa es que iniciamos trabajando ai de a dos, tres roperitos, pa' sacar pa' la papa, porque luego anda uno ahí muy quebrao, y si no hacemos la lucha pos se muere de hambre ¿verdad?*

<b>Trama</b>	Inicia realizando actividades económicas de manera informal para comer. Comienza arreglando muebles para después ir aumentando la cantidad del trabajo y llegar de alguna forma a tener un taller. Es importante señalar que el negocio sobrevive.
--------------	--

#### **Entrevista 100. Micro. Carpintería, cuatro personas, un año**

##### **Testimonio**

*Salimos de la prepa y ninguno de nosotros tenía para ir a la universidad, así que mejor nos metimos al Cecati para aprender el arte de la carpintería y así poner nuestro negocio.*

<b>Trama</b>	Un grupo de amigos inicia una carpintería.
<b>Capital cultural</b>	Se preparan para estudiar como carpinteros.
<b>Capital social</b>	Aprecio y solidaridad entre los amigos (cooperativa o de varios accionistas), ya que estaban pensando en un proyecto de vida conjunta, poner un negocio.

#### **Entrevista 191. Micro. Carpintería artesanal, nueve personas, 66 años**

##### **Testimonio**

*La empresa es desde mi abuelo, desde 1940, enseguida de mi papá y ahora de nosotros sus hijos. Y problemas, yo creo que en lo que todo negocio, altas y bajas y pues a base de trabajo se soluciona.*

<b>Trama</b>	Se trata de una empresa familiar que tiene 66 años, manteniéndose de generación en generación.
<b>Capital cultural</b>	Existe conocimiento acumulado.
<b>Capital social</b>	Para que una empresa pueda subsistir de generación en generación se necesita gran cantidad de apoyo mutuo de los familiares y sobre todo gusto por el negocio, aspectos que aquí se pueden observar perfectamente.

#### **Entrevista 192. Pequeña. Maderería, 30 personas, 25 años**

##### **Testimonio**

*No han enfrentado grandes problemas debido a que la familia siempre ha estado de acuerdo. Sólo cuando comenzaban, hace como 20 años, iniciaron como una carpintería de muebles pequeños y arreglos de muebles para un segundo uso. Vieron que unas de sus principales ventas era la compra-venta de la materia prima, innata sin proceso alguno, por lo cual decidieron entrar al comercio de*

(continúa)

(continuación)

*la maderería, hasta ahora. Ya no trabajan desde hace dos años los diseños de puertas que eran tardadas, ahora tienen sus proveedores.*

<b>Trama</b>	Empresa familiar que no ha tenido problemas, demostrando que existe capital social.
<b>Capital comercial</b>	Aunque el negocio ya tenía un giro decidieron cambiarlo al ver que su mercado requería materia prima, beneficiando tanto a la empresa como a sus clientes (servicios afines en capital comercial).

**Entrevista 370. Micro. Carpintería, ocho personas, 12 años**
**Testimonio**

*Como yo trabajé durante un tiempo en este negocio pero a cargo de otra persona, y como aprendí lo necesario, decidí montar mi propio negocio y aquí me encuentro ahora. Uno de los principales problemas ha sido la falta de ventas, ya que como hay mucha gente que ofrece este tipo de productos a un precio mucho más barato, pero de muy mala calidad, lo que provoca que los clientes se vayan con ellos, y la solución para esto es ofrecer productos de calidad. Otro problema que se me presentó fue el incendio de mi negocio y en ese caso lo único que se pudo hacer fue echarle ganas y seguir adelante.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio. A pesar de las adversidades, como el incendio de su negocio, sigue adelante.
<b>Capital cultural</b>	Aprendió trabajando para otra persona.
<b>Capital simbólico</b>	La competencia es un problema debido a la falta de capital simbólico, ¿qué ofrecer como empresa que otras no ofrecen? Sencillamente ganar capital simbólico y comercial, de modo que las personas lo prefieran sobre la competencia.

**Entrevista 48. Micro. Maderería, seis personas, 13 años**
**Testimonio**

*Ahora presenta una crisis en la cual no tiene pedidos para futuro, y no se ha podido contactar con nuevos clientes que requieran de su servicio.*

<b>Trama</b>	La empresa estudiada se está enfrentando a un problema bastante fuerte como es la falta de interés en el producto por parte de los consumidores, ya que si no existe requerimiento, no hay producción, lo cual conlleva a otros problemas como falta de ingresos, recorte de personal, lo que puede llevar a la empresa a la quiebra.
--------------	---

### Talleres de carpintería (síntesis)

El 73.33% de las carpinterías son micros, 2 % son pequeñas y 6.66% medianas. De manera general encontramos que 60% son empresas familiares, 33.33% son empresas de único dueño y 6.66% de varios dueños.

**TABLA 3.18** Capital social en carpinterías.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	4	0	0	4
Apoyo y orientación del gobierno	0	1	0	1
Apoyo de conocidos	1	0	1	2
Herencia familiar	2	0	0	2
N/C	2	4	0	6
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>15</b>

El capital social está presente en 60% de las actividades de las carpinterías. En su mayoría, el capital social está representado por la colaboración familiar (26.66%). Es importante detenernos a reflexionar el tipo de ayuda en la división técnica de trabajo, que suele ser masculino, y el tipo de apoyo de colaboración que se da es en el trabajo mismo, aunque las mujeres pueden participar en otras tareas, no lo hacen en el taller, que está masculinizado. Asimismo, la continuidad de un negocio familiar depende mucho (por la tradición) de que sean hombres los miembros que participan o que lo manejan.<sup>6</sup> Otro aspecto importante del capital social está representado por el apoyo de conocidos y herencia familiar (13.33%).

**TABLA 3.19** Capital cultural en carpinterías.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	8	2	0	10
Conocimiento e innovación relativo	1	0	0	1
Experiencia en la actividad afín	0	1	0	1
N/C	0	2	1	3
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>15</b>

El 66.66% de las carpinterías tienen experiencia en el giro (se requiere del conocimiento de la actividad), mientras que 7.68% muestra conocimiento en una actividad afín y el conocimiento e innovación (en la realización de nuevas modalidades de producto) en la actividad representa 7.68%.

<sup>6</sup> Conozco el caso de la esposa de un amigo venezolano que trabaja en la industria de la construcción como arquitecta. Ella me platicó que no fue fácil su incorporación en este trabajo, pues debe entenderse con los albañiles, arquitectos y clientes. No digo que no pueda pasar, pero todavía es difícil en México. He visto plomeras, taxistas y soldadoras, pero aún son excepción.

**TABLA 3.20** Capital simbólico en carpinterías.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Gusto del cliente por el producto	1	1	0	2
Actitud y disposición para el trabajo	2	0	0	2
N/C	6	4	1	11
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>15</b>

El 26.66% tiene capital simbólico (de manera manifiesta); el gusto del cliente por el producto y la actitud y disposición para el trabajo representan, cada uno, 13.33%.

**TABLA 3.21** Capital comercial en carpinterías.

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	0	1	0	1
Ganar la confianza de los clientes	0	1	0	1
N/C	8	3	1	12
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>15</b>

El capital comercial representa 20% de las carpinterías (manifiesto). La recomendación, los servicios afines, la diversificación de productos, y el trabajo para ganar la confianza de los clientes (vecinos) representa 6.66% en lo individual.

## TALLERES DE MUEBLES DE MADERA

Con referencia a los talleres incorporamos en este apartado muebles de madera, reparación y fabricación de muebles.

### Entrevista 38. Micro. Fabricación de muebles, una persona, 12 años

#### Testimonio

*Empezó porque desde chico me gustaba todo lo relacionado con la carpintería, y pues aprendí gracias a que trabajé en la carpintería de un amigo de mi papá, y luego me nació la idea de poner mi propio negocio e independizarme, para lo cual inicié con muy poca herramienta.*

#### Trama

Inicia un taller de carpintería para independizarse; el taller luego se vuelve mueblería (transiciones).

<b>Capital cultural</b>	Los conocimientos adquiridos por el entrevistado fueron gracias a que en un principio le gustaba todo lo relacionado con la carpintería (actitud y disposición como capital simbólico). El aprendizaje cuando trabajó con el amigo de su papá le ayudó en su objetivo.
<b>Capital social</b>	Se observa una relación de amistad y confianza de parte del amigo del papá del entrevistado, al darle trabajo en su taller para que el muchacho fuera aprendiendo carpintería.
<b>Capital tecnológico</b>	Inició con poca herramienta.
<b>Capital financiero</b>	La estrategia implícita del negocio consistió en autofinanciarse poco a poco.

#### Entrevista 41. Micro. Manufactura de muebles, tres personas, ocho años

##### Testimonio

*Es un negocio familiar; mis padres me lo heredaron. Yo de mi cosecha lo he ido mejorando poco a poco.*

<b>Trama</b>	Continuar con la empresa familiar.
<b>Capital social</b>	El negocio llegó a las manos del actual dueño heredado por sus padres. El entrevistado sostiene haberlo mejorado.

#### Entrevista 45. Micro. Mueblería, siete personas, 13 años

##### Testimonio

*Al principio no había mucho dinero, nos faltaban varias cositas pues, eso ya fue con el tiempo.*

<b>Trama</b>	Inicio de negocio. Aquí encontramos un claro ejemplo de un problema muy grande al que se enfrentan muchas de las empresas, "la falta de capital", y es que sin éste simplemente es casi imposible salir adelante.
<b>Capital financiero</b>	Estrategia de autofinanciamiento de manera paulatina.

#### Entrevista 46. Micro. Fabricación y venta de muebles, tres personas, 15 años

##### Testimonio

*O sea, ¿cómo comenzó todo? Cuando todo esto empezó yo estudiaba en la escuela; en aquel tiempo estaba el tecnológico... era bachillerato y luego licenciatura y por necesidad económica trabajaba yo en un taller frente a mi casa, y como empecé a ver que al trabajar había ingreso, terminé*

(continúa)

(continuación)

*dejando la escuela y me metí a trabajar. Ahí empezó todo y luego a empezar a comprar herramienta y empezar a trabajar, pero cuando uno comienza, como la gente no lo conoce, no tiene confianza, y aunque hay trabajo, no tan fácil le dan trabajo a un joven de 16 o 18 años, o sea que no se anima la gente y fue lo que más complicación fue dando. A medida que el tiempo fue pasando, ya poco a poco me iban recomendando las personas con otro y así se iba la cadena, hasta pues ya que son más de 15 años que estamos trabajando, ya no hay tanto problema por eso. Más o menos eso es resumidamente lo que ha pasado hasta la fecha.*

<b>Trama</b>	Inicia negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Adquiere experiencia en el taller donde trabajó. Es importante señalar que el proceso de acientarse no sólo implica ofrecer un producto, servicio o trabajo en el mercado, esperando resultados positivos inmediatos, <sup>7</sup> a menos que haya una necesidad imperante del producto.
<b>Capital comercial</b>	Es necesario ganar la confianza de los consumidores (dada por el reconocimiento, la responsabilidad, seguridad, calidad demostrada, etcétera). Esto indica que la confianza se gana (socialmente) demostrando a los consumidores constancia, empeño, esfuerzo, etcétera. El entrevistado fue recomendado de una persona a otra.
<b>Capital financiero</b>	Autofinanciamiento.

#### **Entrevista 47. Micro. Mueblería, cuatro personas, 10 años**

##### **Testimonio**

*Inicié por mi cuenta, puesto que no tenía nada de herramienta y poco a poco me fueron apoyando algunas personas que conocía. Así salí adelante. Ahora debo de reconocer el esfuerzo y ayuda que me dieron.*

<b>Capital social</b>	La persona no contaba con las herramientas necesarias (capital tecnológico básico) y fue apoyado por algunos conocidos; ya con los recursos, el trabajo y la dedicación ha podido impulsar su empresa. Es importante señalar que son personas y empresas que inician con pocos recursos y autofinanciándose de acuerdo a sus posibilidades.
-----------------------	---

<sup>7</sup> A menos que sea un monopolio, duopolio u oligopolio como en ciertos productos y productores que hay en México (de un producto o servicio socialmente necesario). Otra falacia aunada a esta serie de razonamientos es la del “libre comercio” en el sistema mundial. En el mercado local es indispensable que se genere confianza para que exista un microproductor.

**Entrevista 49. Micro. Mueblería, tres personas, nueve años****Testimonio**

*El problema es empezar con pocos recursos y para poderlo solucionar tuvimos que trabajar y pues así le hicimos.*

<b>Capital social</b>	Como ya lo mencionamos con anterioridad, la falta de dinero o capital es un problema bastante fuerte, por lo que se recurre a la estrategia de ir financiándose de acuerdo a las posibilidades. Hace referencia implícitamente a empresa familiar.
-----------------------	--

**Entrevista 50. Pequeña. Fabricación de muebles, 12 personas, 11 años****Testimonio**

*Inicialmente fue idea de mi esposa, que empezó la empresa, viendo que hay dos personas que son muy allegados a ella, y que sabían de la elaboración de la madera. Con el paso del tiempo pues fue creciendo poco a poco. El problema que se tuvo es que al ir creciendo se fue buscando un local más grande para ir trabajando. Fue el único problema que a la vez se fue solucionando.*

<b>Capital social</b>	La idea fue de una mujer (esposa) de aquellas a las que les gusta realizar otras actividades fuera de su casa, y que con la ayuda de algunas personas allegadas pudo iniciar su empresa.
-----------------------	--

<b>Capital cultural</b>	Con la ayuda de personas cercanas obtuvo los conocimientos necesarios para el negocio.
-------------------------	--

<b>Capital financiero</b>	El negocio creció con mucho éxito por lo que necesitaron instalaciones más amplias para poder laborar, lo cual no es nada fácil ya que implica un poco más de gastos, cambiar de lugar y la posibilidad de perder clientes con ello; pero ellos siguieron trabajando y con ello solucionaron este problema. Autofinanciamiento.
---------------------------	---

**Entrevista 126. Micro. Elaboración de muebles, siete personas, 25 años****Testimonio**

*La empresa tuvo unas fallas de, cómo te dijera, que los muebles no todo el tiempo se venden. Hay tiempo que la competencia entra, pues cuando entra la competencia a nosotros se nos baja el trabajo, se nos baja la venta incluso puede cerrar.*

<b>Trama-drama</b>	Continuación de una empresa familiar que tiene problemas de competencia y recursos financieros.
--------------------	---

<b>Capital cultural</b>	Conocimiento de la elaboración de muebles.
-------------------------	--

**Entrevista 151. Micro. Fabricación de muebles de madera, ocho personas, 35 años**
**Testimonio**

*Este lugar, esta empresa pues es familiar es de mi padre y él es el que la fundó a partir del gusto por la fabricación, por el comercio y por el trabajo.*

**Capital social** Todo el tiempo ha existido la participación familiar.

**Capital cultural** Aprendizaje adquirido por la familia gracias al padre que les ha podido heredar beneficios en la enseñanza de la fabricación de muebles.

**Entrevista 176. Micro. Fabricación de muebles rústicos, tres personas, 20 años**
**Testimonio**

*Comenzó hace 20 años y se hacía una producción demasiado pequeña y se vendía entre los conocidos.*

**Capital social** El negocio inicia estableciendo un producto en las redes de conocidos del productor, como nicho "natural" al emprender un negocio pequeño. Posteriormente conocen personas allegadas o cercanas que tienen la facilidad de vender el producto, lo que permitió ir acercándose al mercado.

**Entrevista 357. Micro. Fabricación de muebles, 10 personas, siete años**
**Testimonio**

*Mi papá era carpintero y de ahí me nació el gusto por la carpintería. Después empecé en grande construyendo los muebles para mi casa. Varios amigos los vieron y me pedían trabajos así para ellos, y ellos mismos me fueron recomendando así que de ahí hice mi taller. Tuve problemas en cuestión de tiempo, porque como mi esposa y yo tenemos negocios de renta de películas, la carpintería no era la principal actividad que hacía, entonces tuve que contratar personal para que me ayudara, pero entre ellos están mis hermanos.*

**Trama** Inicia un negocio propio con ayuda familiar.

**Capital cultural** El conocimiento sobre un oficio se va incorporando en el gusto del dueño en su *habitus* (genealogía del gusto).

**Capital social** Elabora sus muebles; sus amigos y empiezan a pedirle trabajos apoyándolo con más clientes (capital social en la difusión del trabajo y el contacto con los clientes), lo cual lo motiva a establecer una carpintería. Sus hermanos le ayudan (capital social en la producción).

**Entrevista 193. Micro. Fabricación de muebles, siete personas, ocho años****Testimonio**

*En 1998 llegó a Apaseo el Alto vendiendo madera. Encontró que el valor agregado de la madera estaba en convertirla en muebles para tener un mayor rendimiento. Pidió un crédito a Santa fe de Guanajuato, lo apoyaron, buscó personal y empezó a producir con base en la experiencia que ya tenía en la empresa que trabajó y que cerraron en la crisis de 1994.*

<b>Trama</b>	Se trata de una persona que llegó a Apaseo el Alto (municipio vecino muy reconocido por sus artesanías) y que descubrió que a la madera se le daba más valor convirtiéndola en muebles. Con esta idea en mente decidió comenzar su propio negocio.
<b>Capital cultural</b>	Comenzó el negocio con un amplio conocimiento del giro, lo cual le ayudó a no resentir en mayor grado la pérdida de su trabajo por la quiebra de la empresa en la que laboraba.
<b>Capital social</b>	Fueron fundamentales la confianza que le tuvo la empresa que le otorgó el crédito para dar comienzo al negocio junto con el personal que consiguió como trabajadores para que lo apoyaran.
<b>Capital financiero</b>	Solicitó un apoyo al gobierno.

**Entrevista 205. Pequeña. Mueblería, 11 personas, cinco años****Testimonio**

*Trabajaba en una carpintería y empecé a conocer del negocio y me di cuenta de que podía formar mi propia empresa. Me autorizaron un préstamo y así fue como empecé.*

<b>Trama</b>	Le interesa conformar un negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Conocimiento del oficio por su anterior trabajo.
<b>Capital financiero</b>	Con un préstamo comienza una carpintería.

**Entrevista 207. Micro. Muebles, cinco personas, tres años****Testimonio**

*Fue creada gracias a una pequeña herencia por parte de mi abuela y con ello pude crear este negocio. Al principio fue bastante difícil sacarla adelante. Aunque no tengo tanto tiempo en el mercado he sufrido muy bajas ventas.*

<b>Trama</b>	Continúa empresa familiar a partir de una herencia (capital social).
<b>Capital comercial</b>	Se involucra en el mercado, aun con poco tiempo en él. Tiene problemas en ventas.

**Entrevista 208. Pequeña. Mueblería, 15 personas, 10 años****Testimonio**

*Surgió porque mi papá sabía trabajar la madera, y pensamos en crear un negocio que ayudara a la familia, ya que estábamos en crisis económica. Él me enseñó a trabajar la madera; al principio fue como un negocio pequeño y por pedidos; ahora podemos hacer modelos antes de que la gente los pida.*

<b>Trama-drama</b>	Inicia por necesidad familiar.
<b>Capital cultural</b>	El padre sabe trabajar la madera.
<b>Capital social</b>	Su hijo se interesa por ayudar y apoyar a su familia; es así como comienzan el negocio familiar y poco a poco éste crece.

**Entrevista 209. Micro. Fabricación de muebles, nueve personas, 12 años****Testimonio**

*Inició porque la fábrica donde trabajaba cerró y empecé mi propio negocio; como era relacionado yo conocía a los proveedores y al mejor personal, así que los invité a trabajar conmigo.*

<b>Capital social</b>	Al iniciar un negocio, luego de que la empresa en donde trabajaba cerró, es apoyado por sus compañeros de trabajo para conformarlo. De igual forma puede esperarse la confianza de los proveedores para surtirlo de materia o de un crédito en caso de necesitarlo.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimientos sobre el giro.

**Entrevista 210. Pequeña. Mueblería, 23 personas, 50 años****Testimonio**

*Fue de mi padre, desde que yo estaba chico veía cómo hacía los muebles, me gustó y pues me quedé aquí. Él comenzó por hacer dos o tres muebles al día, después contrató un ayudante y de esa manera fue creciendo.*

<b>Trama</b>	Un padre de familia inicia un negocio de muebles.
<b>Capital social y cultural</b>	El hijo aprende y desarrolla el gusto por el oficio; hereda el negocio y posteriormente contrata más personal. El negocio sigue creciendo.

<b>Entrevista 211. Pequeña. Madera, 15 personas, 10 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empezó cuando mi papá, el dueño, empezó a trabajar esto tras ver la necesidad de estos muebles y el gusto de la gente hacia ellos. El problema fue la inversión, pero pidió un préstamo a una caja popular; después invirtió en el material, buscó proveedor de madera y a trabajar.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia el negocio.
<b>Capital comercial</b>	El dueño observa la necesidad del producto dentro del medio.
<b>Capital simbólico</b>	El gusto que los clientes tenían por su trabajo.
<b>Capital financiero</b>	Solicita un préstamo para poder iniciar el negocio.

### Talleres de muebles (síntesis)

El 81.25% de las fábricas de muebles son micros y 18.75% pequeñas.

**TABLA 3.22** Capital social en fábricas de muebles.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Colaboración familiar	4	0	4
Tener articulación con otras empresas	0	1	1
Apoyo y orientación del gobierno	0	1	1
Apoyo económico familiar	1	0	1
Ganar la confianza de los clientes	0	1	1
Apoyo de conocidos	2	3	5
Herencia familiar	4	0	4
N/C	3	5	8
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>25</b>

El capital social en las fábricas y talleres de muebles, de acuerdo a los testimonios, representa 68%. El 20% utiliza apoyo de conocidos, siendo importante señalarlo porque se sobrepone a las figuras familiares. La colaboración familiar y herencia familiar representan 32%, mientras que tener articulación con otras empresas, apoyo y orientación de gobierno, así como apoyo económico familiar representan 4% cada uno.

**TABLA 3.23** Capital cultural en fábricas de muebles.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en la actividad en el giro	9	8	17
Conocimiento e innovación relativos	0	1	1

(continúa)

(continuación)

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en actividad afín	1	0	1
Experimentación	1	0	1
Experiencia raquíptica	0	1	1
N/C	3	1	4
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>25</b>

El capital cultural está presente en 84% de las fábricas de muebles. De acuerdo a los testimonios, la experiencia en la actividad en el giro representa 68%, siendo importante resaltar que sólo 44% de las empresas son de relación familiar, subrayando que el aprendizaje no proviene del todo del padre de familia, quien comúnmente es el que enseña (por ejemplo en las panaderías y cajeteras). Por otro lado, el conocimiento y la innovación relativa, la experiencia en actividad afín, la experimentación y la experiencia raquíptica representan cada uno 4% de los casos.

El capital simbólico se da de la siguiente manera de acuerdo a la tabla:

**TABLA 3.24** Capital simbólico en fábricas de muebles.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Gusto del cliente por el producto	0	1	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	1	1	2
Actitud y disposición de trabajo	3	1	4
N/C	10	8	18
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>25</b>

El capital simbólico se presenta en 28% de los discursos, destacando la actitud y disposición de trabajo (16%), el proceso de posicionamiento en el mercado (8%) y el gusto del cliente por el producto (4%).

**TABLA 3.25** Capital comercial en fábricas de muebles.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Recomendación	1	1	2
Servicios afines y diversificación de productos	1	1	2
Posicionamiento por permanencia en el mercado	0	1	1
Consulta al cliente	1	0	1
N/C	11	8	19
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>25</b>

El capital comercial aparece en 24% de los talleres de muebles, destacando principalmente la recomendación, servicios afines y diversificación de productos con 8% cada uno, mientras que el posicionamiento por permanencia en el mercado y la consulta al cliente representa 4% de los casos.

**TABLA 3.26** Capital financiero en fábricas de muebles.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Apoyo gubernamental	0	1	1
Financiamiento de acuerdo a posibilidades	5	5	10
Préstamo financiero (no específica)	2	1	3
N/C	7	4	11
Total	14	11	25

El capital financiero sólo se detectó en 56% de los casos de talleres de muebles. El autofinanciamiento de acuerdo a las posibilidades se da en 40%, los préstamos financieros que se manifiestan en los discursos en 12% y el apoyo gubernamental en 4%.

## INDUSTRIAS DE ALIMENTOS

La industria de alimentos es una de las más importantes en Celaya. Se trata de aquellas unidades económicas dedicadas principalmente a la elaboración, conservación y envasado de productos alimentarios. De acuerdo a INEGI 2005, en Celaya se registran 523 unidades, ocupando el segundo lugar en unidades económicas en el estado.

Los testimonios son los siguientes:

### Entrevista 51. Micro. Fabricación de catsup, tres personas, ocho años

#### Testimonio

*La empresa tiene ocho años que empezó, entonces éramos seis socios. Se fueron desintegrando porque unos agarraban dinero y ya no lo regresaban, pura robadera. El problema fue que hacíamos catsup con salsa condimentada y se nos echó a perder mucha catsup; perdimos 320,000 y nos fuimos a la quiebra. De ahí se empezaron a salir los socios y ahorita yo sólo tengo dos años.*

<b>Trama-drama</b>	Crecimiento de la empresa; va generando paralelamente productos de sus propios insumos debido a su tamaño (es grande).
<b>Capital cultural</b>	Tienen conocimientos (se supone que especializados) y maquinaria necesaria para producirlos, pero después se tuvieron que ir actualizando, lo que implica tener que adquirir nuevos conocimientos sobre maquinaria y procesos nuevos.
<b>Capital simbólico</b>	Tiene prestigio por la buena calidad y el servicio que ofrece.

Este caso muestra lo contrario a lo que es el capital social. El problema que tuvo esta empresa fue precisamente la falta de solidaridad, de responsabilidad y ética entre los socios, ya que esto suscitaba muchos de los problemas de la organización, como el robo de dinero que menciona. Además tuvo problemas de administración.

### Entrevista 31. Grande. Productora de alimentos, 200-250 personas, 48 años

#### Testimonio

*La empresa se inició básicamente creando todos sus propios insumos, era creadora de todas las materias primas. Poco a poco la misma tecnología nos fue llevando de la mano y tuvimos que empezar a actualizarlos en tecnología y se creó nueva maquinaria, nuevos procesos que fueron eliminando tanto gente como procesos; se fue actualizando y modernizando día a día.*

<b>Trama-drama</b>	Inicia un negocio.
<b>Capital comercial</b>	Diversificación e innovación en la elaboración de alimentos a precio justo (mermeladas, cajetas, yogurt, leche condensada, etcétera).
<b>Capital cultural</b>	Se requiere innovación y diversificación de productos, así como conocimientos profesionales de un químico. Personal con capacitación.
<b>Capital social</b>	Ganar confianza con sus clientes.
<b>Capital simbólico</b>	Posicionamiento en el mercado.
<b>Capital tecnológico</b>	Maquinaria avanzada.
<b>Capital financiero</b>	Se fueron instrumentando mecanismos de eficiencia. Administrativamente se rediseñaron procesos.

### Entrevista 87. Micro. Elaboración de botanas, cuatro personas, 35 años

#### Testimonio

*Es una empresa que inició mi papá y actualmente la administramos puros hermanos.*

<b>Capital cultural</b>	Se supondría que tienen conocimiento y experiencia en el negocio.
<b>Capital social</b>	Los padres inician el negocio que ahora manejan los hijos.

### Entrevista 103. Pequeña. Empacadora de carnes frías, 35 personas, cinco años

#### Testimonio

*Empezamos como una empacadora familiar sin poder competir con las grandes empresas de renombre.*

<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar; se presupone que al ser familiar entre todos los miembros reúnen el dinero para comprar la materia prima y la maquinaria. Tienen problemas de supervivencia al competir con grandes empresas de renombre.
-----------------------	--

### Entrevista 127. Grande. Elaboración de diferentes vinos, 200 personas, 75 años

#### Testimonio

*La empresa Freixenet tuvo origen, si no mal recuerdo, en la ciudad de España, y la fundadora de esta empresa es doña Dolores Sala. Y pues la verdad la empresa cuando empezó no tuvo un gran problema que no se haya podido solucionar; pero uno de ellos es que en temporada de frío la uva se echaba a perder. Y ese fue un problema de la empresa.*

<b>Trama-drama</b>	Transición de una empresa familiar a una de varios socios.
--------------------	--

<b>Capital comercial</b>	Diversificación de varios productos.
--------------------------	--------------------------------------

<b>Capital cultural</b>	Experiencia de 75 años.
-------------------------	-------------------------

### Entrevista 154. Pequeña. Cultivo de semilla, 11 personas, más de tres años

#### Testimonio

*La empresa se creó por decisión de la familia, y los problemas que tuvimos pues fue juntar el capital y contactar a las personas especializadas en invernaderos para que nos asesoraran.*

<b>Trama-drama</b>	La empresa se conforma de familiares, y aunque hubo problemas financieros en un comienzo supieron solucionarlos.
--------------------	--

<b>Capital comercial</b>	Con la búsqueda de personas expertas en la especialización de cultivo se logró llevar a la empresa a un mejor funcionamiento.
--------------------------	---

<b>Capital financiero</b>	La familia tuvo el problema de reunir el dinero para iniciar la empresa.
---------------------------	--

### Entrevista 178. Micro. Lácteos, siete personas, 15 años

#### Testimonio

*Surgió porque yo no tenía empleo y todos mis hijos estudiaban. Aunque algunos ya me habían dicho que no querían seguir, tenía que mantener a todos. Primeramente conseguí la maquinaria básica con préstamos, y empezamos trabajando en familia.*

<b>Trama-drama</b>	En el entramado social de la cotidianidad de personas con limitados recursos, el padre de familia tiene la obligación de dar sustento a su familia.
--------------------	---

(continúa)

(continuación)

<b>Capital comercial</b>	Con el apoyo de expertos en la especialización de cultivos se logró sacar adelante a la empresa.
<b>Capital tecnológico</b>	Consiguió maquinaria con préstamos.
<b>Capital social</b>	Involucró a la familia en el trabajo, logrando instalar el negocio, gracias al esfuerzo y la cooperación de todos los miembros.
<b>Capital financiero</b>	Solicitó préstamos.

**Entrevista 354. Grande. Alimentos, 160 personas, 14 años**
**Testimonio**

*De lo que yo conozco (voy a cumplir 5 años en la empresa), de los principales han sido el abasto de materias primas de importación, y pues bueno, se solucionó; el abasto de materias primas fue un problema cuando no podía importarse carne con hueso por el problema de la encefalopatía, o sea las vacas locas, y sólo fue esperarse a que se solucionara por parte de las leyes que pudiera pasar la carne. Otro problema ha sido el crecimiento no planeado que se ha tenido en la empresa, una parte de eso fue este mismo año, que queríamos cambiarnos a otras instalaciones más grandes de almacenamiento y lo hicimos sin planear, sin planearlo muy adecuadamente. Tuvimos varios problemas, de flujo de efectivo, problemas operativos, incluso nos pegó un poco en la calidad del producto y lo solucionamos repegándonos hacia esta planta, ya no nos extendimos hacia donde queríamos, aquí estuvimos, nos repegamos y pues bueno un grupo de ingenieros hicimos un equipo de trabajo con lo que empezamos a regular todo el surgimiento, a nuestros clientes, la promoción y el almacenamiento.*

<b>Capital social</b>	Esta empresa, en su necesidad de expansión, tuvo fallas en la planeación, lo que generó algunos problemas, pero gracias al apoyo entre los miembros se ha logrado hacer un buen equipo de trabajo y están solucionando los problemas que surgen.
<b>Capital cultural</b>	Grupo de ingenieros con conocimientos especializados.
<b>Capital simbólico</b>	Se cuidó y mejoró la calidad en el producto.
<b>Capital comercial</b>	Posicionamiento en el mercado.

**Entrevista 53. Mediana. Producción de cereales, 127 personas, 1.2 años**
**Testimonio**

*El 20 de junio, cuando se dio a conocer la empresa, se fueron armando con maquinaria que fue comprada en Suiza; de ahí se fue contratando el personal; la elaboración y producción del cereal*

*era principalmente aquí en Celaya, después se fue ampliando el comercio a Querétaro, y nuestros principales clientes son: Chedraui, Waldo's, y así ya comenzamos a exportar también. En un año parece que sí hemos avanzado y es una empresa en crecimiento.*

<b>Capital social</b>	Sin conformarse con la empresa en Celaya, el dueño quiso conquistar más horizontes y así fue como amplió sus empresas y ahora es proveedor de grandes organizaciones, incluso exporta su producto.
<b>Capital tecnológico</b>	Comenzó pensando en grande comprando maquinaria extranjera.
<b>Capital simbólico</b>	Se cuidó y mejoró la calidad en el producto.
<b>Capital comercial</b>	Se fue posicionando en el mercado hasta ampliarse territorialmente.

### **Entrevista 232. Grande. Procesadora de vegetales, 950 personas, 16 años**

#### **Testimonio**

*Empezó en 1990. Los socios eran todos los productores agrícolas de la región e inició con una sola línea de proceso, una embolsadora y una línea de wekt-pack. Actualmente se tienen dos líneas de proceso, cuatro líneas de embolsadora manual y dos embolsadoras automáticas y una máquina procesadora de zanahoria. Hoy por hoy se exporta a Estados Unidos de América, Canadá y Japón.*

Este es un caso de empresas con estrategia y desarrollo.

1. El capital social de este negocio se da con el apoyo de todos los socios productores.
2. El esfuerzo y la visión se comparte con sus miembros. Implica conocimiento técnico más desarrollado en cuanto a tecnología (capital tecnológico), procesos productivos (capital tecnológico) y exportación en la organización (capital cultural).
3. Se ampliaron las líneas de producción.
4. La empresa participa en el mercado internacional.
5. No sólo se conforman con la innovación y visión que tuvieron dentro de su empresa, sino que ahora exportan sus productos (capital comercial) a Estados Unidos, Canadá y Japón.
6. Nos muestra cómo el desempeño de la empresa ayuda al desarrollo de la región (con los productores agrícolas).

### **Entrevista 155. Pequeña. Agrícola, 36 personas, siete años**

#### **Testimonio**

*Fue creada por el señor Javier Usabiaga en asociación con su hermano en el año de 1999, con sólo cinco empleados y un solo invernadero contando a la fecha con 36 empleados y 36 invernaderos.*

<b>Capital social</b>	Con la asociación de dos personas (hermanos), se llevó a cabo la conformación de la empresa que en sus inicios sólo contaba con un invernadero. Por la unión entre hermanos se da una relación de cooperación y confianza.
<b>Capital comercial</b>	La empresa ha crecido y tiene varios negocios en el ramo.

### Industrias de alimentos (síntesis)

El 57.5% de los testimonios en el sector industrial de los alimentos manifiesta algún tipo de capital social. En 30% destaca la colaboración familiar; le sigue la fusión de varios accionistas, el apoyo económico familiar, el trabajo de ganar la confianza de los clientes, representando 5% cada uno; mientras que tener articulación con otras empresas, la colaboración de familia política, la inversión de familia migrante, el apoyo de conocidos y la herencia familiar representan 2.5% de la muestra cada uno.

**TABLA 3.27** Capital social en la industria de los alimentos.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	Total
Colaboración familiar	12	0	0	0	12
Tener articulación con otras empresas	0	0	1	0	1
Colaboración de familia política	1	0	0	0	1
Fusión entre empresas o varios accionistas	0	0	2	0	2
Inversión de familia migrante	1	0	0	0	1
Apoyo económico familiar	2	0	0	0	2
Ganar la confianza de los clientes	1	1	0	0	2
Apoyo de conocidos	0	1	0	0	1
Herencia familiar	1	0	0	0	1
N/C	6	6	3	1	17
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>40</b>

**TABLA 3.28** Capital cultural en la industria de los alimentos.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	N/C	Total
Experiencia en la actividad en el giro	6	1	1	0	0	8
Conocimiento e innovación	2	0	0	0	0	2
Asesoría de un profesional	1	0	0	0	0	1
Estudios	1	0	0	0	0	1
Experimentación	0	1	0	0	0	1
Grupos de conocimiento especializados	0	1	3	0	0	4
Experiencia raquítica	1	0	0	0	0	1

Capacitación	1	0	0	0	0	1
N/C	12	5	2	1	1	21
Total	24	8	6	1	1	40

El 47.5% de los testimonios manifiesta algunas de las formas de capital cultural que se dan en la industria de alimentos. Destaca la experiencia en la actividad en el giro (20%), los grupos de conocimiento especializados<sup>8</sup> (10%) y el conocimiento e innovación (5%). La asesoría de un profesional, estudios, experimentación, experiencia raquíica y capacitación representan 2.5% cada uno. El 20% tiene conocimiento profesional.

**TABLA 3.29** Capital simbólico en la industria de los alimentos.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	N/C	Total
Gusto del cliente por el producto	1	0	0	0	0	1
Reconocimiento del producto	0	1	0	0	0	1
Prestigio por calidad y servicio	0	0	1	0	0	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	3	0	0	0	0	3
Actitud y disposición de trabajo	1	0	0	0	0	1
N/C	19	7	5	1	1	33
Total	24	8	6	1	1	40

Sólo se encontró indicios de capital simbólico en 17.5% de las empresas de alimentos, destacando el proceso de posicionamiento en el mercado con 7.5%, mientras que el gusto del cliente por el producto, el reconocimiento del producto, el prestigio por calidad y servicio, así como la actitud y disposición representan 2.5% de la muestra, de manera individual.

**TABLA 3.30** Capital comercial en la industria de los alimentos.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	N/C	Total
Servicios afines y diversificación de productos	2	0	1	0	0	3
Oportunidades en temporada	1	0	0	0	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	0	0	2	0	0	2
Consulta al cliente	2	0	0	0	0	2
Innovación en las formas de venta	0	0	1	0	0	1
N/C	19	8	2	1	1	31
Total	24	8	6	1	1	40

<sup>8</sup> Esto habla de la alta profesionalización de las empresas.

Sólo el 22.5% manifestó alguna forma de capital comercial en la industria de alimentos.

Destacan los servicios afines y la diversificación del producto (7.5%), el posicionamiento por permanencia en el mercado (2.5%), la consulta al cliente (2.5%) y la innovación en las formas de ventas (2.5%).

**TABLA 3.31** Capital tecnológico en la industria de alimentos.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	N/C	Total
Maquinaria adecuada	0	0	1	0	0	1
Maquinaria avanzada	0	0	2	0	0	2
Baja maquinaria y tecnología	1	0	0	0	0	1
N/C	23	8	3	1	1	36
Total	24	8	6	1	1	40

Sólo el 10% de los testimonios hacen referencia al capital tecnológico; 5% habla de maquinaria avanzada y 2.5% de maquinaria adecuada y baja maquinaria cada uno.

**TABLA 3.32** Capital financiero en la industria de alimentos.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	N/C	Total
Apoyo económico familiar	1	0	0	0	0	1
Ahorro por temporadas	1	0	0	0	0	1
Préstamo financiero (no específica)	2	0	0	0	0	2
Dispositivos de eficiencia	0	0	1	0	0	1
N/C	20	8	5	1	1	35
Total	24	8	6	1	1	40

Sólo 12.5% de los testimonios hacen referencia a formas de capital financiero. El 5% menciona el préstamo financiero, mientras que el apoyo económico familiar, el ahorro por temporadas y los dispositivos de eficiencia representan 2.5% cada uno.

## PROCESAMIENTO DE LÁCTEOS

Son aquellas unidades económicas dedicadas principalmente al tratamiento (pasteurización, homogeneización, condensación, etcétera) y envasado de leche condensada, evaporada y en polvo, así como productos elaborados derivados de la leche: quesos, yogurt, cremas, etcétera. Los testimonios se presentan a continuación.

**Entrevista 101. Micro. Lácteos, cuatro personas, cinco años****Testimonio**

*Surgió porque empecé a asistir a programas de Probecat y me impulsaron a iniciar mi propio negocio. Busqué el apoyo del gobierno, que gracias a Dios me dieron, así pude ambientar un lugar en mi propia casa para vender mi producto.*

<b>Trama</b>	Inicio de una empresa con orientación y apoyo gubernamental.
<b>Capital cultural</b>	En el programa de emprendedores del gobierno se le asesoró para que inicie un negocio Pymes.
<b>Capital financiero</b>	Apoyo gubernamental. Cabe destacar que la empresa posteriormente se hizo familiar.

**Entrevista 109. Pequeña. Procesadora de materias primas lácteas, tres personas, 17 años****Testimonio**

*Pues problemas, ahora sí que nada más cuando los encargados del taller se jubilan, porque hay que volver a encontrar a alguien con ese perfil para que se quede encargado, pero de ahí en fuera no hay nada qué reprochar.*

<b>Trama</b>	Empresa pública educativa.
<b>Capital cultural</b>	El problema significativo es preparar a las personas para un puesto determinado (capacitación).

**Entrevista 331. Micro. Productos lácteos, cuatro personas, 12 años****Testimonio**

*Primeramente mi papá empezó. En sus inicios repartía leche a las casas y poco a poco eso se fue yendo para abajo, y optamos por procesar la leche para hacer queso. Hace como ocho años lo hacíamos manualmente y posteriormente empezamos a meter maquinaria para acelerar el proceso; casi casi nos volvimos a enseñar porque lo hacíamos manual.*

<b>Trama</b>	La empresa es familiar y fue iniciada por el padre.
<b>Capital comercial</b>	Al surgir el problema de bajas ventas como distribuidor de leche, se genera una conversión de giro y deciden elaborar queso de forma manual (con mayor valor agregado).
<b>Capital tecnológico</b>	Compran maquinaria y juntos aprenden el manejo de la misma.

**Entrevista 339. Pequeña. Procesamiento de productos lácteos, 13 personas, 20 años**
**Testimonio**

*Mis abuelitos empezaron, porque mi abuelita cuando era recién casada le ayudaba a hacer quesos a una señora. Ya después fue aprendiendo mucho y dejó de trabajar para la señora y puso su propio negocio junto con mi abuelito. Hasta la fecha es una herencia muy bonita que nos han dejado.*

<b>Capital cultural</b>	Este negocio comenzó dos generaciones atrás del propietario actual. Es la abuelita quien conoce del negocio por haber trabajado en uno similar.
-------------------------	---

<b>Capital social</b>	Negocio heredado de generación en generación hasta llegar a los nietos.
-----------------------	---

**Entrevista 330. Micro. Elaboración de productos lácteos, cuatro personas, 12 años**
**Testimonio**

*El papá era repartidor de leche, posteriormente empezó a procesar queso, y así sucesivamente. El problema era el bajo consumo de leche, por eso se empezó a procesar el queso. Al procesar la leche se compró el equipo de pasteurización rápida, y esto se alcanzó con años de trabajo y esfuerzo. La falta de espacio para producir más fue un problema, pues era una casa habitación, por lo que se adaptó la casa para un mayor espacio.*

<b>Capital cultural</b>	La creación de la empresa surge de una familia.
-------------------------	---

<b>Capital comercial</b>	Crean un nuevo producto que requiere leche para su elaboración. De esta manera evitaron desperdiciar leche e inculcaron el consumo de lácteos entre la gente.
--------------------------	---

<b>Capital tecnológico</b>	Tener maquinaria básica; sin embargo, todavía trabajan en un pequeño taller improvisado.
----------------------------	--

**Entrevista 332. Mediana. Fabricación de productos lácteos, 100 personas, 12 años**
**Testimonio**

*Acerca de esto, pues al inicio de la empresa obviamente se contaba con poco capital y evidentemente esta empresa es familiar desde la persona que inició la empresa, se dedicaba a comprar leche y entonces... comprar leche en la mañana, la trabajaba, la procesaba, la convertía en queso, la guardaba en los refrigeradores de su casa, de su domicilio y posteriormente empezaba a vender. Compraba a lecheros la leche y la procesaba en su casa; pues cuántos litros pudo haber manejado a lo mejor unos cuarenta, ochenta litros; y ya posteriormente él lo procesaba en su casa y lo metía al refrigerador de su mamá y posteriormente salía a venderlo. Y evidentemente cuando fue avanzando la empresa, fue necesario el obtener mayores recursos para efectos de comprar lo necesario. Tengo entendido que lo que adquirió primero... en principio fue una máquina centrifugadora, la que separa la leche de la crema, de la leche. Entonces ya se empieza a vender ese producto que es la crema y obviamente se empieza a tener un mayor beneficio. Obviamente al principio se contra-*

*taron dos trabajadores y posteriormente se fueron contratando más trabajadores, y pienso que fueron los problemas principales, el abrirse paso, porque al momento que se abre un nuevo producto tienes ciertos problemas para venderlo, ya posteriormente pues va creciendo.*

<b>Trama</b>	El inicio de esta empresa es familiar. Una persona empezó por procesar la leche, la guardaba en el refrigerador de su mamá (recursos disponibles) y él mismo salía a ofrecer el queso. Los trabajadores en un inicio tuvieron problemas que al momento de crecer disminuyeron con más puestos y capacitaciones para todos los trabajadores de la empresa.
<b>Capital tecnológico</b>	Adquiere algunas máquinas, lo que le permitió elaborar crema.
<b>Capital social</b>	La empresa termina siendo familiar al fusionarse con un hermano.

### **Entrevista 338. Micro. Lácteos, 10 personas, ocho años**

#### **Testimonio**

*Surgió como alternativa de empleo, sin capital de trabajo y de infraestructura; fue una creación propia. [Más adelante comentan sobre los logros]: primeramente la creación y mantenimiento de la empresa, contar con el distintivo Guanajuato a la calidad; ser parte de la primera integradora de lácteos a nivel estatal.*

<b>Trama</b>	El inicio de esta empresa es familiar. Una persona empezó por procesar la leche, guardarla en el refrigerador de su mamá (recursos disponibles) y él mismo salía a ofrecer el queso. Los trabajadores en un inicio tuvieron problemas que al momento de crecer fueron disminuyendo con más puestos y capacitaciones para todos los trabajadores de la empresa.
<b>Capital social</b>	Empresa creada con la finalidad de dar empleo a la gente, aunque no hubiera trabajo ni material suficiente para hacerlo. Es una empresa familiar, y está en una fase de integración con los productores.
<b>Capital cultural</b>	Tienen conocimiento por calidad.

### **Entrevista 326. Micro. Fabricante y distribuidor de productos lácteos, ocho personas, ocho años**

#### **Testimonio**

*Mi abuelo tiene un rancho y toda su vida se ha dedicado a la elaboración de productos lácteos, y pues la tradición, de ahí surgió lo que hoy es la empresa.*

<b>Capital cultural</b>	Empresa familiar que continuó por tradición, por algo que el señor había hecho toda su vida y lo seguía haciendo; con esto se generó un seguimiento por parte de la familia y de las personas que trabajaban en la empresa. Su capital social se transfirió de generación en generación.
-------------------------	--

<b>Entrevista 418. Micro. Procesadora de productos lácteos, seis personas, tres años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>No es muy larga, lo que pasa es que mi abuelo desde niño hacía queso; él sabía hacer queso y de eso vivió mucho tiempo, y yo aprendí. Aprendimos casi todos allí en la casa y pues ya así empezó.</i>	
<b>Trama</b>	Continuar con una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	El abuelo dedicó toda su vida a trabajar en esta actividad (hacer quesos); de ello lograba mantenerse, por lo cual es muy probable que sus nietos, al ver que a su abuelo no le iba mal, empezaron, por curiosidad, a aprender a hacer quesos.

### Productos lácteos (síntesis)

De acuerdo a la muestra, aproximadamente 70% son empresas micros, 20% son pequeñas y 10% son medianas. El 80% son familiares, 10% son de único dueño y 10% son instituciones públicas.

**TABLA 3.33** Capital social en las empresas de productos lácteos.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Institución pública	Total
Colaboración familiar	5	0	0	0	5
Apoyo y orientación de gobierno	1	0	0	0	1
Herencia familiar	2	0	0	0	2
N/C	0	1	0	1	2
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital social manifestado en los discursos representa 80%, donde principalmente existe colaboración familiar con 50%; le sigue la herencia familiar con 20%; y, por último el apoyo y orientación del gobierno con 10% de los resultados de la muestra.

**TABLA 3.34** Capital cultural en las empresas de productos lácteos.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Institución pública	Total
Experiencia en la actividad en el giro	6	1	0	7
Asesoría de un profesional	1	0	0	1
Experiencia raquítica	1	0	0	1
Capacitación	0	0	1	1
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital cultural en el sector de productos lácteos es del 100%. En primer lugar existe la experiencia en la actividad en el giro con 70%, mientras que la asesoría de un profesional, la experiencia raquíca y la capacitación se da en 10% de la muestra.

**TABLA 3.35** Capital simbólico en las empresas de productos lácteos.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Institución pública	Total
Reconocimiento del producto	1	0	0	1
Prestigio por calidad y servicio	1	0	0	1
N/C	6	1	1	8
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital simbólico está presente en 20% de los casos, conformado por el reconocimiento del producto, así como prestigio por calidad y servicio (10% cada uno).

**TABLA 3.36** Capital comercial en las empresas de productos lácteos.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Institución pública	Total
Servicios afines y diversificación de productos	3	0	0	3
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	0	1
N/C	4	1	1	6
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital comercial de los productores de lácteos es referido en 40%, principalmente servicios afines y diversificación de productos representado por 30% y el posicionamiento por permanencia en el mercado con 10% de la muestra.

**TABLA 3.37** Capital tecnológico en las empresas de productos lácteos.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Institución pública	Total
Maquinaria adecuada	2	0	0	2
Maquinaria rústica	1	0	0	1
N/C	5	1	1	7
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital tecnológico se manifiesta en los testimonios de empresas de productos lácteos representando 30%, destacando maquinaria adecuada (20%) y maquinaria rústica (10%).

**TABLA 3.38** Capital financiero en las empresas de productos lácteos.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Institución pública	Total
Apoyo gubernamental	1	0	0	1
Financiamiento de acuerdo a posibilidades	1	0	0	1
N/C	6	1	1	8
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

El capital financiero sólo está presente en 20% de las empresas de productos lácteos, que corresponde a apoyo gubernamental y financiamiento de acuerdo a posibilidades, cada uno con 10%.

## FÁBRICAS DE PROCESAMIENTO DE PAPEL Y CARTÓN

De acuerdo a INEGI (2005) la fabricación de otros productos de papel y cartón está a cargo de siete unidades económicas, ubicándose en el treceavo lugar. Los testimonios de las fábricas de procesamiento de papel se muestran a continuación.

<b>Entrevista 325. Mediana. Fabricación de papel y cajas de cartón, 110 personas, 50 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<p><i>Hablando con el señor José Refugio, nos ha platicado que él inició con nada, fabricando las láminas de cartón enchapopotadas, y aquí en lo que él compró, estos terrenos en el Barrio de San Juan, se iba llenando de la gente misma que ya vivía aquí a su alrededor; no había luz, él tuvo que cablear, que poner postes, agua de igual manera. Él les ayudaba a la gente que vivía aquí cerquita a darles agua, a darles luz, entonces fue algo muy bonito porque fue un "tú me das y yo te doy"; la gente trabajaba aquí y de aquí también se abastecía de algunos servicios que obviamente ellos no tenían, pero que ya estando la fábrica aquí, pues les ayudó. Y así fue como él empezó a crecer, imagínate te digo hace 50 años, de hecho tiene fotos en lo que es la sala de juntas y se ven uy, ya bien pasadas de moda. Y así él inició; empezó a comprar maquinaria, empezó a asesorar, a irse a capacitar para poder venir a capacitar aquí a su personal. Y bueno él inició así. Actualmente ya que sus hijos son adultos igual ya tienen cada quien su fábrica, entonces lo pesado y lo difícil fue para él, el inicio, empezar; y ya ahorita pues él tuvo un cimiento muy grande, y un ejemplo a seguir para todos.</i></p>	
<b>Trama</b>	Inicio de empresa que posteriormente se volvieron varias empresas familiares en el mismo ramo.
<b>Capital tecnológico</b>	La utilización de tecnología y la compra de terreno le ayudó a construir su empresa y a mejorar cada vez más.
<b>Capital social</b>	Fue empleando a las personas de la comunidad del barrio de San Juan, donde generó una infraestructura de energía y agua potable para su empresa que también benefició a las personas del barrio, en la lógica de reciprocidad "tú me das y yo te doy". Fue ganando confianza en la comunidad receptora laboral.
<b>Capital cultural</b>	Se fue asesorando y capacitando, así como a su personal.

**Entrevista 297. Micro. Corrugados, 10 personas****Testimonio**

*La planta Cartonera Modelo inicia operaciones en el año de 1949, con la elaboración de láminas de cartón gris y acanalado con chapopote. Desde su fundación se decide entrar en el mercado de cajas de cartón corrugado, se instala una máquina de producción de papel y una corrugadora para láminas de cartón corrugado como algunas máquinas para convertir el cartón en cajas con empaque. Hasta el año de 1973 cambia su razón social a Papel Cartón y Derivados S.A. de C.V., la cual es fundada por el señor Refugio González Ibarra, empresario celayense que con trabajo y gran visión formó y desarrolló lo que hoy en día es la empresa, dirigiendo el destino de la misma hasta el año de 1996.*

<b>Trama</b>	Continuación de una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	El dueño de la empresa acumuló conocimiento en el subsector y en los negocios.
<b>Capital comercial</b>	Experimentó un ligero giro al innovar en un sector que crecía porque fue un insumo importante para el embalaje de muchos productos.

**Entrevista 64. Mediana. Fabricación de empaques de cartón, 135 personas, 3.5 años****Testimonio**

*En sí la empresa es muy joven, como te vuelvo a repetir, antes era una empresa con razón social, perdón, con actividad empresarial pero a partir de dos años y medio a la fecha estamos facultados como "X"; la fusión se dio y nosotros estábamos en Rosas Moreno. Empezó como una pequeña planta ¿por qué? Porque no teníamos toda la maquinaria con la que contamos en este momento. ¿Qué fue lo que pasó? Le prestaron instalaciones al director de la empresa por parte de su papá, para poder hacer él mismo su planta, que es donde estamos actualmente. ¿Cuál fue la problemática? Precisamente conseguir el capital para poder hacer esta inversión. ¿Cómo fue? Pues con base en los tres años que llevamos allá, lo que fue personal, compra de maquinaria, instalaciones y hacer todo lo que es esto en conjunto, la problemática principal fue esa, el cambio de, o sea de ser una planta nueva te queda mucha inversión, subes costos, y también tienes que ver lo de producción pues son muchos, muchos conjuntos, pero ahora sí que la problemática principal fue esa, el cambio de instalaciones o la planta nueva.*

<b>Trama</b>	La empresa inicia recientemente, derivada de empresas afines familiares.
<b>Capital social</b>	El apoyo familiar (de su padre) para hacer una empresa derivada de sus empresas. Implica conocimiento y cierta posición con proveedores, en el mercado, etcétera (no inicia de ceros, tiene un capital social con los diversos actores económicos).
<b>Capital cultural</b>	Experiencia en el ramo.

(continúa)

(continuación)

<b>Capital comercial</b>	Se supone que se fue posicionando rápidamente en el mercado, por la afinidad de su empresa con la de sus familiares.
<b>Capital tecnológico</b>	Actualmente tiene maquinaria adecuada (de reciente adquisición).

### Entrevista 65. Pequeña. Fabricación de papel corrugado

#### Testimonio

*Esta empresa es parte de un grupo, son varias empresas. Varias empresas sin tener que ver entre sí se formaron por las necesidades de otras. Nosotros pertenecemos al grupo de PCDE, de la cartonera que está en Rosas Moreno, entonces tenían muchísimos clientes y debido a eso entonces dijeron sabes qué, vamos a crear Corrugados de Papel y Cartón, que se va a encargar de un giro que es la fabricación de papel y cartón corrugado. Los problemas que existieron pues era realmente al principio, nada teníamos un solo proveedor, y un solo cliente, y a raíz de eso duramos un buen tiempo con uno solo. Para creación, la instalación no hubo necesidad porque ya viene de una antigüedad por eso las empresas que son de nueva creación, así nuevecitas, sin tener ningún antecedente atrás tardan mucho en abrir en licencias, pero nosotros afortunadamente como ya teníamos atrás un respaldo, nos ha sido fácil estar. En realidad aquí es una empresa familiar, pero muy modernizada, o sea la empresa trabaja por sí sola, tiene sus propios proveedores, sus propios clientes, por esa razón no hemos tenido problemas; aun cuando perteneces a un grupo no estás propiamente ligados a ellos. Tú trabajas de manera independiente y eso es lo principal en una empresa porque cuando estás ligados a otras generalmente no puedes caminar, porque las otras te rezagan o te hacen crecer, pero aquí afortunadamente somos independientes al cien por ciento, y te digo el mayor logro, y de ahí lo baso y lo vuelvo a repetir es la permanencia, entonces se está haciendo algo bien al mantenerse son las ganancias (sic). El día en que cerremos esto que ojalá y no sea pronto, es cuando vamos a tener muchos inconvenientes.*

<b>Trama</b>	Inicia empresa en ramas afines a otras empresas familiares.
<b>Capital social</b>	El apoyo familiar (de su padre) para constituir una empresa derivada de sus empresas. Implica conocimiento y cierta posición con proveedores, en el mercado, etcétera (no inicia en cero, tiene un capital social con los diversos actores económicos). Las empresas, aparte del apoyo familiar, se han constituido y fortalecido en grupo de empresas. La fuerza de estas empresas es de matriz familiar y corporativa. <sup>9</sup> No tuvieron grandes problemas porque la familia conoce del negocio.

<sup>9</sup> El aspecto doméstico de la familia ha quedado delegado por cuestiones de profesionalización empresarial. Esto también ha permitido relativa autonomía entre las empresas familiares.

<b>Capital cultural</b>	Ya tienen conocimiento en el giro.
<b>Capital simbólico</b>	Proceso de posicionamiento en el mercado.

### Entrevista 150. Mediana. Papel

#### Testimonio

*Tenemos más de 25 años. Esta es una empresa familiar que poco a poco, por las demandas de nuestros clientes, nos hemos ido conformando como una empresa más rentable, y pues empezamos por trabajar formatos de oficina, y ahorita ya hemos escogido el rumbo de acuerdo a las demandas de nuestros clientes de materiales de empaque; principalmente es a lo que nos hemos enfocado, es nuestro fuerte. Y ahí nos hemos no estancado pero es nuestro fuerte, y seguimos haciendo de todo el material de empaque; comprende tanto los instructivos como cajas para contener productos, etiquetas, principalmente todo tipo de publicidad, libros, revistas. Cuando iniciamos siempre hemos tenido problemas de financiamiento y recurrimos a varios bancos al mismo tiempo a ver quién, y a veces hemos encontrado eco, y a veces no, y con muchos sacrificios.*

<b>Trama</b>	Inicia empresa en ramas afines de otras empresas familiares.
<b>Capital social</b>	Es una empresa de relación familiar.
<b>Capital comercial</b>	Ha crecido en el mercado por la demanda de sus clientes y por la diversificación de productos (horizontales) derivados del mismo producto en el ramo de la industria papelerera. Esto permitió cierta inserción en un campo económico específico (mercado) logrando cierto lugar en el mercado.
<b>Capital financiero</b>	Para impulsar la empresa se requieren recursos financieros; han recurrido a instituciones (mediadoras financieras) y deja entrever otras fuentes de financiamiento (apoyo de alguien) (capital social).

### Entrevista 160. Pequeña. Fábrica de cajas de regalos

#### Testimonio

*La empresa se inició hace seis años. Inicialmente fue una microempresa ya que inició únicamente con dos personas, la cual fue creciendo gracias al apoyo del gobierno municipal, ya que se les dieron facilidades para colocarse en el stand de la feria a diferentes artesanos en la cual se encontraba Jovan's. Al igual en el jardín en fechas como son 14 de febrero, el 10 de mayo, etcétera, de ahí creció el mercado y la oportunidad de contratar más personal y se conoció algunos compradores de mayor edad para los cuales actualmente se les vende.*

<b>Capital social</b>	Aunque en sus inicios tuvo poco personal, la empresa finalmente se hizo de un equipo de trabajo mayor.
<b>Capital simbólico</b>	Gracias al gobierno logró establecer su negocio en los lugares de mayor comercio, logrando vender más de su producto y dándose a conocer.

### Fábricas de procesamiento de papel y cartón (síntesis)

En el análisis del tamaño, encontramos que 20% de las empresas de papel y cartón son micro, 20% son pequeñas y 60% son medianas. El 100% de las empresas son de relación familiar.

Dentro de algunas de estas empresas encontramos la importancia del capital social, que se impulsa por la matriz de la vía familiar (en el caso de las empresas del Sr. González) y después permite la articulación de varias empresas con el apoyo entre ellas. Las redes sociales que van generando estas familias les permite posicionarse económica, política (con referencia al poder) y culturalmente en el campo industrial de esta rama. Han ampliado y fortalecido su capital cultural con experiencia, profesionalización e incorporación de equipos de trabajo.

**TABLA 3.39** Capital social en las empresas de papel y cartón.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Colaboración familiar	2		2
Colaboración de familia política	1		1
Herencia familiar	1		1
N/C	1		1
<b>Total</b>	<b>5</b>		<b>5</b>

En general, 80% de las empresas de papel y cartón experimenta los beneficios del capital social, de las cuales 60% se apoya en la colaboración familiar (incluyendo familia política, 20%) y en 20% de los casos existe la transferencia de propiedades por herencia. La presencia del capital social hace que la empresa de la familia González se expanda y se posicione en el subsector de la fabricación de otros productos de papel y cartón. Las redes de influencia y poder se van consolidando en las distintas esferas sociales, facilitando el emprendimiento de nuevas empresas en el seno de la familia. Es interesante entender que la matriz de las empresas está determinada en el gremio por la familia González y no como en otros casos que va del gremio a la familia. Cabe señalar que la maniobra de no depender de un solo cliente y diversificar les permitió irse posicionando en los mercados.

**TABLA 3.40** Capital cultural en las empresas de papel y cartón.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en la actividad en el giro	5	0	5
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>

La experiencia y el conocimiento de las empresas por parte del Sr. González y su familia les ha permitido no sólo reproducir el manejo ordinario de la empresa, sino potenciar un estilo de cultura empresarial. Por otro lado, este ejemplo muestra una transición en la que las empresas familiares se “profesionalizan”, abandonando la gestión empírica por capital cultural escolar,<sup>10</sup> y

<sup>10</sup> Contreras Soto, Ricardo y Alejandra López Salazar, “Exploración sobre el capital cultural (escolar) del microempresario en México y algunas reflexiones sobre su importancia en la competitividad”.

manteniendo una autonomía relativa. También el perfil de las empresas familiares transita a la formalización de la organización.<sup>11</sup>

**TABLA 3.41** Tabla de capital simbólico en las empresas de papel y cartón.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Total
Proceso de posicionamiento en el mercado	1	1
Actitud y disposición de trabajo	1	1
N/C	3	3
Total	5	5

En general 40% de las empresas tienen capital simbólico. El proceso de posicionamiento en el mercado y actitud y disposición de trabajo representan 20%. Es importante recordar que hubo un trabajo con el barrio para instalarles agua y luz, así como ofrecer trabajo en la empresa. Es decir la empresa goza de cierto prestigio en la comunidad.

**TABLA 3.42** Capital comercial en las empresas de papel y cartón.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Total
Servicios afines y diversificación de productos	1	1
Ganar la confianza de los clientes	1	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	2	2
N/C	1	1
Total	5	5

Al parecer hay un posicionamiento por permanencia en el mercado en 40% de las empresas de este sector; los servicios afines y diversificación de productos, así como el trabajo de ganar confianza con clientes (vecinos) representan 20%. La reflexión indica que lo que les permite incorporarse adecuadamente al mercado es el apoyo familiar (en primer lugar), la diversificación afín a la producción (incorporando nuevas empresas), así como la innovación en las empresas (recordemos que se empezó con láminas de papel enchapopotadas hasta irse abriendo paso en las distintas formas de embalaje de cartón y papel reciclado).

## TEXTILES

De acuerdo a INEGI (2005), la industria textil en Celaya está compuesta de las siguientes unidades productivas en el sector manufacturero:

1. Confección de ropa sobre medida: 18 unidades (ocupando el octavo lugar en cuanto a unidades).
2. Confección en serie de uniformes: 12 unidades (ocupando el décimo lugar).

<sup>11</sup> Vid. Contreras Soto, Alejandro y Rafael Regalado Hernández, *Potencialidades y problemas en empresas de participación familiar en las Mipymes (Estudio local en Celaya, Guanajuato)*.

3. Confección de productos bordados y deshilados: tres unidades (empatado).
4. Fabricación de banderas y otros productos confeccionados: tres unidades.

Éstas son las actividades más destacadas del sector textil en Celaya. En cuanto a los testimonios encontramos lo siguiente.

#### Entrevista 7. Textiles. Micro. Diseño de vestidos y trajes

##### Testimonio

*Primero estudié corte y confección, y empecé haciendo uniformes y seguí estudiando diseño por puro gusto, y con el tiempo la gente me buscó mucho hasta que decidí abrir mi negocio.*

<b>Capital cultural</b>	El negocio comenzó por el gusto en el diseño de ropa y a partir de ello la entrevistada se profesionalizó.
<b>Capital simbólico</b>	A sus conocidos les gustaba el trabajo y demandaban sus diseños, por lo que decide abrir su establecimiento.

#### Entrevista 32. Mediana. Exportación ropa deportiva, 90 personas, ocho años

##### Testimonio

*Se abrió en la ciudad de Irapuato, pero tuvo problemas en cuanto a su administración; después de dos años se cambió al Varal de Cabrera, municipio de Abasolo, Guanajuato, cambiando a su vez de administrador.*

<b>Capital cultural</b>	Había un desconocimiento total del mercado de esa región, lo que llevó a la empresa a no tener el éxito esperado (ensayo-error), de manera que tuvieron que cambiar de lugar de operaciones en busca de un mejor mercado. También se hizo un cambio de administrador.
-------------------------	---

#### Entrevista 37. Textiles. Pequeña. Maquiladora

##### Testimonio

*La empresa comenzó hace dos años y nuestro principal problema fue en la selección y capacitación del personal, puesto que la mayoría de ellos no contaban con los conocimientos para manejar las maquinarias de coser e industrial, y pues lo solucionamos con un intenso programa de capacitación.*

<b>Capital cultural</b>	En este caso era muy limitado, porque las personas que eran contratadas no tenían conocimiento en el manejo de la maquinaria, lo que fue solucionado con cursos de capacitación.
-------------------------	--

**Entrevista 66. Micro. Textil, 10 personas, dos años****Testimonio**

*Principalmente no teníamos el capital suficiente, pero teníamos el sueño de tener nuestra propia empresa, y pues le pedimos un préstamo a un hermano, y ya la pusimos, y con el paso del tiempo obtuvimos ganancias y le pagamos.*

**Trama**

Iniciar una empresa.

**Capital social**

Encontró el apoyo en su hermano, quien le ofreció un préstamo con el cual levantó su negocio exitoso, ya que pudo pagar la deuda.

**Entrevista 67. Micro. Fabricación de ropa, 16 personas, 20 años****Testimonio**

*Gracias a Dios no hemos tenido problemas. Empezamos de abajo, muy fuerte, pero gracias a Dios hemos salido adelante. Los clientes que tenemos son los mismos de hace 20 años y nos han hecho sobrevivir, y no nos interesa crecer más porque a veces los trabajadores te piden muchas prestaciones y luego no se las puedes dar, por lo mismo de que a veces hay, y a veces no. Y aunque no haya trabajo se les tiene que pagar. En una respuesta posterior nos indica cómo se involucran con los trabajadores en una dinámica de generar proximidad por medio de compadrazgos: ¿Es una empresa familiar? Contesta: Haz de cuenta de que sí tenemos mucha familia porque tenemos ahijados, comadres, cuñados, pero no hemos tenido problemas porque mis empleados me han durado mucho tiempo.*

**Capital comercial**

Se hace énfasis en la lealtad de parte de sus clientes, ya que los han seguido por más de 20 años. La lealtad no es un acto de fe, es un proceso de responsabilidad con el cliente que permite ganarse su confianza. Aunque desde el punto de vista del *management* no querer crecer podría ser mediocre, desde el punto de vista del capital social evidencia un gran compromiso y responsabilidad con sus trabajadores, pues consideró que actualmente es bueno limitar su crecimiento.<sup>12</sup>

(continúa)

<sup>12</sup> Las relaciones sociales se van configurando en ciertos ambientes que llamaremos positivos laborales. Las organizaciones son también campos de socialización donde las personas se relacionan de acuerdo a los procesos sociales, como son afectos, experiencias, solidaridades (capital social interno); por ello se instituyen relaciones como el compadrazgo. Puede que esta figura de relación se haya establecido anteriormente, pero también puede suceder que se establezcan en los procesos de resocialización en las organizaciones. De acuerdo a Rhum en Barfield (2000: 124) se define como “una forma de parentesco ritual derivado del apadrinamiento ante la iglesia católica, que se encuentra en España, Latinoamérica y Filipinas (Hart, 1977). “La relación de padrinos crea vínculos permanentes de obligación y afecto mutuos entre los padrinos y sus ahijados, así como entre los padrinos y los padres naturales de los ahijados.” Estas relaciones de compadrazgo han permitido la estabilidad laboral en las empresas, así como grados de compromiso mutuo y una identidad más próxima a la familiar, distinta a la relación distante de sólo ser trabajador o patrón. Es un tema de capital social interno en las organizaciones que se necesita investigar con mayor profundidad. En cuanto a las relaciones sociales fundadas en el compadrazgo, ésta es una figura cultural de selección y distinción dada por los actores, que tiene que ver con los lazos de amistad y compromiso que se quieren institucionalizar (por lo tanto perdurar) en un entre-fondo religioso. Todo ello afecta positivamente

(continuación)

	<p>Tirso Suárez, investigador de la Universidad Autónoma de Yucatán, planteó una reflexión sobre la dinámica de las Mipymes preguntándose: ¿todas las empresas necesitan ser grandes? Esta es una idea muy difundida por el <i>management</i> (una ideología), que considera que la mejor empresa es la corporación, cuando resulta que mundialmente es la más irresponsable, ventajista, depredadora y poco comprometida<sup>13</sup> con la comunidad. Las Mipymes pueden tener una mayor responsabilidad social en sus territorios, y con el mundo en referencia a la sustentabilidad.</p>
--	---

### Entrevista 68. Pequeña. Industrial, 13 personas, 10 años

#### Testimonio

*Mi negocio empezó hace aproximadamente 10 años debido a que me gustaba hacer dibujos de ropa de niña, y un día pensé por qué no hacer todos los dibujos que me venían a la mente, pero el principal problema que encontré fue que no contaba con capital para poner el negocio. Pedí prestado y compré unas máquinas. Con ayuda de mi hermana que tenía algún conocimiento en la costura comencé a fabricar ropa infantil de niña en pequeñas cantidades. Como me gustaba crear mis propios diseños la ropa se vendía bien, y así pude ampliar el negocio hasta lo que es hoy. El nombre de mi empresa surgió a partir del nacimiento de mi sobrina Fany en el tiempo en el que empezaba a fabricar.*

<b>Trama</b>	Este negocio comienza por el simple gusto de una persona por dibujar, crear e inventar ropa infantil.
<b>Capital social</b>	Apoyo de su hermana, quien tenía ciertos conocimientos de costura.
<b>Capital financiero</b>	Enfrentó a un problema bastante grande, la falta de capital. Lo solucionó solicitando un préstamo.
<b>Capital tecnológico</b>	Compra de maquinaria.

### Entrevista 69. Micro. Industria textil, cuatro personas, tres años

#### Testimonio

*Empezó porque al momento de casarme con mi esposo, yo necesitaba dinero, pues ya ve que para todo se necesita. Mi esposo comenzó vendiendo ropa de otras personas, y con lo que ganábamos*

la organización donde se supone que las relaciones sociales entre las personas cambian relativamente, dándole mayor estabilidad y solidaridad. Contreras, Ricardo y Rafael Regalado, *Potencialidades y problemas en empresas de participación familiar en las Mipymes (Estudio local en Celaya, Guanajuato)*. Disponible en Internet en: [www.eumed.net/libros/2008c/437](http://www.eumed.net/libros/2008c/437).

<sup>13</sup> Ver el documental *La corporación de Achbar*, Abbott y Bakan (2006).

*ahorramos para poner nuestro propio negocio. Así conseguimos algo de capital y compramos nuestra primera máquina y poco a poco nos iba yendo muy bien, y así empezamos a fabricar ropa hasta llegar a nuestro negocio.*

<b>Trama-drama</b>	Necesitaban dinero y decidieron poner un negocio.
<b>Capital social</b>	Familiar, apoyo entre esposa y esposo.
<b>Capital cultural</b>	Tienen cierta experiencia en venta de ropa.
<b>Capital financiero</b>	Esquema de autofinanciamiento de acuerdo a posibilidades.
<b>Capital tecnológico</b>	Se compró maquinaria.

#### **Entrevista 121. Pequeña. Textil y elaboración y venta de artículos de piel, 50 personas, 10 años**

##### **Testimonio**

*El negocio lo comencé hace 10 años. Yo provengo de una comunidad muy cercana a este pueblo. Nací y crecí en el rancho de mi padre; siempre estuve en contacto con lo que es la vida de un ranchero. La idea propiamente era de mi papá, que siempre quiso fabricar artículos (ropa) ranchera, así cuando nos vimos un poco aliviados de dinero, decidí comenzar a elaborar cobija, después ropa y por último botas. La ayuda para la confección fue primero de mi mamá y de mis hermanas, pero después ya no era suficiente y comenzamos a contratar gente del rancho. Entre lo que sabíamos unos y otros nos ayudamos, pero yo siempre he estado al frente.*

<b>Trama</b>	Empresa familiar. Los dueños vienen del rancho y fabrican productos para rancheros. Debido a su <i>habitus</i> , el papá quería (deseo-gusto) realizar esta actividad.
<b>Capital social</b>	Trabaja la familia, pero también involucra a miembros de su comunidad. Primero empezó con la ayuda de su mamá y hermanas en la producción y después con gente de la localidad, con quienes compartían el conocimiento (capital cultural).
<b>Capital financiero</b>	Ahorro.

#### **Entrevista 213. Pequeña. Fabricación de ropa, 30 personas, 29 años**

##### **Testimonio**

*Mis papás también fabricaban ropa y de ahí aprendí yo, y el hambre y la necesidad de salir, pues yo tenía hijos chicos. Como me quedé viuda empecé mi propio negocio; el otro era de mi esposo. Tuve muchos problemas y los solucioné... No me vas a creer si te lo digo, pidiéndole a Diosito que me ayudara. Buscaba relacionarme con personas que tuvieran más conocimiento que yo, que me*

(continúa)

*(continuación)*

*aconsejara, que me orientara, que me recomendaran con clientes y proveedores que dieran más barato; al empezar a fabricar otro tipo de ropa, pues yo no sabía fabricarla; yo sabía coserla, pero no cortarla, pero como yo vivía en Moroleón quise crecer, busqué más proveedores, cambiar la línea, y saber satisfacer las necesidades de los clientes.*

Este caso es interesante:

1. Una mujer es responsable de sus hijos pero cuenta con recursos muy limitados (trama-drama), lo cual hace que tenga ciertas predisposiciones (en su *habitus*) a aprender la fabricación textil como negocio.
2. En el entramado social de su problemática hay un recurso simbólico religioso (Dios)<sup>14</sup> al que recurre en una especie de diálogo para que atienda las súplicas de sus necesidades y sentir apoyo, pero también está atenta (predisposiciones) y se relaciona (capital social) con personas que tienen conocimiento (capital cultural) del negocio, para establecer oportunidades con los clientes y colocar la mercancía (la recomendación como capital simbólico), así como para buscar proveedores que manejen costos de oportunidad (se supone que a través de cierta relación afectiva con sus proveedores como conocidos, puede obtener cierta información privilegiada, ciertos descuentos, créditos, tratos preferenciales, etcétera).
3. Hay un capital cultural general local en la ciudad de Moroleón: muchas de las personas se dedican a la fabricación y venta de ropa. La empresaria creció en este ambiente y aprendió algo.
4. Contó con el apoyo de sus conocidos y recomendados para echar a andar su negocio (capital social).
5. De igual forma buscaba cómo acercarse a las personas que le aportaran algún dato que le ayudara a abrirse paso ante la competencia como mejores proveedores e innovación de productos para satisfacer a sus clientes.
6. Dio un ligero giro al cambiar su línea de productos y pudo insertarse en el mercado de mejor manera (capital comercial).

### **Entrevista 229. Micro. Elaboración de trajes especiales, dos personas, cuatro años**

#### **Testimonio**

*Este pequeño negocio surgió de la necesidad que teníamos mi hermana y yo debido a que nuestros hijos están estudiando y algunos ya están en la universidad, y tú ya sabes que siempre se hace un gasto más grande y lo que ganaban nuestros maridos no era suficiente para mantenerlos y darles una educación. De ahí surgió la necesidad de tener otro ingreso.*

<sup>14</sup> El recurso de Dios es importante en las culturas de México, ya que permite, mediante el acto de fe, en los márgenes de acción y representación de las personas creyentes, tener cierta certidumbre ante escenarios sociales no muy claros.

<b>Trama-drama</b>	La genealogía de un negocio parte de la necesidad de unas mujeres de participar en la vida empresarial para contribuir económicamente con la familia, específicamente para apoyar los estudios de sus hijos.
<b>Capital social</b>	El apoyo que se dan entre hermanas para realizar dicha actividad. La necesidad que impulsó el negocio fue intentar ayudar a sus hijos y cónyuges con los gastos escolares. Tienen disposición de colaborar ( <i>habitus/capital simbólico</i> ). Un factor que podemos observar, en este caso, es la buena relación entre los familiares que intervienen en este negocio, ya que cabe mencionar que llevan con él cuatro años.

### Entrevista 188. Pequeña. Fabricante de ropa, 20 personas, 14 años

#### Testimonio

*Desde que yo vendí chamarras, vendía y compraba chamarras al menudeo, compraba chamarras y las vendía, pero todavía no tenía la empresa y pues así, le compraba a un fabricante de aquí de Celaya, y las vendía personalizadas a las escuelas desde hace 12 años, y después los problemas que tuve son los que tienen todas las empresas como: económicos, clientes, los principales como no tener tu propia máquina, no tener la piel suficiente y los clientes que no caen al principio. Tienes que comenzar poco a poco. Después irme haciendo de mis máquinas y buscando clientes y pues yo no tenía gentes, yo solito lo hacía todo.*

<b>Trama</b>	Inicia como comerciante y posteriormente se vuelve productor.
<b>Capital comercial</b>	La venta de mercancía "personalizada" (nos imaginamos que le vendía a las escuelas o a las empresas chamarras con el logo) (identidad colectiva), con el nombre de la persona (identidad personal) (ambos capitales simbólicos), generó poco a poco un mercado especializado.
<b>Capital cultural</b>	Tenía experiencia en la venta, pero giró la empresa a la producción, cuestión que implicaba mayor responsabilidad y obligaciones, ya que requería de maquinaria, entre otras cosas. Al principio la actividad se centró en las multihabilidades del dueño.
<b>Capital financiero</b>	Autofinanciamiento de acuerdo a posibilidades.

### Entrevista 222. Micro. Confección de ropa, una persona, tres años

#### Testimonio

*Ah... Ja, ja... los problemas todavía siguen, pos que a veces cuesta trabajo pa' sostenerse, para los gastos de venta, los costos. Primero porque hace falta capital. ¿Qué tipo de problemas quieres saber? Ah, del gobierno, ¿de eso de registrarlo? No, ninguno.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama-drama</b>	En algunos de los casos podemos observar que su principal problema es el dinero para producir (lo vuelve a reiterar en una pregunta posterior). Sin embargo, el negocio lleva funcionando tres años en los cuales se ha ido enfrentando a ese problema.
--------------------	---

### Entrevista 231. Micro. Confección y diseño de ropa, una persona, 30 años

#### Testimonio

*Empecé a coser hace como 30 años aproximadamente, poco tiempo después empecé a diseñar mi propia ropa, y después pues empecé a hacerle ropa a la demás gente. Primero lo hacía sin cobrar, nada más para practicar, y después lo fui haciendo cada vez más rápido y mejor, entonces decidí empezar a trabajar en eso. Gracias a Dios no tuve problemas al empezar el negocio pues como te digo no es muy grande, es algo más bien privado entonces no hubo problemas. Igual y el único inconveniente era que tenía que cuidar a la vez a mis tres hijas, entonces algunas veces no podía trabajar como yo quería.*

<b>Trama</b>	Es una actividad económica personal.
<b>Capital simbólico</b>	Nos muestra que comenzó a diseñar ropa para sí misma, después lo hizo para otras personas sin cobrar, aunque existe dentro de esta estrategia un motivo de aprendizaje (capital cultural).
<b>Capital comercial</b>	Cuando se dio cuenta que su trabajo estaba perfeccionado, decidió comenzar a cobrar por él; esto demuestra que tiene un interés por la calidad de su trabajo o servicio.
<b>Capital social</b>	Uno de sus problemas era que tenía que cuidar de sus hijas, lo que no le permitía algunas veces desempeñar su trabajo al cien por ciento. A pesar de los conflictos pudo sostener su negocio durante treinta años, lo que implica factores como visión, responsabilidad, ganar confianza, calidad dentro del proyecto, y todo esto envuelve al capital social.

### Entrevista 329. Mediana. Elaboración de trajes, 70 personas, 20 años

#### Testimonio

*Mi padre tuvo la idea de producir trajes para niño, y con eso el problema que tuvimos fue del capital, así que se pidió un préstamo a un compadre de mi padre, y entonces pues hizo la empresa.*

<b>Trama</b>	Esta empresa nació de la idea que tenía el dueño.
<b>Capital social</b>	No tenía el capital suficiente para iniciarla, pero le pidió un préstamo a un compadre, con lo que pudo empezar el negocio.
<b>Capital comercial</b>	Se enfocó a producir trajes especiales para niño (mercado especializado).

**Entrevista 340. Pequeña. Industrial, 14 personas, 55 años****Testimonio**

*La historia de esta empresa comenzó por el 55, hace 55 años. En ese tiempo el dueño era mi padre, gente sin preparación que tenía que conseguir de alguna forma ingresos para vivir; se dedicaba a la elaboración del rebozo y después de él, yo también decidí dedicarme a esto y continué trabajando su negocio.*

<b>Trama-drama</b>	Este negocio se inició por la necesidad de mantener a la familia.
<b>Capital social</b>	Con el tiempo el negocio salió adelante gracias a la familia, ya que sus hijos mostraron interés en él.
<b>Capital cultural</b>	Los hijos aprendieron a elaborar el producto y continuaron con el negocio que ya había sido establecido por su padre.

**Entrevista 369. Mediana. Textiles, 60 personas, 15 años****Testimonio**

*Empezamos en 1991 con unos telares marca Cañón de lanzadera; después fuimos a Italia a comprar telares más modernos. Esa vez compré cuatro en el 92 y en el 94 fui otra vez y compré 10, y así me fui haciendo de más telares más modernos hasta llegar a 22 telares de los cuales ahorita trabajamos los más modernos; los más antiguos ya no se trabajan y el producto que hacemos se está vendiendo regular.*

<b>Capital tecnológico</b>	Esta empresa manifiesta su evolución en cuanto a maquinaria, al comprar telares más modernos. Lo anterior permite notar nuevamente la importancia de tener visión y reconocer que la innovación es fundamental en toda empresa.
----------------------------	---

**Entrevista 147. Micro. Fabricar uniformes, 10 personas, 12 años****Testimonio**

*La empresa comenzó fabricando artículos deportivos metálicos como los aros de basquetbol. Pero poco a poco se fue metiendo en todo el campo del material deportivo, y se acercó mucho a los uniformes, por eso terminamos fabricando uniformes, porque tenían una mayor demanda. El no conocer el campo donde estamos trabajando porque mi especialidad es manufacturas metálicas, entonces nada que ver con los deportes; al no tener especialidad adecuada para el giro se lleva mucho trabajo. Lo he ido solucionando con mucho trabajo. Hemos perdido mucho en el proceso de actualizar mucha papelería fiscal, no conocíamos la organización de lo textil, no conocíamos maquinaria textil. Desconocer el área crea muchísimos problemas, y se han ido solucionando con base en acierto y error.*

(continúa)

(continuación)

<b>Capital cultural</b>	Es una empresa que en su comienzo sólo se dedicaba a estructuras metálicas (para deportes) y después dio un giro hacia la industria textil debido a la demanda de uniformes. El problema de la transición fue el cambio de giro de la empresa en cuanto a conocimiento y requerimientos. La transición de un campo a otro les ha costado esfuerzo y tiempo.
-------------------------	---

### Talleres y fábricas textiles (síntesis)

De acuerdo con el análisis, 44.44% de los talleres y fábricas textiles son micros, 38.88% son pequeñas y 16.66% son medianas. Las empresas familiares representan 57.14%, las empresas de único dueño 38.09% y las empresas de varios socios 4.76%. Es importante señalar que dentro de la muestra aproximadamente 19% son maquiladoras. En cuanto a la media de edad y la moda se encuentran entre los 10 y 15 años, aunque hay una empresa de más de 51 años.

**TABLA 3.43** Capital social en las empresas de textiles.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Colaboración familiar	5	0	5
Tener articulación con otras empresas	0	1	1
Colaboración de familia política	1	0	1
Apoyo económico familiar	1	0	1
Ganar la confianza de los clientes	0	1	1
Apoyo de conocidos	1	1	2
Herencia familiar	2	0	2
N/C	2	5	8
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>21</b>

El capital social está presente en 61.90% de las empresas del sector textil. En específico, la colaboración familiar representa 23.80%; la herencia familiar 9.5%; la colaboración de familia política y el apoyo económico familiar representan 4.76% cada uno. En suma, los factores familiares como capital social representan 42.85% de este gremio, mientras que tener articulación con otras empresas, ganar la confianza de los clientes y tener apoyo de conocidos representa 4.76% cada uno.

**TABLA 3.44** Capital cultural en las empresas de textiles.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en la actividad en el giro	4	3	7
Asesoría de un conocido	1	1	2
Experiencia en la actividad afín	1	0	1

Estudios	0	1	1
Ensayo-error	3	0	3
Capacitación	0	1	1
N/C	3	2	6
Total	12	8	21

En general, el porcentaje de empresas con capital cultural detectado por medio de los discursos, es de 71.42% en este subsector. La experiencia en el giro representa 33.33%; el ensayo-error 14.28%; la asesoría de un conocido, la experiencia en la actividad afín, la capacitación y los estudios representan, cada uno, 4.76% de la muestra.

**TABLA 3.45** Capital simbólico en las empresas de textiles.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Gusto del cliente por el producto	1	3	4
Reconocimiento del producto	1	0	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	2	1	3
Actitud y disposición de trabajo	2	0	2
N/C	6	4	10
Total	12	8	21

Se detectó que 52.38% de las empresas tienen capital simbólico. El más citado es el gusto del cliente por el producto (19%), seguido por el proceso de posicionamiento en el mercado (14.28%), la actitud y disposición de trabajo (9.5%) y, por último, el reconocimiento por el producto (4.76%).

**TABLA 3.46** Capital comercial en las empresas de textiles.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Servicios afines y diversificación de productos	3	0	3
Ganar la confianza de los clientes	1	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	1	2
Consulta al cliente	0	1	1
N/C	7	6	13
Total	12	8	21

El capital comercial observado en los discursos de las empresas textiles está presente en 38% de los casos, destacando los servicios afines y diversificación de productos (14.28%), el posicionamiento por permanencia en el mercado (9.52%), mientras que el trabajo de ganar confianza con clientes y la consulta al cliente representan, cada uno, 4.76%, de acuerdo a la muestra.

**TABLA 3.47** Capital financiero en las empresas de textiles.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Ahorro	1	0	1
Apoyo económico familiar	2	0	2
Financiar de acuerdo a posibilidades	2	2	4
Préstamo financiero (no específica)	2	0	2
N/C	5	6	12
Total	12	8	21

El porcentaje de testimonios que hacen referencia al capital financiero de la muestra es de 42.85%, donde las formas de financiar de acuerdo a posibilidades representan 19%, el apoyo económico familiar y los préstamos financieros representan 9.52%, y el ahorro 4.76%.

**TABLA 3.48** Capital tecnológico en las empresas de textiles.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Maquinaria adecuada	2	0	2
Maquinaria rústica	1	1	2
N/C	9	7	17
Total	12	8	21

Sólo 19% de los discursos hacen referencia al capital tecnológico; tanto maquinaria adecuada y maquinaria rústica representan 9.5% cada uno.

## INDUSTRIA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN

La industria de materiales para la construcción tiene, en general, dos variantes: talleres rústicos (ladrilleras, elaboración de monobloque, mosaicos, fregaderos, etcétera) y fábricas más elaboradas (tablarroca, materiales prefabricados, entre otros).

### Entrevista 59. Pequeña. Industrial, 35 y 44 personas, 26 años

#### Testimonio

*Surgió para atender las necesidades de componentes prefabricados para la construcción, o sea las ventanas tuvieran una medida estándar para que en las construcciones dejaran los huecos y que se estandarizara y colocaran sus puertas inmediatamente. Esto abarata costos, tiempo, y a raíz de eso manejamos estos componentes prefabricados y los problemas que tuvimos con la actitud al cambio, pues muchos arquitectos no estaban acostumbrados a dejar huecos a la medida, sino que a la medida que dejaban los albañiles o los arquitectos mandaban a hacer las ventanas. Éste fue el principal problema que tuvimos.*

<b>Trama</b>	Inicia una empresa con una novedad para la industria de la construcción, en lo que se refiere a ensambles de ventanas y puertas estandarizadas.
<b>Capital simbólico</b>	Producto novedoso.
<b>Capital cultural</b>	Los arquitectos no estaban acostumbrados (por desconocimiento) a consumir el producto y a dejar huecos a la medida.
<b>Capital comercial</b>	La innovación en productos cambia la concepción de la estructura y la forma de proceder en la construcción.

### Entrevista 62. Pequeña. Fabricación de tabicón y block, 12 personas, tres años

#### Testimonio

*La Mera Mera está en San Miguel Allende, allí fue donde inició y pues de allá decidimos poner una sucursal con mi papá, y pues ahí lo invitó un amigo que trabajaba en Cemex para que tuviéramos un negocio propio.*

<b>Trama</b>	Continúa un negocio propio de tradición familiar.
<b>Capital social</b>	Un amigo lo invitó al negocio, lo que implica que le dio información y lo asesoró. También existió apoyo familiar.
<b>Capital cultural</b>	Asesoría de un amigo para poner el negocio, más ensayo y error. Se supone que ya tienen empresas (hacen referencia a dos empresas familiares).

### Entrevista 130. Pequeña. Fabricación de tabique, 20 personas, 10 años

#### Testimonio

*Yo la empecé porque mi padre es dueño de tres galeras, y como yo ya sabía cómo hacer el tabique, decidí crear mi propia galera; le pedí prestado a mi padre el dinero suficiente para comprar dos camiones torton, un terreno y él me regaló los tabiques para construir las instalaciones.*

<b>Trama</b>	Inicio de empresa.
<b>Capital social</b>	Su padre lo asistió con ayuda económica y en especie.
<b>Capital cultural</b>	También se puede deducir, en este caso, que el padre le impartió conocimientos prácticos para la elaboración del tabique, y así el entrevistado decidió emprender su propio negocio.
<b>Capital tecnológico</b>	Compra de dos vehículos.

**Entrevista 179. Pequeña. Ladrillera, 41 personas, 12 años**
**Testimonio**

*Empezó con algunos integrantes de otra ladrillera en donde aprendimos a hacer el producto, y pues con dinero que se tenía ahorrado se pudo realizar. Y problemas sólo al principio, pues fue difícil empezar a hacernos de nuestros clientes, ya que es difícil ganar prestigio si nadie te conoce.*

<b>Trama</b>	Comienza con ayuda de trabajadores de otro negocio del mismo giro.
<b>Capital cultural y capital social</b>	Al conjuntar sus capacidades, experiencias y conocimientos (capital cultural global en la organización) logran independizarse y tener su propia empresa.
<b>Capital simbólico</b>	Para tener clientes, necesitaban ganar prestigio en el mercado, cuestión que relacionalmente deja entrever que no es fácil por la competencia en el campo (lograr cierto capital comercial).

**Entrevista 181. Micro. Fabricar lavaderos, dos personas**
**Testimonio**

*Mi esposo, fue de una vez que estuvo trabajando en Across; lo despidieron ahí, y dijo él pos ya, qué cosa es lo que voy a hacer, porque incluso ya mi esposo con 40 años ya no muy fácil le dan trabajo en una fábrica, y ya como pues desde niño, este su papá creo que ya lo hacía que trabajara en esto, y dijo que pues qué vamos hacer chaparra... dice pues ni modo me voy a dedicar a hacer lavaderos, y desde entonces tiene pues ¿que será? tres años que empezó con su negocio, que digamos que sea un negociazo verdad pero, pos ai va saliendo, poco a poquito, y así es como él se ha dedicado a su pequeña empresita de lavaderos.*

<b>Trama-drama</b>	El negocio comienza por el desempleo del señor (asalariado), que por su edad ya no consigue un trabajo fácilmente en alguna empresa (en el mercado laboral).
<b>Capital cultural</b>	Inician un negocio de fabricación de lavaderos con cierta experiencia adquirida anteriormente, y ésta es la manera en la que logran sostenerse económicamente de acuerdo a sus posibilidades (capital financiero).

**Entrevista 195. Pequeña. Materiales para construcción, 15 personas, 60 años**
**Testimonio**

*Comenzó con mis abuelos, en Tarimoro, pero ya fallecieron, no hubo problemas porque ellos ya la dejaron así (hecha). Haz de cuenta que empezaron mis abuelos y ya así lo dejaron, y luego mi papá pues le siguió en la calle de Allende entre Boulevard y Gómez Farías. Mi papá empezó ahí hace como 45 años, y ya ahorita en la actualidad él nos dio apoyo, y pues ahorita aquí estamos.*

<b>Trama</b>	Es una empresa que fundó el abuelo en Tarimoro, Guanajuato. Se ha mantenido de generación en generación durante 60 años, lo que ha ocurrido a causa de la unión familiar (en cuanto a conocimiento, económico, material).
<b>Capital social</b>	Empresa familiar donde se observa gran aportación de capital social desde la terceras generaciones hasta la actual. Dentro de la familia debe haber acuerdos, gusto por el negocio, conformidad, entre otros aspectos, para que la empresa pueda perdurar; además del apoyo brindado por cada generación.

### Entrevista 230. Micro. Tabiquero, tres personas, 25 años

#### Testimonio

*Pos en el 82 pos empezamos a trabajarla entre todos mis hermanos y mi papá; empezamos a entregar el tabique, yo con mi papá y mi hermano el más chico y de allí se inició del 82 aquí y siguió así hasta el 2006 y así seguirá siendo...*

<b>Trama</b>	Comenzó siendo un negocio completamente familiar.
<b>Capital social</b>	Se observa que el apoyo de cada miembro es básico, y cómo cada uno deberá desempeñar un puesto dentro de la empresa. En consecuencia tendrá que haber comunicación, confianza y apoyo en común.
<b>Capital cultural</b>	Tienen 25 años de experiencia en la actividad.

### Entrevista 324. Pequeña. Fabricación de adoquines, 20 personas, 25 años

#### Testimonio

*La empresa nació tras la necesidad de bloques de concreto, ya que no había otra fábrica en Acámbaro, sólo había ladrilleras; así que emprendí la idea de fabricar bloques para la elaboración de bodegas. Con el tiempo empecé a meter adoquines de colores y bloques de diferentes tamaños y colores para poderlos poner de frente en las casas. Problemas, la ubicación de la empresa ya que está a las afueras de Acámbaro, no hay pavimento ni teléfono; eso lo solucioné aplanando con una máquina que tengo para el fácil acceso; y los albañiles e ingenieros, arquitectos fueron optando por mi trabajo en lugar de los ladrillos.*

<b>Trama</b>	La empresa inicia por la necesidad de material de construcción.
<b>Capital cultural</b>	Innova con un producto estético, por lo tanto abre su mercado (no sólo lo buscan los ingenieros para construir calles, sino los arquitectos para decorar casas).
<b>Capital simbólico</b>	Generado por el nuevo producto. La derivación de otros productos afines desarrolla su capital comercial. El mismo señor adaptó el camino hacia la empresa para que de esta manera sus clientes tuvieran un fácil acceso a la misma.

<b>Entrevista 349. Micro. Detallado de cantera, 10 personas, 50 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Es un oficio familiar y que va de generación en generación, la explotación de nuevos lugares con cantera.</i>	
<b>Capital social</b>	Existe mucho apoyo por parte de personas que muestran un vínculo familiar, teniendo una buena comunicación y coordinación, esto lo podemos deducir por la antigüedad de la empresa. Todo lo anterior ha ido permitiendo que su negocio prospere y se mantenga a lo largo de los años. Podemos deducir que el negocio ha ido pasando de padres a hijos, lo que acentúa más la presencia del capital social.

### Industria de materiales para la construcción (síntesis)

La industria de materiales para la construcción está representada aproximadamente en 30% por micros y 70% por pequeñas empresas. En cuanto a la antigüedad, la moda es de 21 a 25 años.

**TABLA 3.49** Capital social en las empresas de materiales para la construcción.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	4	0	0	4
Apoyo económico familiar	1	0	0	1
Ganar la confianza de los clientes	1	0	0	1
Apoyo de conocidos	1	0	1	2
Herencia familiar	1	0	0	1
N/C	0	1	0	1
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

De acuerdo a los testimonios de emprendeduría encontramos que 90% de las empresas de materiales para la construcción tiene algún tipo de apoyo de capital social. De esta cifra, 60% tiene que ver con apoyo de la familia (40% colaboración familiar, 10% apoyo económico familiar y 10% herencia familiar), 20% con apoyo de conocidos, mientras que ganar la confianza de los clientes es 10%.

**TABLA 3.50** Capital cultural en las empresas de materiales para la construcción.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	4	0	1	5
Conocimiento e Innovación	1	1	0	2
Asesoría de un conocido	1	0	0	1

Habilidades para hacer negocios	1	0	0	1
N/C	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

De las empresas de materiales para la construcción, 50% requirió de experiencia en la actividad en el giro, 20% experimentó formas de innovación (no tanto en el diseño, sino en la introducción de nuevos productos)<sup>15</sup> 10% obtuvo asesorías de un conocido y 10% mostró tener habilidades para hacer negocios.

**TABLA 3.51** Capital simbólico en las empresas de materiales para la construcción.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Reconocimiento del producto	0	1	0	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	2	0	1	3
Actitud y disposición de trabajo	1	0	0	1
N/C	5	0	0	5
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

En cuanto a capital simbólico, 30% ha ido construyendo la confianza en las clientelas dentro del proceso de posicionamiento en el mercado, mientras que 10% obtuvo el reconocimiento del producto, y otro 10% mostró actitud y disposición al trabajo.

**TABLA 3.52** Capital comercial en las empresas de materiales para la construcción.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Servicios afines y diversificación de productos	1	0	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	0	0	1	1
N/C	7	1	0	8
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

En cuanto al capital comercial, 10% desarrolló productos nuevos, mientras que otro 10% nos habla de un posicionamiento en el mercado.

**TABLA 3.53** Capital financiero en las empresas de materiales para la construcción.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Apoyo económico familiar	1	0	0	1
Financiar de acuerdo a posibilidades	1	0	0	1
N/C	6	1	1	8
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

<sup>15</sup> Es importante distinguir esto: la innovación fue en la oferta del producto, no en la creación (diseño), sino en su adaptación.

En cuanto al apoyo financiero al que se hizo referencia en el discurso, 10% obtuvo apoyo económico familiar y otro 10% se fue autofinanciando poco a poco.

**TABLA 3.54** Capital tecnológico en empresas de materiales para la construcción.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Maquinaria adecuada	2	0	0	2
N/C	6	1	1	8
Total	8	1	1	10

En 20% de los discursos se encontró evidencia de capital tecnológico, principalmente en transporte para cargar el material.

## TALLER DE HERRERÍA Y TORNOS

Los talleres de herrería son el primer lugar en unidades productivas del sector manufacturero en Celaya de acuerdo a INEGI (2005), con 222 unidades. Los testimonios nos muestran cómo inician las empresas esta actividad económica.

### Entrevista 137. Micro. Herrería, cuatro personas, 30 años

#### Testimonio

*La empresa nace gracias a mi abuelo, al conocimiento que él tenía acerca del manejo y ciertas técnicas que él conocía, y otras que desarrolló con el paso del tiempo; y lo más importante, el gusto de trabajar estos materiales.*

**Capital social** La empresa continúa por herencia familiar.

**Capital cultural** Conocimiento heredado por parte de la familia. En este caso pudimos observar el *habitus* (actitud y disposición) en las prácticas que influyeron en el gusto por la actividad del nieto (ahora nuevo dueño).

### Entrevista 112. Micro. Torno, dos personas, 70 años

#### Testimonio

*De familia en familia se van heredando bienes y todo y no he tenido problemas. Mis antepasados pues sí no te sabría decir pero no, yo al menos otros problemas de los que ya te dije en lo otro no, todo bien.*

**Trama** Continúa una empresa familiar; la empresa es heredada de generación en generación.

**Capital cultural** Conocimiento acumulado y heredado.

**Entrevista 139. Micro. Herrería, tres personas, dos años****Testimonio**

*Pues gracias a un amigo que tengo y a que conozco varias personas en el Sabino y que son mis clientes.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio.
<b>Capital social y simbólico</b>	Un amigo lo relaciona con personas que ahora son sus clientes; entre ellos se entretejió una relación con base en el trabajo.

**Entrevista 141. Micro. Herrería artística, tres personas, 110 años****Testimonio**

*La herrería mi abuelo la abre en 1900, en ese tiempo había más trabajo y sólo existían dos herrerías en todo Celaya, después se quedó mi papá con ella y luego yo.*

<b>Trama</b>	El dueño continúa el negocio familiar, el cual tiene más de 100 años.
<b>Capital social</b>	El padre fue apoyado por su hijo, que siguió el oficio más tarde.
<b>Capital simbólico</b>	Tiene más de cien años y esto proporciona (se supone) cierto prestigio en el mercado por su experiencia, calidad y preferencia entre los clientes; esto genera gran ventaja sobre los competidores.
<b>Capital cultural</b>	Por su interés y desempeño se puede inferir que el fundador del negocio supo desarrollar muy bien su dedicación y experiencia acumulada.

**Entrevista 142. Micro. Herrería, tres personas, 18 años****Testimonio**

*Desde los 12 años empecé yo y me dediqué a trabajarlo desde entonces y sacarlo adelante al pasito.*

<b>Capital social</b>	Desde muy corta edad tuvo el apoyo de su papá para que su negocio de herrería saliera adelante.
<b>Capital cultural</b>	Gracias al aprendizaje que pudo obtener desde adolescente logró desempeñarse en el trabajo y obtener experiencia.

**Entrevista 144. Micro. Herrería, cinco personas, 14 años**
**Testimonio**

*Yo era maestro albañil aquí en Tarimoro. En una visita a mis cuñados en la Ciudad de México, uno de mis cuñados me dijo que estaba tomando un curso de soldadura y me convenció de comprar una planta para soldar para que practicara y me enseñó a soldar. Mi primer trabajo fue un barandal de un balcón y una escalera en casa de mis suegros, y ahí aprendí qué no se debe hacer a la hora de armar un balcón. Regresé a Tarimoro y empecé en 1992, primero haciendo trabajos sencillos y reparaciones, pero con la práctica he hecho trabajos de calidad.*

<b>Capital social</b>	Gracias a la ayuda de su familia (cuñado) aprendió un nuevo oficio, que lo llevó a poner un negocio.
<b>Capital simbólico</b>	La experiencia en el proceso de aprendizaje, así como la oportunidad que le dieron sus suegros de realizar su primer trabajo. Cuando regresó a Tarimoro empezó a ejercer como herrero y con la práctica (ensayo y error) ha podido perfeccionar su trabajo. Disposición al trabajo y a aprender de él, aportando calidad a su trabajo para así lograr un cierto reconocimiento en el mercado.
<b>Capital tecnológico</b>	Compró una tecnología básica-rústica.

**Entrevista 143. Micro. Herrería, cinco personas, 10 años**
**Testimonio**

*Trabajamos en casa y fue necesario buscar un lugar adecuado. El problema fue que el camino de acceso para llegar era muy difícil, por lo que conseguimos camiones para poder transportar el producto.*

<b>Trama</b>	Inicio de empresa familiar.
<b>Capital social</b>	Se inicia trabajando en casa (es importante señalar que el trabajo en casa permite provisionalmente iniciar una actividad económica disponible y con bajos costos), por lo tanto hubo cierto apoyo en su propio hogar.
<b>Capital tecnológico</b>	Compraron un transporte para utilizarlo en el manejo o distribución de la materia prima o producto terminado.

**Entrevista 159. Micro. Fabricantes de puertas y ventanas, tres personas, un año**
**Testimonio**

*La herrería no tiene mucho, apenas un año. Me enseñé trabajando en la herrería del señor Tereso Patiño, ahí me enseñé a soldar y cómo hacer puertas y ventanas; fui ahorrando y comprando herramienta; luego construí un local en mis ratos libres, y como primero no se usaba decidí abrir una herrería aquí.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Apertura de negocio basado en la experiencia y conocimiento que obtuvo de su trabajo anterior en una herrería.
<b>Capital financiero</b>	Decidió ahorrar para comprar herramienta y un terreno; en sus ratos libres trabajaba en el terreno para hacer un local (autoconstrucción). <sup>16</sup> Es importante destacar que en un momento determinado tuvo actividades paralelas (ser herrero y construir su local) como estrategia emprendedora.

### Entrevista 363. Micro. Torno y soldadura, ocho personas, 30 años

#### Testimonio

*La verdad, el creador de este taller fue mi tío y de hecho era de él el negocio. Yo a los cuatro años quedé huérfano y él se hizo cargo de mí. Es así como me fui formando en el negocio. Cuando yo tenía 20 años mi tío muere y me deja a cargo del negocio y poco a poco lo fui levantando.*

<b>Trama-drama</b>	En esta historia podemos observar cómo en esta familia hubo mucha solidaridad desde el momento en que adoptan a esta persona.
<b>Capital cultural</b>	Su mismo tío es quien le enseña este oficio (capital cultural).
<b>Capital social</b>	Cuando muere lo deja a cargo del negocio (muestra de afecto en la relación), que el entrevistado ha sacado adelante.

### Entrevista 373. Micro. Elaboración de piezas de acero, tres personas, siete años

#### Testimonio

*Cuando estudiaba la preparatoria ya trabajaba en un taller de torno. Terminando decidí enfocarme más a este oficio, y con ayuda de mis padres decidí poner mi propio taller, y hasta la fecha me ha ido bien.*

<b>Capital social</b>	Los padres lo apoyaron a que iniciara un negocio.
<b>Capital cultural y simbólico</b>	El dueño trabajó en un taller y desarrolló el gusto por lo que hacía ( <i>habitus</i> /capital simbólico).

### Entrevista 162. Micro. Trabajos en hierro, cuatro personas, 15 años

#### Testimonio

*Sí, lo que pasó fue que mi familia son herreros, pero yo decidí probar con un negocio con el cual pusiera en práctica el oficio, pero que también no fuera sólo el trabajo para el exterior de una casa,*

(continúa)

<sup>16</sup> La autoconstrucción es una estrategia de las clases subalternas para poder hacer sus patrimonios.

(continuación)

*sino que todo desde puertas, ventanas e incluso espejos, portarretratos fueran iguales, por eso se creó.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Cuenta con el aprendizaje y conocimientos acerca del oficio de la herrería aprendido de la familia.
<b>Capital tecnológico</b>	Implementa nuevos productos de herrería.

**Entrevista 226. Micro. Herrería, tres personas, 15 años**
**Testimonio**

*Se me facilitó porque mis padres anteriormente trabajaban eso. Lo que estudié no lo puedo ejercer aquí, porque no lo hay, (no) hay mucho trabajo de eso, estoy junto con mis familiares y estoy en mi pueblo. Problemas fuertes no he tenido.*

<b>Trama-drama</b>	Inició negocio propio. No ejerce lo que estudió por la notoria falta de empleo en su rama.
<b>Capital cultural</b>	Herencia de conocimientos por parte de los padres.
<b>Capital social</b>	Se encuentra trabajando cerca de su familia y por consecuencias suponemos que recibe algún tipo de apoyo de ella.

**Entrevista 362. Micro. Torno y soldadura, 10 personas, 25 años**
**Testimonio**

*La empresa surge debido a que yo trabajaba en Pemex y de alguna forma conocía sobre este negocio, fue entonces cuando decidí jubilarme y con el dinero que me dieron fui comprando mi material y equipo de trabajo.*

<b>Trama</b>	Inicia negocio partiendo de su jubilación.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimiento de la actividad.
<b>Capital tecnológico</b>	Se supone que con parte del ingreso que obtuvo de la jubilación (especie de ahorro) compró maquinaria.

**Entrevista 365. Micro. Torno y soldaduras, dos personas, 25 años****Testimonio**

*Hubo un tiempo en el que contraté a jóvenes que les gustara este oficio, pero luego el gobierno me pedía muchos requisitos para poder emplearlos y es por eso que ya no contrato menores de edad. Yo pienso que el empleo que les daba a los jóvenes era bueno, ya que aprendían un oficio, se enseñaban a trabajar, y pues no andaban en vicios de las drogas o alcohol, como lo hacen otros jóvenes, y además les pagaba un salario. Y he tenido problemas respecto al pago de los impuestos por los malos manejos de los contadores que he tenido en el taller.*

**Capital social y simbólico**

Sentido humano al preocuparse por los jóvenes (responsabilidad): darles empleo con la firme intención de evitar que caigan en adicciones (capital simbólico); pero por otro lado nos hace saber los problemas con las exigencias del gobierno sobre la contratación de jóvenes, así como el caso de su contador y sus malos manejos contables.

**Entrevista 371. Micro. Torno (maquinado), tres personas, 10 años****Testimonio**

*Surgió a la idea de querer independizarme y sacar adelante a mi familia, ya que antes era muy pobre y como tenía experiencia en el negocio pedí un préstamo y me nació la idea de poner el taller.*

**Trama-drama**

Independizarse del trabajo anterior, poniendo uno propio. Esta persona es motivada por su necesidad económica y por la intención de sacar adelante a su familia.

**Capital financiero**

Decide adquirir un préstamo y emprender el negocio.

**Capital cultural**

Antes de iniciar su negocio ya tenía experiencia en el ramo.

**Entrevista 356. Micro. Torno, venta y reparación de bombas para pozo profundo, cuatro personas, 40 años****Testimonio**

*Llevamos 40 años en el giro y pues día con día tratamos de crecer.*

**Capital simbólico**

Aunque no se proporciona mucha información, por la antigüedad de la empresa se puede decir que ha habido un reconocimiento significativo por parte de la gente, puesto que la empresa se ha logrado mantener durante cuatro décadas.

### Talleres de herrería y tornos (síntesis)

El 84.21% de las empresas de herrerías y tornos son micros, 10.52% pequeñas y medianas 5.26%. La media de edad se encuentra en el intervalo de 10 a 15 años, la moda es en el mismo intervalo. Hay una herrería con más de 100 años.

Los talleres de torno, aunque aparentemente son los mismos, se van especializando relativamente por las demandas de las clientelas: productos agrícolas, piezas de productos industriales, piezas para bombas, entre otros.

**TABLA 3.55** Capital social en herrerías.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	3	1	0	4
Tener articulación con otras empresas	0	0	1	1
Inversión de familia migrante	1	0	0	1
Actividades paralelas	0	2	0	2
Apoyo de conocidos	1	1	0	2
Herencia familiar	3	0	0	3
N/C	1	5	0	6
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>19</b>

El 68.42% de las herrerías utilizan el capital social. En primer lugar está la colaboración familiar con 21.05%, recordando que la ayuda familiar se da entre hombres (hermanos, tíos) en las tareas propias de soldar, cortar, ensamblar, etcétera. Posiblemente participen mujeres en actividades administrativas. La herencia familiar representa 15.78%. De la misma forma, quien recibe la herencia del negocio de la herrería, generalmente es varón. Las actividades paralelas y el apoyo de conocidos representan cada uno 10.52%. Tener articulación con otras empresas (posiblemente quienes maquilan piezas) e inversión de familia migrante representan 5.36% de los casos, cada uno.

**TABLA 3.56** Capital social en tornos.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	1	0		1
Apoyo económico familiar	0	1		1
Herencia familiar	0	1		1
N/C	0	2		2
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>		<b>5</b>

El capital social de las empresas de torno se manifiesta principalmente con una base familiar (60%), dada por colaboración familiar, apoyo económico familiar y herencia familiar (20% cada uno).

**TABLA 3.57** Capital cultural en herrerías.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	3	5	0	8
Conocimiento e innovación	0	1	1	2
Asesoría de un conocido	1	0	0	1
Experiencia en actividad afín	1	0	0	1
Capacitación	1	0	0	1
N/C	3	3	0	6
Total	9	9	1	19

El 68.42% de las herrerías tienen capital cultural. Además, 42% tiene experiencia en la actividad en el giro (esta experiencia viene de familia o de haber laborado en otro taller, que son las principales formas de transmisión del conocimiento); 10.52% cuenta con conocimiento e innovación (serie de nuevos productos en el género) y 5.26% recibió asesoría de un conocido, tenía experiencia en la actividad afín y obtuvo capacitación.

**TABLA 3.58** Capital cultural en tornos.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	1	3		4
Experiencia en actividad afín	0	1		1
Total	1	4		5

El capital cultural en empresas de torno se da principalmente en la experiencia en la actividad en el giro (80%) y en experiencia afín (20%). Manejar una máquina de torno requiere cierto grado de especialización.

**TABLA 3.59** Capital simbólico en herrerías.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Reconocimiento del producto	1	0	0	1
Prestigio por calidad y servicio	0	0	1	1
Actitud y disposición de trabajo	2	0	0	2
N/C	6	9	0	15
Total	9	9	1	19

En cuanto al capital simbólico encontramos que sólo existe en 21.05% de los casos estudiados, mientras que la actitud y disposición en 10.52%; en cuanto a reconocimiento del producto y prestigio por calidad y servicio, cada uno representa 5.26%.

**TABLA 3.60** Capital simbólico en tornos.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Actitud y disposición de trabajo	1	1	2
N/C	0	3	3
Total	1	4	5

El capital simbólico en las empresas de torno se muestra por la actitud y disposición de trabajo en 40% de los casos.

**TABLA 3.61** Capital comercial en herrerías.

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	1	0	2
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	0	1
Innovación en las formas de venta	0	0	1	1
N/C	6	8	0	14
Total	9	9	1	19

El 26.31% de las herrerías tiene capital comercial, representado en servicios afines y diversificación de productos con 10.52%, lo que ocurre cuando el negocio va compenetrando en el mercado por incidir en actividades o productos que tienen que ver con una variación con el producto origen, mientras que la recomendación, posicionamiento por permanencia en el mercado e innovación en las formas de venta representan 5.26%, cada uno.

Las empresas de torno no manifiestan un capital comercial en los casos estudiados.

**TABLA 3.62** Capital financiero en herrerías.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Ahorro	0	1	0	1
Apoyo financiero de remesas de migrantes	1	0	0	1
Financiar de acuerdo a posibilidades	1	0	1	2
N/C	7	8	0	15
Total	9	9	1	19

El 21.05% de las herrerías manifestó en los discursos de sus entrevistados la existencia de capital financiero, del cual el financiamiento de acuerdo a sus posibilidades representa 10.52%, el ahorro así como el apoyo financiero de remesas de migrantes, 5.26% cada uno.

**TABLA 3.63** Capital financiero en tornos.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Ahorro	0	1	1
Financiar de acuerdo a posibilidades	0	1	1
Préstamo financiero (no especifica)	0	1	1
N/C	1	1	2
Total	1	4	5

De acuerdo a los testimonios en las empresas de tornos se utilizaron estrategias de ahorro, autofinanciamiento de acuerdo a posibilidades y préstamo financiero en 20% de los casos.

**TABLA 3.64** Capital tecnológico en herrerías.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Maquinaria avanzada	0	0	1	1
Maquinaria rústica	2	1	0	3
Innovación en los procedimientos	0	1	0	1
N/C	7	7	0	14
Total	9	9	1	19

El capital tecnológico se presenta en 26.21% de los discursos. Dicho capital se manifiesta a través de maquinaria rústica (15.78%), maquinaria avanzada (5.26%) e innovación en los procedimientos (5.26%). Los datos muestran que es mayor el equipamiento de los talleres de torno que en los de herrería.

## METALMECÁNICA

Uno de los sectores de manufactura más importantes de Celaya es el metalmecánica. Se estima que hay 39 unidades económicas de maquinado de piezas metálicas para maquinaria y equipo en general (representando la quinta más importante); 21 unidades económicas dedicada a la fabricación de tornillos, tuercas, remaches y similares (ocupando el séptimo lugar en cuanto a número de empresas); y 11 unidades económicas de fabricación de estructuras metálicas (ocupando el onceavo lugar) (INEGI, 2005).

De acuerdo los testimonios, encontramos los siguientes planteamientos en la emprendeduría.

### Entrevista 74. Pequeña. Metalmecánica, 45 personas, 10 años

#### Testimonio

*Diseño y Mantenimiento Industrial es una empresa mexicana. Anteriormente estaba dada de alta como persona física, pero por requerimientos de nuestros clientes tuvimos que cambiar a sociedad*

(continúa)

(continuación)

<i>anónima; entonces a partir de 1997 a la fecha está funcionando como una empresa y no como una persona física.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia una empresa como persona física, y se vuelve sociedad anónima (moral).
<b>Capital social</b>	Se debe analizar la solidaridad entre socios.
<b>Capital comercial</b>	Atención directa con el cliente (al transformar su figura de sociedad a petición de los clientes).

### Entrevista 75. Micro. Industrial, ocho personas, dos años

#### Testimonio

*La empresa ya tiene como 20 años, pero iniciamos como pequeño contribuyente, era persona física. Iniciamos con una máquina, pidiendo préstamos para iniciar. Entonces fuimos buscando trabajos, poco a poco, y pasé tiempo encontrando más trabajo y tuvimos que meter otra máquina, luego más trabajo, otra máquina y así fuimos creciendo poco a poco. Llegó el momento donde necesitábamos pasar, al crecer más, tuvimos que dejar de ser persona física y pasar a persona moral que es ahorita, dos años ya con ese nombre. En base a eso fue uno creciendo en cuestiones de trabajo que hay en la industria, y las relaciones que hay, y defendiendo la industria, aquí en el medio ambiente y en base en eso; habiendo trabajo, pos va uno creciendo, más que nada eso es lo principal para poder crecer, porque sin eso, no compra uno máquinas, ni personal.*

<b>Capital social</b>	Inicia una empresa familiar, de hermanos. Hacen crecer al negocio. No detalla con precisión las cuestiones de trabajo y las relaciones.
<b>Capital comercial</b>	Ir ganando la confianza de los clientes. La empresa ya tiene 20 años y es notable que mientras una empresa crece implica más relaciones; también el cambio de persona física a persona moral fue relevante para la situación de ésta.
<b>Capital financiero</b>	Solicitud de préstamos.
<b>Capital tecnológico</b>	Transición de maquinaria de bajo componente tecnológico a maquinaria más adecuada; de esta manera también mejoró su capacidad.

### Entrevista 107. Mediana. Fabricación de químicos y fabricación de partes metálicas, 65 personas, 21 años

#### Testimonio

*Es una historia muy larga, bueno Equinox anteriormente era propiedad de un contador ya fallecido. Él compró un terreno en la industrial, más que nada por inversión, ya que él tenía su trabajo como contador en la Ciudad de México. Luego, para ocupar su terreno no sé por qué razón se metió a la cosa del acero inoxidable. Dedicándose al acero inoxidable conoció al ingeniero Alejandro Gómez y él tenía*

*la posibilidad de traer, porque tenía contactos, y demás para poner una maquiladora. Pero él no tenía dinero, y dijo bueno pues ustedes ponen la parte física financiera y yo pongo la tecnología, y el contacto, y entonces se hizo la sociedad. Y así es como surge el negocio de agroquímicos. A la par de agroquímicos también se impulsó lo que era el acero inoxidable, que ya se venía manejando, pero llegó el momento en que, por decir algo, eran 10 trabajadores en el área de pailería y en el área de acero inoxidable, eran 40 trabajadores o cincuenta por el lado de los agroquímicos, entonces dicen que el que a dos años atiende con uno queda mal, y se tomó la decisión de dejarle el negocio de acero inoxidable a quien estaba al frente de ello que es el señor Juan Hernández. Y actualmente tiene este negocio, pero ya como negocio de él y el de Equinox que sigue teniendo el nombre precisamente debido a que se hacía el acero inoxidable era Equipos Inoxidables, y éste pues ya no se le pudo cambiar el nombre, pero ahora se dedica a la maquila de agroquímicos, entonces esa es la historia a grandes rasgos de Equinox.*

<b>Trama</b>	Un contador experimenta en un negocio (industria metal).
<b>Capital social</b>	Contaba con ciertos recursos (terreno) por lo que crea una sociedad, apoyándose en relaciones, conocidos y contactos sobre tecnología.
<b>Capital cultural</b>	Se apoya por falta de ciertos conocimientos y de recursos económicos para crear dos negocios (agroquímicos y procesamiento de metal) (capital financiero); posteriormente se divide-escinde cada una de manera autónoma. Es una empresa que conjuntó creativamente la potencialidad: capital social, capital cultural, capital tecnológico, capital económico-financiero.

#### **Entrevista 111. Pequeña. Fabricación de piezas para maquinaria, 15 personas, siete años**

##### **Testimonio**

*La empresa nace de crear especialidades industriales como son resortes entre otras cosas.*

<b>Capital comercial</b>	La empresa se crea por necesidades afines en la industria.
<b>Capital social</b>	En otra pregunta nos cuenta que es una empresa familiar.

#### **Entrevista 113. Mediana. Industrial, 127 personas, dos años**

##### **Testimonio**

*La historia es muy pequeña. En Celaya apenas tiene dos años que se abrió por inversión de personas del Estado de México. Realmente no hemos tenido problemas muy grandes en cuanto su instalación, a no ser ahora problemas de mantenimiento, tener un programa de mantenimiento preventivo bien establecido.*

<b>Capital financiero</b>	Inicia con inversionistas del Estado de México.
<b>Capital cultural</b>	Por el discurso se puede decir que hay profesionalismo en las actividades.
<b>Capital tecnológico</b>	Inicia comprando un terreno, construyendo e instalando maquinaria; la tecnología es adecuada.

**Entrevista 114. Pequeña. Fabricación de estructuras metálicas, 35 personas, 20 años**
**Testimonio**

*Eh... problemas bueno pues en el aspecto financiero, se han contratado algunos créditos para poder solventarlos, más que nada pues es eso verdad.*

**Trama** Empresa familiar.

**Capital financiero** Hay problemas financieros pero con base en préstamos se solventan.

**Entrevista 342. Micro. Fabricación de resortes, 10 personas, 15 años**
**Testimonio**

*Empezó cuando realicé el proyecto con mis hermanos y capital de familiares; así empezamos a hacer resortes y se convirtió en una gran empresa; pero fuimos teniendo fricciones y ya no funcionaba muy bien. La empresa empezó a venirse abajo cuando ellos decidieron dejármela; hubo demasiados gastos y los clientes fueron disminuyendo hasta que se perdieron varias cosas, y la empresa se tuvo que convertir en pequeña, pues ya no se tenía el capital, suficiente. Lo solucioné haciéndola más pequeña.*

**Trama** El inicio es del todo familiar, tanto en la creación como en el capital. Todo comenzó bien hasta que los familiares empezaron a tener problemas entre ellos. Tomaron la decisión de dejar una gran empresa a cargo de una sola persona, por lo que la empresa comenzó a presentar problemas, que fueron solucionando realizando ajustes (se supone que de acuerdo a sus posibilidades reales).

**Entrevista 136. Pequeña. Manufacturas de herrajes y tornillos de acero, 15 personas, 15 años**
**Testimonio**

*Al llegar de mi país tenía en mi poder 500 marcos. Lo único bueno que tenía era mi juventud y la experiencia que había obtenido al trabajar en una fábrica en Munich. Trabajo de todo hasta lograr acrecentar mi capital, y me permitió dar el enganche para una máquina procesadora de tornillos, siendo el dueño un paisano mío que me facilitó la máquina.*

**Trama** Empresario alemán inicia una empresa con poco capital económico.

**Capital social** Apoyo de un paisano en la adquisición de una máquina.

**Capital cultural** Experiencia al trabajar en una empresa.

**Capital financiero** De acuerdo a sus posibilidades compró la maquinaria.

**Entrevista 203. Mediana. Fabricación y montaje de estructuras metálicas, 100 personas, 25 años****Testimonio**

*Como te contaba anteriormente era Metacel pero estaba conformada tanto él, como tres o cuatro socios al parecer, no estoy bien segura. Tuvieron problemas económicos, entonces aunado a esto, uno de ellos que es el señor Pedro Montellano, quiso independizarse podría decirse, y armar nuestra empresa, junto con sus cinco hijos y con los socios que tiene al momento, y pues más que nada surgen problemas económicos; pero aún así, como ya eran muy conocidos dentro de todo este ambiente de la construcción, pues en sí siguieron jalando a los mismos clientes ¿no?; pero básicamente, igual que el principal problema que tuvo fue económicamente no, y ahorita se encuentra pues estable, se podría decir.*

<b>Trama</b>	Se inicia el negocio a partir de que la empresa anterior tuvo problemas con otros socios y uno de ellos busca independizarse.
<b>Capital social</b>	Con el apoyo de sus hijos comienza un nuevo negocio dentro del mismo ramo.
<b>Capital cultural</b>	Ya tenían experiencia.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Ya contaban con los clientes del negocio anterior, y de alguna forma ya estaban posicionados.

**Entrevista 364. Micro. Metálico, una persona, 1.5 años****Testimonio**

*El inicio es siempre difícil. El problema, falta de trabajo; si no te conocen en las empresas es difícil que te den trabajo.*

<b>Trama</b>	Se reflexiona sobre la importancia de las relaciones (capital social) con las empresas, ya que, como lo menciona, influyen al momento de recomendar a una empresa y por consiguiente atraer clientes al negocio, generando lo que denominamos capital simbólico. La empresa es nueva, le cuesta trabajo relacionarse para irse posicionando en el mercado. Se matiza la importancia del capital social y simbólico. Problema: falta de clientela.
--------------	---

**Entrevista 372. Micro. Metalmecánica, seis personas, 10 años****Testimonio**

*Al principio fue difícil el arranque porque teníamos poca clientela y nuestros productos eran poco conocidos. Poco a poco fuimos alentándonos y actualmente ya nos podemos sostener con nuestra cartera (de clientes), esperando acrecentarla y ofrecer mejores productos a precios competitivos.*

(continúa)

(continuación)

<b>Trama</b>	Dificultad para atraer clientes, lo que resalta la importancia del capital social.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Proceso de posicionamiento en el mercado para acercarse al cliente y ofrecer mejores productos, con precios competitivos.

### Entrevista 138. Micro. Fundición de fierro, cuatro personas, 20 años

#### Testimonio

*En algún momento fui empleado de una herrería. Al fallecer el patrón cierra el taller, y decidí crear mi propia empresa. Ya en el taller con lo primero que me topé fue el bajo voltaje, pues al entrar la noche se baja un poco más que por las mañanas sin importar que sean 220 volts. La solución fue trabajar temprano, a partir de las 5:00 a.m., y terminar de soldar, pulir, cortar con ensaya a las 6:00 p.m., después de esa hora todo se hacía manual; así como la inexperiencia de los demás empleados; la solución fue la capacitación constante para ellos.*

<b>Trama-drama</b>	Al quedarse sin trabajo inicia un negocio.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimientos en la fabricación de artículos metálicos y capacita a sus empleados.
<b>Capital tecnológico</b>	Reorganizó el trabajo de acuerdo a ciertos procesos al depender de los flujos de energía eléctrica, dando a entender, de manera indirecta, que tiene tecnología rústica.

### Entrevista 219. Pequeña. Fundidor, 27 personas

#### Testimonio

*Verídicamente nació en San Miguel de Allende, pero vino a radicar aquí en Comonfort porque la mano de obra es más barata que en San Miguel de Allende, y la producción es elevada por lo que salían los costos más baratos. Es así como radica aquí en este municipio.*

<b>Trama</b>	Inicia negocio propio, buscando menores costos (mano de obra y costos) para la producción (capital financiero).
--------------	---

### Industria metalmecánica (síntesis)

Alrededor de una tercera parte de las empresas de la industria metalmecánica son micros, otra tercera parte pequeñas y el resto medianas. Hay algunas que son grandes. El 40% de las empresas son de relación familiar, 40% de único dueño y hay 20% de empresas con varios socios.

**TABLA 3.65** Capital social de la industria metalmeccánica.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	3	0	0	3
Fusión entre empresas	0	0	1	1
Apoyo económico familiar	1	0	0	1
Apoyo de conocidos	1	1	1	3
N/C	1	5	1	7
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

En el subsector metalmeccánica, 53.33% de las empresas muestra alguna forma de capital social. Destaca el apoyo de conocidos (20%), la colaboración familiar (20%), la fusión entre empresas (6.66%) y el apoyo económico familiar (6.66%).

**TABLA 3.66** Capital cultural de la industria metalmeccánica.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	2	3	0	5
Asesoría de un profesional	0	0	1	1
Grupos de conocimiento especializados	0	0	1	1
N/C	4	3	1	8
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

El 46.66% del gremio tiene capital cultural, manifestado en la experiencia en la actividad en el giro (33.33%), la asesoría de un profesional (6.66%) y los grupos de conocimiento especializados (6.66%).

**TABLA 3.67** Capital simbólico de la industria metalmeccánica.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Reconocimiento del producto	1	0	0	1
Prestigio por calidad y servicio	1	0	1	2
N/C	4	6	2	12
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

En cuanto al capital simbólico, se manifiesta que 20% de las empresas de la industria metalmeccánica tiene prestigio por calidad y servicio (13.33%) y reconocimiento por el producto (6.55%).

**TABLA 3.68** Capital comercial de la industria metalmecánica.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Servicios afines y diversificación de productos	1	0	1	2
Ganar la confianza de los clientes	1	0	0	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	2	0	0	2
Consulta al cliente	0	0	1	1
N/C	2	6	1	9
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

El capital comercial representa en este gremio 26.66%, destacando los servicios afines y diversificación de productos (13.33%), la permanencia en el mercado (13.33%), el trabajo de ganar la confianza de los clientes (6.66%) y la consulta al cliente (6.66%).

**TABLA 3.69** Capital financiero de la industria metalmecánica.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Financiar de acuerdo a posibilidades	0	1	0	1
Inversiones en capital variable	0	0	3	3
Préstamo financiero (no específica)	2	0	0	2
Dispositivos de eficiencia	0	1	0	1
N/C	4	4	0	8
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

El capital financiero se manifiesta en 46.66% de los discursos, resaltando las inversiones en capital variable (20%), el préstamo financiero (13.33%), los dispositivos de eficiencia (6.66%) y el financiamiento de acuerdo a posibilidades (6.66%).

**TABLA 3.70** Capital tecnológico de la industria metalmecánica.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Maquinaria adecuada	1	1	2	4
Maquinaria rústica	0	1	0	1
N/C	5	4	1	10
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

El 33.33% de las empresas de la industria metalmecánica tiene un capital tecnológico; específicamente, 26.66% cuenta con maquinaria adecuada, y sólo 6.66% trabaja con maquinaria rústica. Es un sector poco artesanal.

## MUEBLES CON PIEZAS METÁLICAS

En esta categoría se aglutina a los fabricantes de muebles de cocina, para oficina, de casa (no de madera), etcétera. Propiamente no es un gremio, porque para serlo necesitan estar organizados.

### Entrevista 344. Micro. Fabricación de muebles para oficina, cuatro personas, 20 años

#### Testimonio

*Realmente empecé como herrero y luego me empezaron a caer chambitas y así fui progresando hasta llegar a abrir mi negocio.*

**Capital simbólico** Se hace notar el apoyo por parte de sus clientes, ya que les agradaba cómo trabajaba el dueño del negocio, por lo que fue ganando un amplio reconocimiento.

**Capital comercial** Al ganarse la confianza de los clientes, se fue posicionando en el mercado. Estos clientes pudieron ser personas cercanas a él, llámese vecinos o gente con la que compartía un territorio en común, lo cual lo ayudó a posicionarse en el mercado y así logró abrir un negocio propio.

### Entrevista 334. Pequeña. Mueblería metálica, 18 personas, 22 años

#### Testimonio

*La empresa empezó cuando mi papá la fundó, más o menos como en 1982. Después de eso tuvo una sociedad con un tío mío y creció bastante y a la fecha hemos permanecido dentro, en el mercado laboral.*

**Capital social y financiero** La empresa es familiar, iniciada por una persona y apoyada después con su hermano como socio, dando como resultado el crecimiento de la organización.

**Capital simbólico** El cliente tiene gusto por el producto.

**Capital comercial** Posicionamiento en el mercado.

### Entrevista 97. Micro. Diseño y manufactura de metales, siete personas, ocho años

#### Testimonio

*Problemas son los que yo creo que todas las microempresas del país tienen ¿no? Esto empezó con puras ganas básicamente; no había ningún lugar, no había ningún planteamiento general, que en gran medida esto surge en razón a una empresa familiar, que venía manejando a veces y a veces no, entonces en determinado momento terminando la universidad y trabajando en León*

(continúa)

(continuación)

para muchos despachos, decidí que no era lo que, ¡vaya!, que la arquitectura normalmente desde oficio soy herrero, pero de formación soy arquitecto, la arquitectura me llegaba a traumatizar ¿no? ¿por qué? Porque eran tiempos muy largos, y no sé si se note la esquizofrenia eran tiempos largos de ejecución, tiempos largos de recuperación en fin. Sin embargo los domis y los muebles prototipo se pueden lograr en una semana en dos o tres días desvelándote y haciéndolo, entonces era como ver realizado el diseño previamente concebido en un corto lapso. De ahí fue que empezó como hobby, inquietud y después encontré a mi socia Alma Lilia, después de mucho tiempo nos volvimos a ver, y resultó que ella tenía un diplomado en Comercio Internacional, y en ese momento más bien sonaba muy interesante la palabra exportar, ¿no?, exportar mueble a Estados Unidos, a Canadá, en fin porque lo había visto, y ella dentro del diplomado lo había visto, ¡eh! Decidimos hacer la pequeña empresa, te digo con puras ganas. Me regresé de León al pueblo, a Cortázar, Guanajuato, y ahí pusimos el primer taller en donde no teníamos nada, o sea nos toca poner ácidos, cortar y había veces que no teníamos soldador, y ahí estábamos averiguando lo que íbamos hacer, en fin, puras, puras ganas. Al poco tiempo nos relacionamos con el gobierno del estado con Cofoco, con todas estas instituciones que siguen o por lo menos tratan de orientar a las microempresas, pero nos dimos cuenta, y sobre todo en el momento que conocimos a compradores, o a posibles compradores, como a Aiquia, Sears o a estas tiendas comerciales grandes en donde llegaban, veían nuestro producto y nos decían oigan pues el diseño está muy padre y felicidades, pero les rascaban con la uña, y nuestros acabados terminaron por botarse, o sabían de antemano que era pintura puesta a la ligera, digo no con brocha verdad, pero sí era un acabado barato, entonces de ahí surge la inquietud de poner los recubrimientos termofijos, y sobre todo nos dimos cuenta que pues aun cuando vendíamos has de cuenta como en mercaditos, porque nos íbamos a las ferias de muebles a México, y a varios lugares ahí en México, sí rendíamos porque el diseño era interesante pero al fin de cuentas vendíamos para vivir un par de meses, muchas veces tuvimos que sobrevivir de esculturas que por ahí nos encargaron, un par de esculturas nos alivianaron tres meses y cosas así. Hace ya siete años de eso, pero en fin se llega un momento en que por ejemplo, Cofoco nos contacta con un fabricante de muebles de Monterrey, una empresa ya fuerte que era lo que sobró de Salinas & Rocha, de su manufactura de muebles, porque se separaron, porque hubo un proceso de separación entre los que producían y los que vendían, ¿no?, y esta empresa fue comprada por un buen amigo que hace mucho que no vemos que es el dueño de esta empresa, Vulcano Sierra Madre Furniture, y de esta manera bueno nos invita Cofoco a conocerlos, para ver qué se podía hacer con el mueble industrial, con el mueble en serie llevándolo a ese estadio, donde puede tener ese humanismo y esa parte artesanal. Me voy invitado por estas gentes, me voy a Monterrey, y ahí conoce lo que eran los recubrimientos termofijos, las dobladuras de tubo, toda la sensación que existe, incluso los diseños que yo llevaba que normalmente, que incluso, el mismo Cofoco le mandó diseños, pero se quedaron con los de nosotros; no estaban tan bien, porque no conocíamos bien qué máquinas tenían para trabajar, ¿no?, ni los diámetros dobles de tubo, los espesores, las resistencias en fin los acabados finalmente ¿no? Y ahí surge la inquietud. Conocí algunas gentes por ahí, porque también para la industrialización, los bocetos que yo llevaba requerían un proceso una manufactura previa, que eran los dados, o las maquinitas, para hacer los churritos metálicos, que yo les iba proponiendo; entonces esta persona que les fabricó estos dados, esas maquinitas mecánicas para hacer estos dibujos, que yo les llevaba en soleras redondos de fierro dulce, resultó ser un buen tipo, un buen amigo al que le preguntábamos, yo le preguntaba, siempre he sido muy

*preguntón, iba con él y le decía: oye ¿cómo funciona? ¿cómo le hago?, ¿qué haces tú? Resultó que este señor hacía máquinas mecánicas no hidráulicas, ¿esto qué quiere decir?, bueno las máquinas que él fabricaba funcionaban con fuerza de hombre, entonces así nos quedamos; estuve yendo alrededor de, bueno si el tiempo se juntara, como dos meses o tres meses, seis meses, pero bueno a lo largo de un año, más o menos. Se fabricaron unos prototipos, quedaron bien, se aprobaron por distintos socios, entre ellos un gringo, que no recuerdo su nombre pero se aprobaron bien y una persona de aquí de Dolores que llevaba Talavera para incluirlo en los muebles. Resulta que todo estaba bien, nos enseñábamos prototipos, a estas casas comerciales grandes pero al fin de cuentas lo que les interesó era la Talavera, porque los turcos, los chinos, los vietnamitas hacían el mismo mueble, no igual, ni siquiera con la misma calidad de diseño, pero funcionaba para lo mismo, y eran hasta cierto punto parecidos, los hacían a la mitad de precio, y a lo mejor en un metal más fino como aluminio; por ejemplo, las sillas más ligeras, menos pesadas fácilmente transportables; en fin, si eso se cambiara, se pone en el concepto México, bueno saldrían al doble entre impuestos, carga de materiales, seguro social, pero sí efectivamente estas gentes se venían de China en sus barcos, y los doblaban con las rodillas, y les quedaban muy parecidos, eran el estudio o el análisis que se hizo de estos prototipos, así era. Entonces otra vez nos dimos cuenta de qué es lo que pasaba en realidad, el mercado globalizado, qué puedes vender, qué no puedes vender, en fin. Del aprendizaje se terminaron los prototipos, y a la fecha no supe en qué quedó este asunto. Pero regresando aquí a Celaya, la inquietud fue poner unas máquinas parecidas ¿qué pasa? Que a la larga este señor que conocimos que hacía máquinas nos vendió un par de máquinas. Después de un trabajo exitoso del lado de la arquitectura pudimos invertir algo de dinero y empezamos a comprar maquinaria, hasta la fecha todavía seguimos comprando, y yo creo que nada más este año. Entonces a la fecha hacemos este mobiliario para las mismas remodelaciones, y mobiliarios, decoraciones, y diseños de interiores, y todo eso, que es en realidad a lo que nos enfocamos, pero ya todo se diseña en metal, en tubería comercial, y de esta manera podemos lograr un precio más accesible, y un diseño genérico bien armado, ¿no?, un diseño total. Entonces problemas que tuvimos, en realidad nos dimos cuenta de muchas cosas. Aquel sueño de exportación pues todavía no nos alcanza porque estamos en una fase primaria, que más o menos en planteamiento va en tiempo, pero como se llama, el principal problema es la falta de deshonres (sic), de lo que yo me he podido percatar, el resto de las empresas que llevan como nosotros muchas de ellas, ya no están, no hay ese empeño por lograr aquello; no hay una planeación que mal que bien la formación me la fue dando, y por necio aquí estamos, y no, nomás yo sino también mis socios, ya somos tres socios. Todavía no se logra una producción en serie, ni consolidada, pero todo ya está dispuesto. De hecho hoy, que precisamente nos hablaste para la entrevista, terminamos ya el horno, terminamos algo de maquinaria, que teníamos ahí empezada, y ya tenemos una plantota de siete gentes trabajando en este asunto, y pues básicamente es todo.*

<b>Trama</b>	Inicia una empresa que realiza búsquedas en la creación, innovación y valor agregado.
<b>Capital social</b>	Conjunto de buenas relaciones con empresas y gobierno, que lo van ubicando en el mercado, la fabricación, los procesos y materiales que se usan, las tecnologías, las exigencias y las características de la competencia en el mercado, los costos y el mercado mundial.

(continúa)

(continuación)

<b>Capital cultural</b>	Formado como arquitecto, el entrevistado tiene preferencia por el diseño de muebles; su socia tiene ciertos conocimientos en comercio exterior, lo que los convierte en un buen equipo para innovar. Aprenden de visitas a otras empresas afines, empresas de clientes, visitas a mercados de muebles (nacionales e internacionales), donde comparan productos, procesos y calidad; confrontan esa información con sus posibilidades; reorientan su empresa; crecen, aunque todavía no están exportando.
<b>Capital comercial</b>	Están posicionados en un nicho de innovación de muebles nacionales. Es importante destacar el papel del gobierno a través de instituciones como Cofocce que permitió (aunque no se concretó el comercio al exterior) el aprendizaje en la detonación de su contacto y vinculación con otras empresas.

Recapitulando los procesos de aprendizaje y de relaciones:

1. El socio-dueño tiene una buena actitud emprendedora, y practica una continua reflexión y curiosidad en su *habitus*. Este caso es un buen ejemplo de innovación y aprendizaje, donde el capital cultural y social se entremezclan de forma creativa y reflexiva en el buen desarrollo de la empresa.
2. Establece contactos con instituciones intermedias gubernamentales, quienes los contactan con clientes mayoristas, y por el nivel de exigencia en el mercado se cuestiona su producto.
3. Se dan cuenta de que el terminado de su producto no es el adecuado; que hay otro procedimiento tecnológico que puede mejorarlo.
4. Es importante señalar que estaba al tanto (conocimiento) del mercado interno del producto porque participaban en las ferias de muebles.
5. Generan estrategias laterales de sobrevivencia (vender productos de arte).
6. Las instituciones intermedias los contactan con otra organización para explorar posibilidades de producción.
7. Trata de fusionar la producción en serie con el humanismo artesanal (casi artístico). La innovación de sus productos es fundamental en el diseño de muebles; esta subrama contiene un alto grado de innovación del producto, pero también en los procesos.
8. Contactan a otras personas que les permiten mejorar el proceso.
9. Posteriormente hacen otros prototipos de sus productos, que son aprobados por parte de unos clientes. En estos productos se incorporan elementos culturales artesanales populares (Talavera) de la región para darle mayor sentido estético al producto.
10. El producto era parecido al que producían los chinos, los turcos, los vietnamitas, que lo vendían más barato. Las cargas fiscales han impedido la producción. Considera que va a requerir un poco más de tiempo para competir.
11. La empresa y él están madurando.

**Entrevista 204. Micro. Fabricación y venta de cocinas integrales, seis personas, 20 años****Testimonio**

*Se inició con poca maquinaria manual y en espacio reducido. Se solucionó sobre la marcha con trabajo, mejorando la maquinaria, dando más producción. Más adelante se refiere a su meta: Alcanzar una excelente calidad en el trabajo y estar a la vanguardia en los diseños satisfaciendo siempre al cliente.*

<b>Trama</b>	Comienza en un local pequeño.
<b>Capital tecnológico</b>	Inicia con maquinaria rústica, pero mejoró cuando se invirtió en maquinaria más adecuada.
<b>Capital financiero</b>	La fuente de financiamiento no la señala (préstamo, ahorro, etcétera).
<b>Capital simbólico</b>	Gusto del cliente por el producto.
<b>Capital comercial</b>	Señala que satisface al cliente.
<b>Capital cultural</b>	Tiene experiencia en la actividad (por los años de su empresa).

**Entrevista 335. Pequeña. Muebles metálicos para comercio, 20 personas, 25 años****Testimonio**

*La empresa la inició el señor, es licenciado en administración de empresas. Antes sólo comercializaba los muebles; iba a Guadalajara, los compraba y los vendía aquí en Celaya; pero después empezó a fabricar lo de estantería que es lo más sencillo, ya después las vitrinas, los exhibidores. Después se formó una sociedad con él y su hermano y así funcionó aproximadamente de 10 a 12 años. Llegaron a ser una empresa muy competitiva aquí en el Bajío, porque nadie hacía lo que ellos hacían. Después surgió competencia como Productos Metálicos Suárez. Posteriormente se disolvió la sociedad.*

<b>Capital cultural</b>	Empresa creada por un licenciado en administración.
<b>Capital comercial</b>	Inicia con la compra-venta, que lo lleva a crear sus propios productos, cada vez con mayor grado de complejidad.
<b>Capital simbólico</b>	Existe un proceso de posicionamiento en el mercado.
<b>Capital social</b>	Se asocia con un familiar, lo que lleva a su empresa a ser muy competitiva en el Bajío. Tiempo después empiezan a tener competencia, lo que lleva a una baja en la empresa ocasionando la disolución de la sociedad (más adelante nos señala que tiene problemas económicos de deuda).

**Entrevista 186. Pequeña. Fabricante de gabinetes, 15 personas, 22 años****Testimonio**

*Empezamos como comercializadora de material eléctrico, siendo a nivel regional número uno, pero después últimamente por la apertura comercial y por tanta competencia y todo eso los productos ya*

(continúa)

(continuación)

*se vendían con menos utilidad; por tanta competencia se abrieron más distribuidores. Entonces ya no somos número uno. Llega un momento en que debes cambiar la orientación, y ver la estructura del negocio. Antes éramos 40 gentes, pero fuimos disminuyendo, entonces entre esa inter se tomó la decisión de fabricar; seguimos manejando la distribución, pero en un porcentaje más bajo. También nos ayuda mucho los costos que tenemos por ser comercializadora, nos ayuda mucho la fábrica; lo haces trabajando, solicitando recursos, apoyos y así fuimos subsistiendo.*

<b>Trama</b>	Aprovechó su momento de liderazgo, pero al momento que se le presentó la competencia no supo enfrentar la situación, sólo se conformó con lo que la competencia le permitió. Siguieron produciendo algo que quizá ayudó a mantener con vida esta empresa.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Llegó a tener un gran auge en el mercado (posicionamiento), lo que le ayudó a ser la número uno en su rango.

### Fábrica de muebles con piezas metálicas (síntesis)

De acuerdo con la muestra, 66.66% de las fábricas de muebles con piezas metálicas son empresas de relación familiar, 16.66% empresas de dueño único y 16.66% de varios socios.

**TABLA 3.71** Capital social en empresas de muebles de piezas metálicas.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Colaboración familiar	2	0	0	2
Tener articulación con otras empresas	0	0	1	1
Ganar la confianza de los clientes	1	0	0	1
N/C	1	1	0	2
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

Como evidencia de capital social en las fábricas de muebles de piezas metálicas (66%), se muestra la colaboración familiar (33%), la articulación con otras empresas y ganar confianza con sus clientes (16.6% cada uno).

**TABLA 3.72** Capital cultural de empresas de muebles de piezas metálicas.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	2	1	0	3
Conocimiento e innovación	0	0	1	1
Estudios	1	0	0	1
Experimentación	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

Con referencia al capital cultural, todas tienen un tipo de conocimiento aplicado necesario. El 50% tiene que ver con experiencia en la actividad en el giro, y conocimiento e innovación, estudios y experimentación representan 16.6%, cada uno.

**TABLA 3.73** Capital simbólico de empresas de muebles de piezas metálicas.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Gusto del cliente por el producto	1	1	0	2
Reconocimiento del producto	1	0	0	1
Prestigio por calidad y servicio	0	0	1	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	1	0	0	1
N/C	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

El capital simbólico está presente en 83.33% de los casos; el gusto del cliente por el producto representa 33.33%, el reconocimiento del producto, prestigio por calidad y servicio, así como el proceso de posicionamiento en el mercado representan, cada uno, 16.6%. Recordemos que los criterios estéticos tienen un peso importante en este gremio.

**TABLA 3.74** Capital comercial de empresas de muebles de piezas metálicas.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Servicios afines y diversificación de productos	2	0	0	2
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	0	1
Consulta al cliente	0	1	0	1
Innovación en las formas de venta	0	0	1	1
N/C	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

El capital comercial se presenta en 83.33% de los casos, destacando los servicios afines (33.33%) y la diversificación de productos (33.33%). Con 16.66% cada uno, se encuentra también el posicionamiento por permanencia en el mercado, la consulta al cliente y la innovación en las formas de venta.

**TABLA 3.75** Capital financiero de empresas de muebles de piezas metálicas.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Financiar de acuerdo a posibilidades	1	0	1	2
Préstamo financiero (no específica)	1	0	0	1
N/C	2	1	0	3
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

Del total de los discursos en esta clase encontramos que sólo 50% aluden a las cuestiones financieras en lo que se refiere a emprendeduría de negocios. De manera implícita, el financiamiento de acuerdo a sus posibilidades representa 33.33%, y de manera explícita, el préstamo financiero con 16.6%.

## INDUSTRIA DE PARTES AUTOMOTRICES

La fabricación de partes automotrices es muy importante en el corredor industrial de Guanajuato (la crisis mundial de 2009 había perjudicado mucho a esta subrama). A continuación se presentan los testimonios.

<b>Entrevista 72. Mediana. Automotriz, 90 personas, cinco años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Para darle un mejor servicio al cliente en cuanto a tiempo de entrega, para hacerlos cerca y distribuyen en Querétaro.</i>	
<b>Trama</b>	Empresa de creación reciente (relativamente), iniciando a partir de un punto estratégico de demanda regional.
<b>Capital social</b>	Tiene articulación con otras empresas.

<b>Entrevista 411. Pequeña. Refacciones automotrices, 38 personas, 12 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Nosotros empezamos hace 12 años. Empezamos siendo aproximadamente cuatro personas, nada más nos dedicábamos a la compra y venta de refacciones automotrices, y al paso de estos años nos dedicamos a fabricar algunas refacciones. Actualmente trabajamos lo que es el norte y centro de la República Mexicana; tenemos agentes de ventas. Y y ya tenemos en estos 12 años, de alguna manera hemos crecido en Celaya, sino que nos conocen en 50% de la República Mexicana. Hemos tenido problemas de índole fiscal, por el mismo crecimiento. A veces también la falta de información de nosotros mismos, porque ahora sí que crecimos sin ningún orden, empezamos a vender y le echamos ganas, y esas mismas ganas nos provocaron desorientación y nos desubicamos, pero actualmente tenemos gente administrativa; estamos trabajando ya en orden.</i>	
<b>Capital social</b>	Se inicia la empresa hace 12 años con cuatro personas y sólo se dedica a la compra-venta y fabricación de refacciones automotrices.
<b>Capital tecnológico</b>	Se realiza una innovación tecnológica para poder llevar a cabo la producción de refacciones.
<b>Capital simbólico</b>	Se expande el mercado y se dan a conocer en el norte y centro de la república.

<b>Capital cultural</b>	La falta de información lleva a la empresa a tener algunos problemas de índole fiscal, por lo cual se contrata a un grupo especialista para administrar y conseguir un mayor orden.
-------------------------	---

#### Entrevista 412. Pequeña. Fabricación de refacciones automotrices, 25 personas, seis años

##### Testimonio

*Comenzó a finales del año 1999 fundada por el señor Andrés Ceferino Camacho. Empezó siendo un negocio familiar con unas pocas herramientas como un torno revolver paralelo, tarraja, esmeril, maquinaria un tanto vieja. Por lo tanto, lo primero que producía eran bujes y no eran de tanta calidad como la deseada, con el tiempo se cambió la maquinaria, se contrató más personal y ahora cumple con sus objetivos.*

<b>Capital social</b>	Inicia como un negocio familiar.
<b>Capital tecnológico</b>	Empieza con pocas herramientas, las cuales eran algo antiguas, por lo cual sólo se producían algunos bujes y no eran de calidad. Se invierte en maquinaria, se contrata más personal y se cumple con todos los objetivos planteados (capital social).
<b>Capital simbólico</b>	Se logra fabricar productos de mejor calidad.
<b>Capital financiero</b>	Se va autofinanciando de acuerdo a su crecimiento.

#### Entrevista 320. Grande. Automotriz, 1,500 personas, 24 años

##### Testimonio

*Cuando la empresa fue fundada en 1984 en la ciudad de Celaya, su principal problema, como todas las empresas que inician, fue conseguir un grupo de personas que pudiera desempeñar lo que en ese tiempo era el ensamble de cajas y los pisos de madera... para poder solucionarlo se trajeron de la empresa que estaba ubicada en la Ciudad de México, y enseñaron a las personas que se contrataron en la ciudad de Celaya. Como toda empresa también requiere de infraestructura y en ese tiempo en Celaya era muy escasa y tenía problemas de acceso a la empresa; otro problema era estar ubicada en una zona suburbana que las comunicaciones eran igualmente escasas; con el correr del tiempo y de los años eso se fue solucionando; la infraestructura fue puesta, y la empresa tomó obviamente su despegue para ser lo que el día de hoy es.*

En este caso, como todas las empresas grandes, comenzó con varias carencias, como fueron la falta de personas capacitadas para el trabajo requerido (falta de capital cultural), la falta de infraestructura y problemas de ubicación, ya que se encontraba en una zona suburbana. Dichos problemas no fueron insuperables, ya que a base de esfuerzo y mucho trabajo se ha logrado que, aparte de crecer como empresa, ésta siga desempeñando correctamente su función.

<b>Entrevista 323. Grande. Transformación, 400 personas, 12 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Los problemas han sido tanto de calidad como en entrega a tiempo y han salido con la participación de todos y trabajando en equipo. Esta empresa viene de México.</i>	
<b>Capital social</b>	El trabajo en equipo y la participación de todos y cada uno de sus miembros fueron fundamentales para conseguir que la empresa saliera adelante, ayudándola a deshacerse de sus problemas, como las entregas a tiempo y la calidad.

### Industria de partes automotrices (síntesis)

Alrededor de 40% de las empresas de la industria de las partes automotrices son pequeñas, mientras que 60% son grandes. Por lo general son empresas muy articuladas con las fábricas y armadoras de autos, por lo tanto tienen una vinculación directa con referencia a las especificaciones de las piezas y componentes. Se trata de empresas que están tecnologizadas y tienen equipos de ingenieros que asesoran la producción (es decir, con un alto componente capital escolar, al menos en sus cuadros superiores). Debido a la crisis se cierran algunas empresas de autopartes.

**TABLA 3.76** Capital social en fábricas de partes automotrices.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Tener articulación con otras empresas	0	1	0	1
N/C	0	1	3	4
Total	0	2	3	5

El tipo de capital social encontrado en las empresas de autopartes se refiere a la articulación con otras empresas (20% de la muestra).

**TABLA 3.77** Capital cultural en fábricas de partes automotrices.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	0	1	0	1
N/C	0	1	3	4
Total	0	2	3	5

En cuanto al capital cultural, existe experiencia en el giro (20% de la muestra), aunque se supone tienen especialización por equipos de trabajo profesionales.

**TABLA 3.78** Capital simbólico en fábricas de partes automotrices.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Proceso de posicionamiento en el mercado	0	0	1	1
Actitud y disposición de trabajo	0	0	1	1
N/C	0	2	1	3
Total	0	2	3	5

En cuanto al capital simbólico, existe un proceso de posicionamiento en el mercado (20%), así como actitud y disposición de trabajo (20%).

No hay referencia directa en el discurso sobre capital tecnológico y financiero.

## BOMBAS DE AGUA

Las empresas de bombas de agua plantean que iniciaron así:

### Entrevista 361. Micro. Fabricación y reparación de equipo de bombeo, 10 personas, 33 años

#### Testimonio

*La historia de la empresa se inició hace 35 años más o menos; y todo lo hizo mi papá por financiamiento de la Nacional Financiera, como se financió todo esto, de esa manera se formó la empresa.*

**Capital social** Empresa familiar, iniciada por el padre del entrevistado, lo que hace pensar que el señor le dejó el negocio al hijo.

**Capital cultural** Como es una empresa familiar, se puede concluir que el hijo fue adquiriendo un conocimiento acerca del negocio a lo largo del tiempo.

**Capital financiero** Inició con un préstamo financiero de apoyo gubernamental.

### Entrevista 366. Micro. Fabricación de piezas para bomba, ocho personas, 59 años

#### Testimonio

*Tuvimos, o sea, la empresa se dedicaba anteriormente solamente al mantenimiento agrícola. Hubo en el año del 91 una crisis fuerte, entonces nosotros para solucionar este problema, que era monetario y era de todo, nos cambiamos al giro y comenzamos a hacer lo que es mantenimiento industrial. Nos dedicábamos solamente a la reparación de bombas de pozo profundo y ahora hacemos cualquier tipo de trabajo industrial.*

**Capital social** La persona nos hace suponer que el cambio que dio su empresa fue un trabajo en conjunto para superar la crisis, y como en entrevistas anteriores, esta empresa también se vio afectada por problemas económicos.

**Capital comercial** Los problemas se solucionaron diversificando servicios.

### Bombas de agua (síntesis)

La mayoría de las empresas de bombas de agua son microempresas. Las fábricas de bombas de agua principalmente son empresas de relación familiar y se comportan de la siguiente manera:

**TABLA 3.79** Capital social en empresas de bombas de agua.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Herencia familiar	1	0	1
N/C	3	0	3
Total	4	0	4

El capital social que se encontró es la herencia familiar, en un caso que representa 25%.

**TABLA 3.80** Capital cultural en empresas de bombas de agua.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Total
Experiencia en la actividad en el giro	1	1
Experiencia en actividad afín	1	1
N/C	2	2
Total	4	4

En cuanto a capital cultural se encontraron dos tipos de casos: experiencia en la actividad en el giro y experiencia en actividad afín, como formas de conocimiento en el gremio.

**TABLA 3.81** Capital comercial en empresas de bombas de agua.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Total
Servicios afines y diversificación de productos	1	1
N/C	3	3
Total	4	4

En el capital comercial se encontró que servicios afines y diversificación tienen presencia en un caso.

**TABLA 3.82** Capital financiero en empresas de bombas de agua.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Total
Apoyo gubernamental	1	1
N/C	3	3
Total	4	4

En cuanto a los recursos financieros para iniciar la empresa, se encontraron apoyos de la banca de desarrollo, que funcionó en un momento histórico.

## INDUSTRIA QUÍMICA

Están definidas como unidades económicas dedicadas principalmente a la fabricación de resinas, fibras químicas, fertilizantes, pesticidas y otros agroquímicos, productos farmacéuticos, pinturas, recubrimientos, adhesivos, selladores, jabones, limpiadores y preparaciones de tocador, así como artículos de hule.

De acuerdo a los datos de INEGI (2005), por el número de unidades económicas (20), Celaya se ubica en el segundo lugar a nivel estatal por debajo de León. De acuerdo con la cantidad de personal ocupado total, Celaya se ubica en el tercer lugar con 933 personas. Cabe mencionar que aun cuando el municipio de León tiene un mayor número de unidades económicas, cuenta con un menor número de personal ocupado en la industria química y con una menor producción bruta total. Según la producción bruta total (709,774 miles de pesos), el municipio de Celaya está en el tercer lugar, por encima de León. El valor agregado censal bruto (228,946 miles de pesos) que Celaya genera, representa el 13.22% del total del valor agregado censal bruto de esta industria del estado de Guanajuato. Por la inversión total en el municipio de Celaya, éste se ubica en el sexto lugar del estado de Guanajuato (9,730 miles de pesos).

En este subsector encontramos los siguientes testimonios:

### Entrevista 73. Micro. Productos de limpieza, cuatro personas, cinco años

#### Testimonio

*Un compañero empezó a trabajar en productos de limpieza, se puede decir que a levantar todo esto los conocimientos básicos, todo eso de los productos, la elaboración de los productos. Y no hubo problemas.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio. Llama la atención que le dice compañero al dueño.
<b>Capital cultural</b>	Tener el conocimiento básico (se supone que "estudios") para elaborar productos químicos de limpieza permitió crear la empresa.
<b>Capital financiero</b>	Fue desarrollándose de acuerdo a sus posibilidades; finalmente está prosperando.

### Entrevista 11. Mediana. Fabricación y distribución de artículos de limpieza, 60 personas, 20 años

#### Testimonio

*Esta empresa nació vendiendo, a nivel tienda, productos de limpieza; poco a poco se fue desarrollando y fue creciendo la compañía, lo que es Beta Procesos S.A. de C.V. Eran dos socios, uno se*

(continúa)

(continuación)

*llamaba don Pulcro y tuvo varias tiendas aquí en Guanajuato como en Querétaro, y poco a poco fue formando lo que es ahorita esta empresa.*

<b>Capital social</b>	La empresa creció al fusionarse dos empresas del mismo giro. Esto supone ciertos acuerdos entre los dueños, principalmente un nivel de confianza y/o interés para poder articular el trabajo. No se puede hacer una asociación si no hay un mínimo de afinidad y respeto.
<b>Capital simbólico</b>	El testimonio muestra que los negocios no son asociaciones de personas indiferentes; tiene que haber elementos como la cooperación, acuerdos, empatía, solidaridad y objetivos en común. Con ello se afirman las dimensiones sociales y humanas que hay en las organizaciones.
<b>Capital cultural</b>	Hay experiencia en la actividad realizada.
<b>Capital comercial</b>	Proceso de posicionamiento en el mercado.
<b>Capital financiero</b>	Fusión de capital.

**Entrevista 125. Pequeña. Amoniaco agrícola, 15 personas, 12 años**
**Testimonio**

*Nació alrededor del año 1994 en Celaya bajo el nombre de Fertimpasa, pero unos años después tomamos el nombre de Fertiequipos Impasa. Comenzamos con alrededor de siete personas. Un problema muy grande para la empresa fue el de conseguir proveedores de amoniaco. El siguiente fue abrirse paso ante un mercado hostil dentro de este ramo, así como comienzo de una cartera de clientes; fue algo realmente difícil durante el comienzo de ésta.*

<b>Trama</b>	Inicia empresa pequeña entre varios socios.
<b>Capital simbólico y comercial</b>	Proceso de posicionamiento y ganar confianza en el mercado para abrirse camino.
<b>Capital social</b>	Suponemos que hay apoyo de conocidos, porque sería muy difícil iniciar una empresa sin conocer por lo menos el interés de las personas participantes.

**Entrevista 132. Mediana. Manejo de polietileno, 107 personas, 40 años**
**Testimonio**

*El señor Graham empieza a trabajar con un pequeño capital en el año de 1969 y va creciendo hasta internacionalizarse.*

<b>Trama</b>	El fundador contaba con un pequeño ahorro (capital económico). En este caso no nos dice mucho, sólo que empezó con un capital pequeño.
--------------	--

<b>Capital comercial</b>	Se supone que identificó algunos factores para posicionarse en el mercado e internacionalizarse.
--------------------------	--

### Industria química (síntesis)

El 16.66 % de las empresas de la industria química son micros, 33.33 % pequeñas y 50% medianas, de acuerdo con la muestra. Una tercera parte son de relación familiar, otra tercera parte de único dueño y el resto de varios socios.

**TABLA 3.83** Capital social en la industria de la química.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Fusión entre empresas o varios accionistas	0	0	1	1
Apoyo de conocidos	0	0	1	1
N/C	2	2	0	4
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

El capital social se manifiesta en 33.33% de los discursos, donde la fusión entre empresas o varios accionistas y el apoyo de conocidos representan 16.66% cada uno.

**TABLA 3.84** Capital cultural en la industria química.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Experiencia en la actividad en el giro	0	0	1	1
Estudios	0	1	0	1
Grupos de conocimiento especializados	0	0	1	1
N/C	2	1	0	3
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

De acuerdo a los testimonios, 50% manifiesta formas de capital cultural a través de experiencia en la actividad en el giro, estudios y grupos de conocimiento especializados (cada uno con 16.66%).

**TABLA 3.85** Capital simbólico en la industria química.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Proceso de posicionamiento en el mercado	0	0	1	1
N/C	2	2	1	5
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

En lo que se refiere al capital simbólico, sólo se encontró un caso en la muestra, a través del proceso de posicionamiento en el mercado.

**TABLA 3.86** Capital comercial en la industria química.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Ganar la confianza de los clientes	0	0	1	1
Posicionamiento por permanencia en el mercado	0	1	1	2
N/C	2	1	0	3
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

El capital comercial se presenta en el 50% de los discursos, destacando el posicionamiento por permanencia en el mercado (33.33%) y el trabajo de ganar confianza con clientes (16.66%).

**TABLA 3.87** Capital financiero en la industria química.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	Total
Ahorro	0	1	0	1
Financiar de acuerdo a posibilidades	0	1	0	1
Inversiones en capital variable	0	0	1	1
N/C	2	0	1	3
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

De acuerdo con los testimonios, sólo 50% hace referencia a las formas de capital financiero. El ahorro, el financiamiento de acuerdo con las posibilidades y las inversiones en capital variable representan 16.66% cada uno.

## TALLERES ARTESANOS

En este grupo de actividades económicas conjuntamos a la orfebrería, la platería, artesanos de piezas de barro, joyería, decoración de cristal o vidrio, entre otros.

### Entrevista 6. Micro. Platería y orfebrería, cuatro personas, 14 años

#### Testimonio

*Cuando empezamos con la empresa, yo tuve que trabajar. Yo trabajaba con el señor Francisco Mota de las 10 de la mañana a 7 de la tarde. Después de ahí empezamos; empecé yo a trabajar en la noche en mi casa, y así fue como surgió el taller. Debo de decir que tengo un cuñado sacerdote y él fue el que me echó la mano para los trabajos de orfebrería, como tenía muchos, bueno como*

*tiene muchas amistades sacerdotes también me recomendaba, pero ahí nada más empecé yo y luego después empezó uno de mis hijos ya más tarde; y luego ya así sucesivamente empezaron los otros dos y fue como empezamos con la empresa; con el taller va, no empresa, taller más bien.*

<b>Capital social</b>	Comienza con apoyo de un conocido y con trabajo extra propio. Una relación de parentesco (cuñado) apoyó con clientes desde su mismo círculo social (campo religioso). Poco a poco se fueron integrando al negocio los miembros de la familia.
<b>Capital cultural</b>	En la noche trabajaba, experimentaba e innovaba.
<b>Capital comercial</b>	Recomendación del trabajo entre las personas.
<b>Capital financiero</b>	Financiamiento de acuerdo a posibilidades.

#### **Entrevista 8. Pequeña. Producción de figuras de azúcar, 26 personas, 4.5-5 años**

##### **Testimonio**

*Pues problemas grandes no tuvimos porque empezamos en pequeño ya que yo trabajé desde joven esto verdad. Lo aprendí, entonces empecé yo, empezaron mis familiares más allegados a contratar gente; empecé de menos a más. Entonces problemas grandes no hemos tenido y pues se dan problemitas, por ejemplo que nos hace falta: capital, nos hace falta materia prima, cosas pequeñas que se solucionan fácilmente.*

<b>Capital cultural</b>	Esta historia parte de que una persona adquirió conocimiento (capital cultural) sobre artesanía y empezó su negocio.
<b>Capital social</b>	Fue apoyada por sus familiares y posteriormente contrató personas.
<b>Capital financiero</b>	De acuerdo a posibilidades.

#### **Entrevista 10. Pequeña. Artesanías, 13 personas, 15 años**

##### **Testimonio**

*Empezamos vendiendo molcajetes y de alguna manera no hemos tenido más que lo necesario, lo de darlo de alta en Hacienda y todo. Más adelante plantea haber hecho que creciera el local con esfuerzo y trabajo.*

<b>Trama</b>	Inicia una empresa familiar con autofinanciamiento (capital financiero).
<b>Capital simbólico</b>	Actitud y disposición a trabajar.

**Entrevista 71. Micro. Artesanía, una persona, cinco años**
**Testimonio**

*No, pues ningún problema, simplemente fuimos construyendo este local con calma, con mucho tiempo. Duré como unos cuatro años para construir este local; ahí fue al pasito, luego ya lo tuvimos y luego pues nos ahorramos un dinero y empezamos a trabajar la loza.*

<b>Trama</b>	Inicia empresa (habla de fuimos, tuvimos, ahorramos y empezamos) como empresa familiar, sólo con su esposa.
<b>Capital cultural</b>	Tiene conocimiento en la elaboración de la loza.
<b>Capital financiero</b>	Poco a poco fueron juntando dinero.

**Entrevista 94. Pequeña. Artesanías y fábrica de candiles, 12 personas, dos años**
**Testimonio**

*La verdad no estoy seguro, yo soy de Tierra Caliente, Michoacán, y desde siempre ya la familia se dedica a esto. Yo anduve en varios lugares, pero es aquí donde me ha ido un poquito mejor.*

<b>Trama</b>	Inicio de un negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Tradición artesanal familiar.
<b>Capital simbólico</b>	Ha sido mejor aceptado su producto aquí en Celaya.
<b>Capital comercial</b>	Se va posicionando en el mercado.

**Entrevista 110. Micro. Venta de artesanías, cinco personas, cuatro años**
**Testimonio**

*Toda mi vida he realizado esto y pues yo solo lo continué de manera independiente para sacar adelante a mi familia.*

<b>Trama</b>	Inicia una actividad económica para mantener a su familia. Tiene problemas económicos.
--------------	--

**Entrevista 417. Pequeña. Trabajo con vidrio y aluminio, 20 personas, ocho años**
**Testimonio**

*Yo trabajaba con un señor que vendía vidrios, pero después vi que no era tan difícil. Después aprendí también a hacer cancelas para baño y decidí independizarme. Mis papás me prestaban este local para trabajar vendiendo vidrios y haciendo cancelas. Poco a poco fui comprando más y más*

*herramientas, después empecé a hacer peceras y se me vendieron bien, y empecé a hacer más y ya después le sacaba más a las peceras que a los vidrios. Después saqué la creatividad y empecé a hacer floreros de cristal, y mis papás murieron y me dejaron esta casa. Y de ahí empecé a abrir más locales. Ahorita le hago a todo, pongo vidrios, hago cancelas, peceras, al mayoreo y menudeo, y hago mis floreros.*

<b>Capital cultural</b>	Aprendió el oficio en un trabajo anterior y comenzó a diversificar sus productos (con aluminio y vidrio), destacando las peceras.
<b>Capital simbólico</b>	Fue innovando productos conforme le eran demandados. Se observa en el <i>habitus</i> del empresario una gran perseverancia.
<b>Capital social</b>	Apoyo de la familia al prestarle el local; posteriormente lo heredó a la muerte de sus padres.
<b>Capital comercial</b>	Se fue posicionando en el mercado con más negocios.
<b>Capital tecnológico</b>	Compró herramienta (lo clasificamos como baja en capital tecnológico).

#### **Entrevista 182. Micro. Fabricación de artesanías de piuter, tres personas, cuatro años**

##### **Testimonio**

*Problemas no. Empezamos así como por ejemplo, yo con un puestecito, así nada más en la calle, hasta que encontramos un local y aquí rentamos. Sería lo único, porque cuando uno empieza no tiene dónde vender, y estábamos en la calle como puesto callejero.*

<b>Trama</b>	Comenzó desde abajo y en la calle, quizá sin ningún permiso, pero poco a poco pudo hacer que su negocio creciera, lo que lo llevó a rentar un local para poder satisfacer a sus clientes.
<b>Capital social</b>	Más adelante habla de que se trata de una empresa familiar, por lo pronto de su esposa y él.
<b>Capital cultural</b>	Tiene poca experiencia.

#### **Entrevista 218. Micro. Comerciante artesanal, dos personas, 49 años**

##### **Testimonio**

*Mis abuelos me enseñaron.*

<b>Capital social</b>	Continúa una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Sus abuelos le enseñaron a elaborar artesanías.

<b>Entrevista 223. Micro. Artesanía y cerámica, cinco personas</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>El negocio era de mi suegra, inició por tradición familiar.</i>	
<b>Capital social</b>	El negocio fue heredado por parte de la familia.
<b>Capital cultural y simbólico</b>	Seguir un proyecto por tradición; implica bases sólidas en los valores familiares.

<b>Entrevista 355. Pequeña. Artesanía, 26 personas, 25 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empecé revendiendo producto y como me fue muy bien, pedí un préstamo para comprar todo mi material y el problema fue pagar el préstamo pero gracias a Dios terminé. Más adelante plantea: Mis abuelos vendían artesanía y así fue como me adentré en el negocio; aprendí muy bien y me gustaría conocer más de las necesidades de los clientes.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia un negocio cambiando de giro.
<b>Capital cultural</b>	El oficio le fue enseñado por su abuelo.
<b>Capital financiero</b>	Solicitó un préstamo.
<b>Capital comercial</b>	Diversificación del producto en el servicio inicial.

<b>Entrevista 359. Micro. Reparación y fabricación de joyería, dos personas, 14 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>La principal idea para esta empresa fue... yo siendo empleado de un taller de joyería, a partir de eso lo vi como un futuro para mí, y decidí poner mi propia empresa. Los principales problemas fue lo económico, porque para ello necesitaba tener alguna base y poco a poco fui viendo la manera de comprar mi herramienta.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia negocio independizándose del trabajo anterior.
<b>Capital cultural</b>	Adquisición de experiencia trabajando en un negocio de la misma índole, adquiriendo así un conocimiento previo, antes de iniciar su propia empresa.
<b>Capital tecnológico</b>	Lo clasificamos como baja tecnología.

<b>Entrevista 360. Micro. Joyería, tres personas, dos años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Comenzamos hace dos años en este local, y pues un negocio siempre tiene muchos problemas, ¿verdad? A base de trabajar sale uno adelante.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia una empresa.
<b>Capital simbólico</b>	Tiene actitud y disposición al trabajo.
<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar (habla en plural).

<b>Entrevista 414. Pequeña. Diseño y decoración con vidrio, 14 personas, siete años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Empecé hace siete años y mis problemas fueron el no estar lo suficientemente capacitado para comenzar el negocio. Más adelante dice: Inició como un negocio familiar y nunca he tenido problemas por este hecho.</i>	
<b>Trama</b>	Inicia negocio propio.
<b>Capital social</b>	Apoyo de la familia.
<b>Capital cultural</b>	Experiencia raquítica.

### Talleres artesanos (síntesis)

El 88.88% de la muestra de taller de artesanos son empresas de relación familiar y 11.11% es de único dueño.

**TABLA 3.88** Capital social en los talleres de artesanos.

Capital social	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Colaboración familiar	7	1	8
Colaboración de familia política	1	0	1
Apoyo económico familiar	0	1	1
Herencia familiar	3	0	3
N/C	5	0	5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

La familia tiene un papel importante en este sector: 44.44% colabora en el taller de alguna forma. El 16.66% retoma el negocio de la herencia familiar. La colaboración de la familia política y el apoyo económico familiar equivalen, cada uno, a 5.4%. La participación familiar como capital social en los talleres artesanales es de 72.22%.

**TABLA 3.89** Capital cultural en los talleres de artesanos.

Capital cultural	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Experiencia en la actividad en el giro	6	2	8
Experiencia en actividad afín	1	0	1
Estudios	1	0	1
Experimentación	1	0	1
Experiencia raquíptica	2	0	2
N/C	5	0	5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

De acuerdo a los testimonios, en este gremio el capital cultural está presente en el 72.22% de los casos, compuesto por experiencia en la actividad en el giro (44.44%), experiencia raquíptica (11.11%), experiencia en la actividad afín (5.55%), estudios (5.55%) y experimentación (5.55%).

**TABLA 3.90** Capital simbólico en los talleres de artesanos.

Capital simbólico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Reconocimiento del producto	1	0	1
Proceso de posicionamiento en el mercado	1	1	2
Actitud y disposición de trabajo	3	0	3
N/C	11	1	12
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

El capital simbólico se manifiesta en el 33.33% de los talleres de artesanos, compuesto por actitud y disposición (16.66%), proceso de posicionamiento en el mercado (11.11%) y reconocimiento en el producto (5.55%).

**TABLA 3.91** Capital comercial en los talleres de artesanos.

Capital comercial	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Recomendación	1	0	1
Servicios afines y diversificación de productos	2	1	3
Posicionamiento por permanencia en el mercado	1	0	1
N/C	12	1	13
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

De acuerdo a los testimonios, el capital comercial está presente en el 27.77% de los talleres de artesanos, compuesto por servicios afines y diversificación de productos (16.66%), recomendación (5.55%) y posicionamiento por permanencia en el mercado (5.55%).

**TABLA 3.92** Capital financiero en los talleres de artesanos.

Capital financiero	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Ahorro	1	0	1
Apoyo económico familiar	0	1	1
Financiar de acuerdo a posibilidades	2	1	3
Préstamo financiero (no especifica)	2	0	2
N/C	11	0	11
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

El capital financiero se presenta en 38.88% de las actividades de emprendimiento de talleres artesanos, principalmente en el financiamiento de acuerdo a posibilidades (16.66%) y en préstamos financieros (11.11%). El ahorro y el apoyo económico familiar representan 5.55% cada uno.

**TABLA 3.93** Capital tecnológico en los talleres de artesanos.

Capital tecnológico	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Total
Baja maquinaria y tecnologías	1	1	2
N/C	15	1	16
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

La presencia de la tecnología es muy baja en el gremio de los artesanos al representar sólo 11.11%; lo anterior implica el bajo nivel de automatización del proceso productivo.

## OTRAS INDUSTRIAS DE TRANSFORMACIÓN

Otras industrias de transformación no es propiamente un gremio. Se reagrupa por cuestiones de operatividad. No las clasificamos en clase o gremio porque se trata de diferentes actividades económicas, solamente las agrupamos para su análisis.

### Entrevista 105. Mediana. Empaques de todo tipo, 122 personas, tres años

#### Testimonio

*Es una empresa de herencia; me la heredaron mis padres, pero como todos tuve el problema de la envidia de los hermanos, y muchas trabas que me pusieron.*

#### Trama

Hereda una empresa familiar, pero tiene problemas con algunos de sus hermanos (capital social).

<b>Entrevista 13. Pequeña. Transformación de materiales, 12 personas, 30 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<p><i>Mi empresa empezó con un proyecto que lo iniciamos de nomás se va a hacer y no teníamos ningún proyecto; nosotros veníamos de Estados Unidos, y pensando en hacer un negocio aquí. Se presentó ese y con ese seguimos; y empezamos con la herrería, y de allí le seguimos con la carpintería y ya tenemos todo lo que necesita una casa, puertas, ventanas, metal, de madera, de aluminio, vidrios, cristales.</i></p>	
<b>Trama</b>	Se iniciaba un negocio propio, aunque en un principio no se tenía una idea clara de en qué iba a consistir.
<b>Capital social</b>	Es una familia que, como migrante de retorno, trae recursos económicos e invierte conjuntamente para establecer un negocio.
<b>Capital cultural</b>	Fue derivando productos y servicios relacionados.

<b>Entrevista 146. Mediana. Fábrica de hielo, 80 personas, 25 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<p><i>En el año de 1980 los dueños decidieron instalar una planta de hielo en esta ciudad por el desabasto que existía de este producto, durando un año en construcción. En el año de 1981 se puso en funcionamiento la empresa, dando servicio al municipio de Celaya, expandiéndose luego a las ciudades de San Miguel de Allende, Cortázar, Villagrán, Juventino Rosas y Dolores Hidalgo y a partir del año 1990 a la ciudad de Querétaro. El primer y más fuerte problema con lo que nos encontramos para poder poner esta empresa fue el abasto del agua, ya que nuestra principal materia prima es el agua, por lo que se estuvo dando vueltas y vueltas a las autoridades municipales encontrando siempre la misma respuesta: que el municipio no tenía la capacidad de proporcionarnos la cantidad de agua requerida, por lo que se estuvo buscando con ayuda de legisladores de esa época un permiso para perforar un pozo propio, lo que se logró en el año de 1982 y se tiene hasta la actualidad.</i></p>	
<b>Trama</b>	Con el propósito de instalar una planta de hielo, los dueños de la empresa querían entrar al mercado del estado de Querétaro, ya que distribuían a otros, aunque había falta de recursos para obtener agua.
<b>Capital social</b>	Gracias a la ayuda de los legisladores se ejecutó el proyecto de realizar un pozo que hasta ahora sigue vigente.
<b>Capital cultural</b>	La experiencia de los dueños facilitó el desarrollo del proyecto.
<b>Capital simbólico</b>	Por la constante producción y calidad en el producto se logra la expansión de la empresa a varias ciudades en el estado de Guanajuato, lo cual nos lleva a decir que se cuenta con experiencia y preferencia en el ámbito comercial.

**Entrevista 120. Micro. Industrial, cuatro personas, 55 años****Testimonio**

*Ésta es una empresa que es familiar y que se ha ido heredando de generación en generación. Pertenecía a la familia de mi esposo, y los problemas que se han tenido es que es difícil conseguir la materia prima. Ése es mi único problema muy grave que tenemos, y las soluciones son trasladarse a lugares donde se pueda conseguir, aunque también a veces se nos hace muy...*

<b>Trama</b>	Continúa empresa familiar.
<b>Capital social</b>	Herencia familiar.
<b>Capital cultural</b>	Experiencia en la actividad económica; problema de abastecimiento de materia prima.

**Entrevista 2. Micro. Purificadora de agua, tres personas, un año****Testimonio**

*Los problemas que tuve fue encontrar asesoría y proveedores. Lo solucioné buscando en Internet.*

<b>Capital social</b>	El Internet ha facilitado los vínculos y las relaciones sociales a distancia entre las personas, también entre clientes y proveedores.
-----------------------	--

**Entrevista 156. Micro. Reparación y producción de gatos hidráulicos, tres personas, 17 años****Testimonio**

*Van 17 años de que empezó esta empresa, y pues sí tuvimos muchos problemas, en cuanto a darnos a conocer más que nada. ¿Cómo lo solucionamos? Por medio de fuentes allegadas a nosotros que nos promovieron para poder hacer nuestro trabajo.*

<b>Capital simbólico</b>	Con la ayuda de las amistades y conocidos se pudieron dar a conocer y esto les ayudó a que se vendiera su producto y tuviera más demanda con la gente que no sabía de la existencia de su negocio.
<b>Capital social</b>	Gracias al apoyo de los allegados que dieron a conocer el negocio, se logró la subsistencia y el avance de la empresa.

**Entrevista 352. Pequeña. Diseño de sistemas de riego PVC, 35 personas, 12 años****Testimonio**

*Empezamos con un local pequeño en el que exhibíamos el material. Posteriormente los clientes nos solicitaban también diseños e instalaciones de riego para sus parcelas. Viendo la situación*

(continúa)

(continuación)

*empezamos a contratar gente (un ingeniero y obreros) para llevar a cabo el trabajo. Los problemas fueron el capital, la preparación... capacitación de la gente, la obtención de créditos para comprar equipo de trabajo. Para solucionarlo tuvimos que pedir adelantos y créditos, endeudarnos pero con trabajo pudimos salir adelante.*

<b>Capital simbólico</b>	Este negocio creció gracias al apoyo de los clientes, quienes pudieron ser personas que compartían un vínculo amistoso o un territorio con los dueños de la empresa, ya que solicitaban diferentes productos. Esto originó que la demanda se incrementara y también motivó a los dueños del negocio a innovar en su empresa, puesto que empezaron a contratar más gente para atender la demanda de los que requerían de los servicios que se proporcionan.
--------------------------	--

#### **Entrevista 416. Micro. Vidrio y aluminio, una persona, 10 años**

##### **Testimonio**

*Todo empezó cuando me casé y dejé de ejercer mi carrera por mis hijos y me dediqué a atender el negocio y aquí estoy (cabe mencionar que la señora es licenciada en el análisis de sistemas).*

<b>Trama</b>	Empieza cuando se casa y deja de ejercer su carrera por la necesidad de cuidar y atender a sus hijos.
<b>Capital cultural</b>	El no sólo dedicarse a cuidar a sus hijos y tener la iniciativa de crear y atender un negocio hace ver que se puede salir adelante.

#### **Entrevista 413. Mediana. Fabricación de lonas de plástico, 81 personas, nueve años**

##### **Testimonio**

*La empresa comenzó, realmente es una empresa familiar y viene desde el papá, no, el papá actualmente ahorita de nuestra empresa, en nuestra empresa es el director general, pero él la inició hace como 40 años vendiendo puras lonas para camión; anteriormente se llamaba Lonas Atlas del Bajío. En el 96 él decide irse a vivir a Guadalajara y se los deja a sus hijos. Sus hijos le cambian el nombre y se llama Versaflex, S.A de C.V., entonces ahora ya no es tanto nada más la venta de lonas, ahora se adicionaron varios productos como cortinas para trailer, carpas para circo, econobodegas (las econobodegas son bodegas de estructuras cubiertas de lona, de lona muy gruesa que tienen durabilidad de 10 a 15 años), sombrillas, anuncios espectaculares, anuncios luminosos, impresión digital; también ya se adicionó y hora sí que manejamos ya muchos productos, juegos inflables. Pero el principal, los problemas con los que nos hemos topado así graves es que no teníamos en realidad una estructura, un organigrama, entonces aquí no teníamos bien establecidas nuestras responsabilidades, no había autoridades diseñadas, son unos problemas que hemos tenido a raíz del 2003. Este... del 2003 para acá este se contrató un ingeniero que fue el que nos diseñó, nos*

*especificó, nos asignó los puestos y a raíz de acá ya hemos trabajado mucho mejor. Esos problemas se han eliminado pero todavía seguimos con el problemita que te comentaba desde el principio que es el de disciplina en la dirección general, principalmente.*

<b>Capital social</b>	La empresa inicia con el padre; después le deja la empresa a los hijos.
<b>Capital simbólico</b>	Cuando empieza tiene el nombre de Lonas Atlas del Bajío pero al dejárselas a los hijos ellos cambian el nombre por el de Versaflex S.A de C.V. El problema principal es que no se tenía una estructura en la empresa, no estaban delimitadas las responsabilidades de cada trabajador, por lo que se contrató a una tercera persona que diseñó un organigrama para darle la estabilidad necesaria.
<b>Capital tecnológico y comercial</b>	Inicia vendiendo solamente lonas para camión; después al comprar nueva maquinaria se expande el mercado y empiezan a producir otros artículos.

#### **Entrevista 415. Micro. Venta y maquila de cristal, una persona, 17 años**

##### **Testimonio**

*Nació alrededor del año 1989 como un negocio familiar. Unos familiares se han dedicado por años a la venta de vidrio, ahí fue donde aprendí a manejarlo y por lo cual se me hizo práctico instalar mi propia vidriera.*

<b>Capital social</b>	Empieza como un negocio familiar.
<b>Capital simbólico</b>	Sus familiares se han dedicado por muchos años a este negocio y esta persona lo aprende así; se podría decir que es cuestión de herencia.
<b>Capital comercial</b>	Al tener estos conocimientos se establecen y empiezan a ofrecer sus productos y por el tiempo que lleva en el mercado se aprecia que ha mejorado.

#### **Entrevista 327. Micro. Elaboración de productos naturales, cuatro personas, tres años**

##### **Testimonio**

*Nos dimos cuenta de las propiedades que tiene la miel y decidimos tomar un curso de cómo trabajar con este producto para elaborar cremas, shampoo, etcétera. Los problemas eran para ir a los cursos, por problemas de tiempo pero por fin los terminamos.*

<b>Trama</b>	El problema presentado fue la falta de trabajadores y de la organización de tiempos tanto de los pocos trabajadores que había en ese momento como de la empresa. Una solución podría haber sido la contratación de más personal para dividir el tiempo.
--------------	---

<b>Entrevista 33. Micro. Fabricación de carbón, cuatro personas, 60 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Pues esta empresa se inició con mi abuelo, y problemas siempre ha habido, la falta del producto, en este caso la madera a veces se nos complica conseguirla.</i>	
<b>Capital social</b>	Lleva una fuerte relación entre familiares de distintas generaciones, el abuelo y el nieto, que se apoyan mutuamente para poder sacar adelante el negocio. El problema de fondo es el deterioro del medio ambiente y el agotamiento de este recurso, al no tener espacios ni prácticas de reforestación.
<b>Capital cultural</b>	La transmisión de conocimientos se da entre generaciones, muy raquíta y elemental, el nieto aprende del abuelo todo lo que éste sabe, y de sus experiencias.

<b>Entrevista 30. Mediana. Fabricación de calzado, 82 personas, 25 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Cuando mi papá empezó tuvo muchos problemas, porque casi no había dinero, y tenía que hacer poco zapato, pero con el tiempo lo solucionó.</i>	
<b>Trama</b>	Problemas económicos de la persona que emprende el negocio.
<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	El padre sabía fabricar zapatos, aunque no contaba con el capital económico suficiente para producir (se supone que de acuerdo a sus posibilidades).

<b>Entrevista 148. Micro. Fabricación de calzado, tres personas, 18 años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Cuando yo me casé con mi esposa me fui para Morelia y allá empecé a trabajar con un señor que hacía huaraches, y así me fui enseñando, hasta que me vine para acá otra vez, y ya aquí puse mi negocio y hasta ahorita aquí estamos.</i>	
<b>Capital social</b>	Con el apoyo de su esposa iniciaron su negocio.
<b>Capital cultural</b>	El señor aprendió de la esposa; ayuda de un señor que conocieron y que les enseñó cómo hacer el producto.

**Entrevista 3. Mediana. Fabricante de persianas y cortinas, 100 personas, 40 años****Testimonio**

*Ésta es una empresa netamente familiar, todo comenzó aproximadamente hace unos 40 años, cuando el señor Zárate, ellos eran costureros y como era un trabajo muy rudimentario, su hijo decidió darle un cambio muy radical, de hacer cortinas a fabricar persianas. Los problemas que se tenían era que no se contaba con el capital suficiente para adquirir un local y adquirir maquinaria, y sobre todo adquirir el factor humano.*

**Capital social** Es una empresa familiar.

**Capital cultural** Se dedicaban a la costura; los miembros tienen conocimiento y experiencia, pero un miembro (hijo) le da un giro, de fabricación de cortinas a fabricación de persianas (esto implica trabajar ya no de manera artesanal, sino como taller). El reto es la transformación de la empresa, ya que requería infraestructura: local y maquinaria.

**Entrevista 63. Pequeña. Venta de muebles y zapatos, 13 personas, 40 años****Testimonio**

*Empezó vendiendo tortas, y ya después, poco a poco fue metiendo lo que fue regalos, y ya después los estuvo vendiendo a crédito, y ya con un préstamo de una tía de una cantidad que recibió su tía con eso fue, aportó más productos, y ya fue cuando empezó a darlos a crédito y así poco a poco fue creciendo.*

**Trama** Inicia un negocio que pasó de vender tortas a la venta de zapatos a crédito y muebles.

**Capital social** Pide un préstamo a una tía para abastecer su negocio.

**Capital cultural** Tiene habilidades para los negocios.

**Capital comercial** Se inserta en un servicio poco común que es la venta con opción de crédito; esta opción es importante en lugares donde no hay tanto dinero disponible.

**Entrevista 70. Mediana. Empresa pública: fabricación de equipos y piezas para laboratorios, 120 personas, 26 años****Testimonio**

*La empresa comenzó, con el fin de los tecnológicos realmente tenían que pagar cuando se les descomponían alguno de sus equipos y tenían que pagar a compañías de fuera y es una mano de obra muy cara; aparte de que no muy fácilmente hay compañías o personas que no dan el servicio que*

(continúa)

(continuación)

los tecnológicos requieren; tenemos el caso de Zihuatanejo que es muy difícil encontrar alguien que dé servicio de máquinas y herramientas para fabricar alguna pieza o algo, y de ahí nació la empresa. Empezamos trabajando alrededor de 10 gentes. Se empezó a maquilar en México en la dirección general, para darle mantenimiento a los tecnológicos. Tenemos alrededor de 86 tecnológicos en el país a los que damos servicio; fabricamos prototipos; actualmente estamos trabajando en un banco de prueba de hidráulica y neumática, estamos trabajando en 16 pedidos de mesas hexagonales para los laboratorios de estudios o movimiento de ingeniería industrial. Así comenzamos, se comenzó a abrir el apoyo de la dirección general, empezamos trabajando aquí en el tecnológico de Celaya, en una bodega dentro de las instalaciones de la institución y poco a poco se fue incrementando la platilla del personal hasta llegar actualmente a 120 personas.

<b>Trama</b>	Inicia una empresa pública prestadora de servicios.
<b>Capital cultural</b>	Equipos de trabajo especializados. Innovación y capital tecnológico amplio.
<b>Capital social</b>	Incorporado a una institución pública.

#### Entrevista 134. Grande. Electrodomésticos, 300 personas, 50 años

##### Testimonio

*Sociedad anónima, por medio de una familia de empresas donde los dueños actuales son los de T-Fal.*

<b>Trama</b>	Se realiza una empresa que cuenta con capital económico.
<b>Capital social</b>	Está agrupada en una serie de empresas.

#### Entrevista 196. Pequeña. Compra-Venta de materiales reciclados, 12 personas, cinco años

##### Testimonio

*Empezó simplemente con un anuncio que decía "Se compra chatarra". Era un terreno más pequeño y sólo contaba con una báscula de 500 kg. y una unidad pequeña en la que se transportaba el material. Los problemas fueron el capital para comprar todo el metal que me llevaban a vender, así que tuve que pedir respaldo a la gente a la cual le vendía el material; como eran conocidos y les estaba cumpliendo surtiéndoles material, me apoyaron.*

<b>Capital social</b>	Inicia comprando chatarra; tuvo que pedir apoyo de sus clientes ante los problemas financieros. Ellos lo apoyaron, ya que les cumplía con distribuir el material que le vendían, y gracias a esto pudo poner su negocio en forma, y así poder comprar el material. En este caso vemos cómo el capital social opera en doble sentido. Por un lado se otorga, y por el otro se recibe en términos sociales a la par de los intercambios materiales y económicos. Hay reciprocidad moral de apoyo y responsabilidad.
-----------------------	---

<b>Capital comercial</b>	La mayoría de las pequeñas empresas comienza con poco, y es difícil hacerla crecer cuando no se tienen los recursos suficientes para hacerlo. En esta empresa podemos observar que el dueño supo resolver el problema de la mejor manera, pero para llevar a cabo la resolución necesitó el apoyo de personas cuyo único lazo era de cliente a proveedor. Se necesitó mucha confianza para que estas personas le brindaran el capital económico a la empresa.
--------------------------	---

## COMERCIO Y SERVICIOS

No clasificamos en clase o gremio al comercio o servicios porque son diferentes las actividades económicas, solamente los agrupamos para su análisis.

<b>Entrevista 52. Micro. Comerciante, cinco personas, ocho años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Primeramente no sabíamos dónde poner el negocio, luego tuvimos que ir a la presidencia a que nos dieran un permiso, pero no hubo problemas, luego nos pusimos en el jardín pero era mucha la competencia y luego mejor nos cambiamos a nuestra casa.</i>	
<b>Trama</b>	Claro ejemplo de un problema que en muchas ocasiones se presenta al inicio de un negocio, sobre todo cuando no se tiene bien pensado el negocio ni lo que se quiere hacer, como cuál es el lugar más conveniente para instalar el negocio (lo más recomendable es hacer un estudio de mercado, para no tomar una decisión que pueda afectar el negocio, como en el caso que ellos imaginaron que el mejor lugar para implantarlo era el jardín pero no visualizaron que es un lugar de bastante competencia, y lo vieron ya tiempo después, por lo cual se cambiaron a su casa, donde tal vez es mas cómodo y pueden reducir un poco sus gastos).
<b>Capital social</b>	La actividad económica se da en la casa de la familia para disminuir los costos.

<b>Entrevista 18. Micro. Comida rápida, seis personas, tres años</b>	
<b>Testimonio</b>	
<i>Las ventas se manejan a como lo hemos ya tratado es todo al, todo el año hay ciertas épocas. Me he fijado que en San Miguel se manejan de acuerdo a una mercadotecnia, así lo veo yo; es por ejemplo, hay muchas fiestas de las cuales este se genera comercio. Vamos entonces, uno se enseña a saber las épocas dónde bajan y dónde suben. Una época difícil viene siendo la entrada de estudiantes a las escuelas, en lo que es agosto y las salidas igual que se genera mucho gasto y a la vez se deja de consumir.</i>	

(continúa)

(continuación)

<b>Capital comercial</b>	Destaca que en el negocio se conoce empíricamente la demanda anual. Por un lado la oportunidad de venta por temporada de comida en las fiestas patronales que generan consumos (fiestas tradicionales) y la temporada baja cuando hay regreso a clases (las personas tienen poco dinero).
--------------------------	---

#### Entrevista 54. Micro. Cocina, tres personas, cuatro años

##### Testimonio

*No fue muy difícil, porque nos la traspasó una cuñada, la hermana de mi esposo, y principalmente los problemas fueron que no sabíamos qué tipo de menú íbamos a ofrecer a los clientes, pero con el tiempo y preguntándoles qué les gustaría lo solucionamos.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio de cocina.
--------------	------------------------------

<b>Capital cultural</b>	No había mucha experiencia.
-------------------------	-----------------------------

<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar.
-----------------------	--------------------------

<b>Capital comercial</b>	Consulta a los clientes.
--------------------------	--------------------------

#### Entrevista 55. Micro. Alimentos, ocho personas, 17 años

##### Testimonio

*Básicamente algunos de los problemas que tenemos que enfrentar actualmente ha sido la competencia que cada día es mayor.*

<b>Trama</b>	Podemos ver un problema al que en la actualidad enfrentan la mayoría de las empresas: "la competencia".
--------------	---

<b>Capital simbólico</b>	Es importante posicionarse ganando la aceptación del cliente. La competencia la pone en situación de sobrevivencia.
--------------------------	---

#### Entrevista 95. Micro. Comercio, tres personas, tres meses

##### Testimonio

*Pues pusimos el negocio gracias a que la familia nos apoyó y entre todos juntamos dinero. Problemas al principio en saber quién lo iba a manejar pero después me quedé yo a cargo.*

<b>Capital social y financiero</b>	Comienza por apoyo de la familia además de que entre ellos juntan dinero. El problema más notorio de la empresa es saber quién va a dirigirla.
------------------------------------	--

**Entrevista 99. Micro. Venta de comida, cuatro personas****Testimonio**

*Al papá, al momento de jubilarse, se le ocurrió que la venta de comida a la orilla de la carretera o sea un paradero sería buen negocio y se obtendrían buenos ingresos al ofrecerles alimentos a los turistas.*

<b>Trama</b>	El negocio inicia con la jubilación de una persona.
<b>Capital social</b>	Apoyo de la familia; surge la idea de poner un paradero a la orilla de la carretera para ofrecer servicios a los turistas.

**Entrevista 102. Micro. Comercial, una persona, 15 años****Testimonio**

*Yo comencé hace 15 años en el comercio; lo teníamos desde mis abuelitos; luego mi papá, y luego nos lo quedamos nosotros. Cuando se inicia el negocio se inicia sufriendole para tener uno a su cliente y dándole buena atención.*

<b>Trama</b>	Se continúa con un negocio familiar.
<b>Capital social</b>	Es heredado por un miembro de la tercera generación.
<b>Capital simbólico</b>	Atención al cliente.
<b>Capital comercial</b>	Tuvieron que convencer a la clientela.
<b>Capital cultural</b>	Tiene experiencia por las generaciones que han trabajado en esa actividad.

**Entrevista 104. Micro. Preparación y venta de alimentos, dos personas, cinco años****Testimonio**

*Salí de estudiar y como no me daban trabajo, empecé a vender empanadas en el tianguis.*

<b>Trama</b>	Inicia actividad económica al no tener empleo.
<b>Capital social</b>	Empezó con una persona y lo ayuda su mamá <sup>17</sup> por la necesidad de sobrevivir. Es importante señalar que es una actividad económica de una persona, no es una organización.

<sup>17</sup> Más adelante habla de la ayuda de su madre: “Mi jefecita se desvela haciendo las empanadas y aún no he conseguido un verdadero trabajo”.

**Entrevista 124. Micro. Veterinaria en general, una persona, tres años****Testimonio**

*Al salir de la universidad tardé un año capacitándome en otra veterinaria. Lo más difícil fue tener dinero para empezar, poder comprar los productos y encontrar el lugar dónde iniciar; ya instalado la problemática que surgió fue crear clientes, ya que me veían muy joven. Para solucionarlas en primer lugar para la compra de la medicina me financió mi papá; después el lugar lo estuve buscando hasta encontrar uno de mi agrado, y para obtener clientes con el tiempo, y ofreciendo la calidad para que así creciera el mercado.*

<b>Trama</b>	Un negocio propio.
<b>Capital cultural</b>	Recibió capacitación en otro lugar.
<b>Capital social y financiero</b>	Obtuvo préstamo por parte de su padre.
<b>Capital simbólico</b>	Por el tiempo y calidad creció su mercado.

**Entrevista 128. Micro. Comercialización, siete personas, 30 años****Testimonio**

*Los problemas que se han tenido ahí es por lo mismo de que a veces, de que necesito más amplitud en el negocio y pues no se ha podido adquirirlo. La historia viene a través de, es familiar pero por parte de mi esposa, ya que ellos iniciaron el negocio por parte del papá de mi esposa; nada más que surgió un imprevisto, el papá falleció y mi esposa se quedó a cargo del mismo y pues iniciamos el negocio.*

<b>Trama</b>	Continuación de empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Ya se tenía tiempo en el negocio.
<b>Capital social</b>	Se heredó a un familiar; también se da la colaboración.

**Entrevista 161. Micro. Elaboración y venta de gelatinas, cuatro personas, ocho años****Testimonio**

*Si, comencé haciendo gelatinas para reuniones familiares. Después por necesidad comencé a venderlas en tienditas y los problemas que tuve fue en algunas no las querían comprar pero busqué en otras.*

<b>Trama</b>	El comienzo de este negocio se da cuando surge la necesidad y falta de sustento económico que tiene una persona.
--------------	--

<b>Capital social</b>	Apoyo familiar, quienes ya conocían el producto y podemos suponer que alentaron a la persona a comenzar su negocio.
<b>Capital comercial</b>	Al principio el producto no era demandado, por lo que se tuvieron que buscar otros clientes para poder sustentar el negocio y así ampliar su mercado, esto se logra generando clientela local.

### Entrevista 129. Micro. Venta de fruta y jugo, cuatro personas, 80 años

#### Testimonio

*Problemas, ninguno; la trayectoria viene desde mi papá. Él empezó y nosotros seguimos adelante. Algún problema es la baja de venta, o económicamente; algún periodo pero no todo siguen trabajando bien aquí se trabaja desde seis de la mañana hasta las nueve de la noche.*

<b>Capital social</b>	Emprendió el negocio el padre y después los hijos participaron para mantenerlo en función.
<b>Capital cultural</b>	Los hijos decidieron seguir la tradición, y gracias al trabajo constante han logrado permanecer 80 años en el mercado.

### Entrevista 56. Pequeña. Imprenta para cartón maquila, 20 personas, 15 años

#### Testimonio

*La empresa comenzó, primero nos maquilaban lo que es la cantidad de producción; pagábamos para que nos imprimieran, pero generalmente los productores, los empresarios nos quedaban mal con el material, con tiempos y todo, y nosotros estábamos pagando intereses de material que dábamos para cambio de impresión. Optamos por comprar primero la máquina de impresión, hipotecamos casa, hipotecamos pues lo que había; se empezó a trabajar con poco capital, vaya sin dinero, y con drogas (deudas) de la cuestión anterior, de las otras empresas que nos ayudaban y empezamos a echarle ganillas. Se empezó con una máquina de impresión y una guillotina; después fuimos creciendo gracias a Dios y ahorita ya se cuenta con más equipo: hay cinco guillotinas, hay una máquina de impresión de dos colores, hay equipo, hay camiones, hay detalles para el movimiento del material y hay (sic) va. Es una empresa familiar y el principal problema al principio fue éste, que mi padre estaba solo, mientras estudiábamos mi hermano y yo; y pues le tocaba hacer todo, y no alcanzaba el tiempo, era atender clientes, comprar material, checar cuestiones de empaque y pues una persona era muy difícil vaya, que era mi padre. Lo que pasó lo solucionamos al incorporarnos más mi hermano y yo y bendito sea Dios, él ya con su carrera de ingeniero mecánico yo con la carrera de ingeniero industrial, pues ya fuimos subdividiendo las cuestiones de la empresa y se han logrado mejores resultados. La falta de liquidez, un problema bien grande que hubo fue la devaluación, nosotros pedimos un financiamiento con Nacional Financiera y luego se vino la devaluación, pagábamos nosotros un poquito de intereses y luego aumentaron los intereses como*

(continúa)

(continuación)

*un 200% y se hizo impagable los abonos, los aplicaban a intereses no a capital. Hasta que optamos por dejar perder todo, nos pusimos a trabajar por nuestra cuenta y juntamos dinero y fuimos y se perdió la empresa; la empresa se había perdido, se fue a remate y en el remate primero compramos la máquina y después nos dieron un poquito más de tiempo y nos pusimos a chambear igual duro y ya después compramos la casa que también estaba hipotecada y pues ya de ahí fuimos levantándonos un poquillo; eso fue un problema grande, lo que fue la devaluación.*

<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar. Uno de los problemas principales fue con los proveedores que generaron problemas en cadena, ya que hay ausencia de responsabilidad en la entrega de trabajo (por parte de los proveedores, <sup>18</sup> por lo tanto falta de capital social y simbólico); sin embargo, los apoyaron otras empresas (otro apoyo de capital social). No les conviene quedar mal con su clientela, ya que él ya se ha comprometido y al quedar mal corre el riesgo de perderla y crear mala fama, por eso decide, responsablemente, realizar todo el proceso de producción por sí mismo, ya que se ahorra dinero y se cumple con todos los compromisos.
<b>Capital tecnológico</b>	Adquiere otro compromiso para equiparse. La crisis y el exceso de intereses afectaron el desarrollo de la empresa.

### Entrevista 35. Micro. Compra y venta de carne, cinco personas, 18 años

#### Testimonio

*Yo empecé hace 18 años en una mesa y con un refrigerador doméstico a vender carne, y posteriormente compré un terreno y fui fincando un local. Al cabo de cinco años, a los cinco años me cambié al local, y después finqué otro local por las necesidades, y lo fui equipando con sierra, molino, camioneta. Actualmente cuento con tres camionetas, y voy a vender también a los tianguis de las colonias populares. Un tiempo estuve vendiendo a industrias, a los comedores de las fábricas y ahorita estamos primordialmente echándole ganas aquí en la venta al menudeo que estaba muy caída; yo, principalmente, vendo al medio mayoreo y ahorita cuento con tres camionetas una con caja cerrada, otra con redilas y otra para repartir la carne.*

<b>Capital social</b>	Vende en los circuitos de mercados itinerantes (tianguis) de las colonias populares, donde se apoya para obtener ingresos.
<b>Capital cultural</b>	Aunque inició con muy poco supo ir administrando todos los recursos con los que contaba, supo invertir de manera correcta y de ahí empezó a crecer su negocio poco a poco.
<b>Capital simbólico</b>	Ha tenido cierta reputación de calidad en el mercado, ya que su producto lo comercializa tanto en los tianguis de las colonias, como a la industria.

<sup>18</sup> Entregar el trabajo posterior a lo preestablecido ha sido un problema y un estigma a la clase empresarial a nivel comercio local, nacional e internacional, el descrédito simbólico afecta la imagen; son de las cuestiones que se deben de erradicar en la cultura empresarial.

**Entrevista 164. Micro. Tienda de abarrotes, cuatro personas, seis años****Testimonio**

*El negocio salió de que yo trabajaba en una empresa y estaba ahorrando para un negocio que no era precisamente de abarrotes, y pus la casa donde vivo tenía espacio para poner un local y quería poner un negocio de comida, pero hubo recorte de personal y pus con lo que tenía ahorrado no me alcanzaba para poner el de comida, y tuve que poner una tienda de abarrotes. Los problemas fueron que pues tuve que hacer trámites y pagar varios permisos, y conseguir los proveedores; y lo tuve que resolver por la necesidad de poner el negocio.*

<b>Trama</b>	Por despido de su empleo no logra juntar la cantidad suficiente de capital para poner el negocio que desea.
<b>Capital financiero</b>	Una persona quiere hacer su propio negocio, ahorrando.
<b>Capital social</b>	Tuvo que implementar otro negocio por falta de capital, instalándolo en su casa, con lo cual podemos inferir que cuenta con cierto apoyo de la familia. Sacó adelante su negocio a pesar de los problemas de trámites y falta de proveedores.
<b>Capital cultural</b>	En cuanto a conocimiento lo ubicamos como raquíto.

**Entrevista 194. Micro. Venta de mariscos, cuatro personas, tres años****Testimonio**

*Empecé con un carrito y una mesa solamente sobre la avenida Constituyentes; el problema fue con fiscalización, lo cual tuve que solicitar un permiso. Empecé vendiendo poco a poco y ganándome a los clientes.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio propio.
<b>Capital social</b>	Se entreteje confianza y atención con los consumidores.
<b>Capital simbólico</b>	Proceso de posicionamiento. Crecimiento del negocio al incrementar el personal de trabajo. Entusiasmo y ganas de crecer.

**Entrevista 200. Micro. Comercio, dos personas, siete años****Testimonio**

*Me quedé sin trabajo y con el dinero que tenía ahorrado saqué un préstamo en la caja y eché a andar el minisúper con la ayuda de mi señora. Aprendí este oficio de atención al cliente gracias a que trabajé 12 años en Coca-Cola y ahí nos capacitaban.*

<b>Trama</b>	Persona que se queda sin trabajo.
--------------	-----------------------------------

(continúa)

(continuación)

<b>Capital social</b>	Apoyo brindado por una persona de vínculo familiar (esposa), lo cual indica que se trata de un empresa familiar; con el negocio resolvieron el problema del desempleo del esposo, trabajando en conjunto.
<b>Capital cultural</b>	Actividad afín.
<b>Capital financiero</b>	Ahorró y pidió un préstamo en caja de ahorro.

**Entrevista 343. Micro. Venta de ropa, dos personas, 10 años**
**Testimonio**

*Sacó un préstamo en una caja de ahorro, compró mercancía y así poco a poco fue creciendo. Sí, es familiar, y no ha tenido problemas.*

**Trama** Inicia negocio propio.

**Capital financiero** Recibe ayuda financiera con lo que compró el material necesario para iniciar el negocio. Con esta inversión y el seguimiento que poco a poco se le dio fue teniendo un crecimiento.

**Capital social** Es una empresa familiar.

**Entrevista 419. Micro. Compra-venta de zapatos, nueve personas, cinco años**
**Testimonio**

*Mis dos hijos mayores tuvieron la idea y se presentó la oportunidad. Empezamos vendiendo zapatos de trabajo, pero después al poco tiempo creció la variedad. Los problemas que tuve es que la calidad del zapato a veces no era muy buena y la solución fue cambiarlos por otros de mejor calidad.*

**Capital social** Inicia como una idea de los hijos para salir adelante y se les da la oportunidad, la cual aprovechan de gran forma.

**Capital comercial** Se empieza ofreciendo productos simples (zapatos de trabajo), pero después se logra hacer crecer la variedad de producto.

**Capital cultural** Experimentación. Con los recursos que tenían realizaban productos de mala calidad y a bajo costo. Cuando la empresa logra estabilizarse consigue satisfacer al cliente con productos de mayor calidad (capital simbólico).

**Entrevista 420. Micro. Zapatería, nueve personas, cinco años**
**Testimonio**

*Es un negocio familiar. La dirigimos tres hermanos. Uno de los principales problemas fue la competencia y sacar adelante el negocio. ¿Cómo lo solucioné? Gracias a los bajos precios y un buen servicio.*

<b>Capital social</b>	El negocio es dirigido por tres hermanos.
<b>Capital comercial</b>	Uno de los principales problemas fue la competencia del mercado y el cómo poder sacar adelante el negocio en un giro en el cual existen muchos competidores. Logra salir adelante, ya que establece una estrategia de ventas a un precio menor que el de la competencia y ofrece una mejor atención a los clientes con la intención de que vuelvan.

### Entrevista 225. Pequeña. Venta de pasto, 12 personas, un año

#### Testimonio

*Se cuenta con un rancho, el cual ya la siembra ya no deja como antes, así que vieron en la necesidad de buscar otra actividad para aprovechar la tierra, la cual se vio la oportunidad de la siembra de pasto para su venta.*

<b>Trama</b>	Debido a que el negocio ya no generaba los mismos ingresos, deciden incursionar en una nueva actividad económica.
<b>Capital cultural</b>	Búsqueda de una actividad totalmente nueva, que fomentara el conocimiento.
<b>Capital social</b>	Más adelante nos señala que es una empresa familiar.

### Entrevista 336. Micro. Productos naturales, seis personas, 15 años

#### Testimonio

*Cuando comencé se me hacía muy difícil estar atendiendo aquí porque todavía estaba estudiando y casi no tenía tiempo, pero lo solucioné ya cuando terminé de estudiar y me dediqué de lleno a esto.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio.
<b>Capital social</b>	El problema es la falta de tiempo y de organización; la persona no tiene ni adquiere la ayuda necesaria para mantener su negocio y a sus clientes bien atendidos, implicando que su capital social no es muy bueno.
<b>Capital social</b>	Es una empresa familiar.
<b>Capital cultural</b>	Tienen estudios.

### Entrevista 353. Micro. Renta de equipo de cómputo, dos personas, cinco años

#### Testimonio

*Yo soy originario de Querétaro y conocí a mi esposa allá, nos casamos y vivimos un tiempo aquí, entonces sus papás eran propietarios de una farmacia y unos pequeños cuartos que quedaban detrás de la misma. En vista de las necesidades del municipio y del crecimiento, vi que hacían falta*

(continúa)

(continuación)

*negocios que dieran la oportunidad a los estudiantes y público en general el acceso de información de cualquier tipo de información; en ese entonces, comenzaban a establecerse los primeros café internet en este municipio y pues viendo el espacio que mis suegros tenían disponible, decidí invertir en computadoras y brindar este servicio a la gente.*

<b>Trama</b>	Inicia un negocio.
<b>Capital social</b>	Fuerte respaldo por parte de los padres de la mujer, aunque el dueño señala que el es dueño único del negocio, pero no hubiera sido posible su realización sin la pequeña ayuda de la familia, donde se establece un vínculo político-familiar, puesto que ellos son propietarios de locales.
<b>Capital financiero y tecnológico</b>	Inversión (ahorro) en computadoras.

#### **Entrevista 367. Micro. Imprenta, cinco personas, seis años**

##### **Testimonio**

*Mi empresa nace gracias a la necesidad de trabajar, por el gusto hacia la imprenta y con los conocimientos de la misma.*

<b>Trama</b>	Tiene la necesidad de trabajar.
<b>Capital cultural</b>	Inicia su trabajo con conocimientos previamente adquiridos y por el gusto hacia la imprenta.

#### **Entrevista 368. Micro. Tamales y atole, dos personas**

##### **Testimonio**

*Le vendía a mis conocidos y después era una buena ganancia, así que pedí un permiso, pero me lo negaron, así que ando de clandestina, jajaja, y psss ya...*

<b>Capital simbólico</b>	El negocio fue impulsado por el apoyo de conocidos que fueron sus primeros clientes; al ver el consumismo y su ganancia, decidió iniciar con su negocio en el mercado de manera informal.
--------------------------	---

#### **Entrevista 322. Micro. Venta ambulante de churros, una persona, tres años**

##### **Testimonio**

*Empecé a vender churros con un triciclo que tenía guardado. Lo más difícil es que al principio casi ni se vende.*

<b>Trama</b>	Debido a la falta de trabajo se comenzó con la venta de churros.
<b>Capital simbólico</b>	Al inicio del negocio se le dificultó la venta de su producto, debido a la falta de conocimiento por parte del público hacia el negocio (falta de capital simbólico).

### Entrevista 298. Micro. Comercio, tres personas, 15 años

#### Testimonio

*Al morir la cabeza del sustento familiar nos vimos en la necesidad de crear una fuente de ingreso, es así como nace la papelería López. El problema fue la falta de patrimonio y se solicitó un préstamo al banco por la cantidad de 40 mil pesos.*

<b>Trama</b>	Experimentaron la baja de un miembro familiar que afectó la economía, por lo cual se vieron en la necesidad de crear el negocio.
<b>Capital social</b>	Señala el apoyo familiar entre miembros, el cual es muy importante en situaciones como ésta; se deja entrever el espíritu emprendedor del seno familiar.
<b>Capital financiero</b>	Apoyo económico por parte del banco, gracias al cual se pudo iniciar el negocio y las operaciones del mismo.

## PROCESOS SOCIOCULTURALES DE LA EMPRENDEDURÍA. SÍNTESIS POR TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

Se ha mostrado que hay factores organizacionales, territoriales y gremiales que deben considerarse en los procesos sociales, tanto en la trayectoria individual como en su conjunto, ya que impactan en las formas de trabajo-producción y consumo-distribución. La participación del capital social tiene una importancia relevante; por ejemplo, en las panaderías, en las cuales se pueden tipificar, de alguna manera (sobre todo en las micros y pequeñas empresas), la caracterización del trabajo. De la misma forma se puede hablar de las fábricas de cajetas, dulces tradicionales, talleres de herreros, tortillerías y carpinteros.

Por otra parte, encontramos cómo se fueron desarrollando las empresas que se posicionaron en algunos sectores, por ejemplo, la industria del procesamiento de papel y cartón. Maneras diferentes de operar empresas son evidentes en los casos de la industria química, de automóviles y metalmecánica.

A continuación, presentaremos las caracterizaciones que encontramos de manera general, tomando como eje central el tamaño de la empresa. De antemano, notamos que las fronteras entre una y otras son en determinados momentos “similares”, “complementarias” o “fusionadas”.

## TRAMA-DRAMA

Muchos de los relatos de las personas que emprendieron un negocio manifestaron que ante una situación adversa con esfuerzo, trabajo y constancia, lograron realizar un negocio. En ellas destaca la predisposición a iniciar un negocio,<sup>19</sup> aunada a una práctica orientada en la acción y una respuesta de aceptación-reconocimiento en el medio. Dentro de estos tres factores hay varias aristas a la vez: conocimientos, recursos, gustos, capacitación, comunicación, espacios de participación, reconocimiento y aceptación por el producto o servicio, básicamente.

La expectativa es un factor importante que hace referencia a la idea de negocio que hace el agente (dueño o responsable), y que por medio de esa idea (conjunto de conocimientos), de las prácticas y de los impactos en los logros (obtención de recursos en un campo social),<sup>20</sup> en entramados y contextos históricos, permite transformar relativa y dialécticamente su negocio.

La idea puede transformar los negocios, porque puede ilustrar o ser un elemento inspirador, claro, acompañada de prácticas adecuadas. Pero la idea que tienen las personas del negocio se ajusta a sus condiciones, a sus posibilidades; es producto de las capacidades (intelectuales y creativas *habitus*) del dueño o responsable. La idea de las personas sobre el negocio también se adecua a las prácticas y experiencias, de esta manera a su vez se reformula la idea.

De acuerdo con el estudio encontramos la relación trama y/o drama por tamaño en las actividades que determinan que se emprendan dichos negocios (ver la siguiente tabla).

**TABLA 3.94** Trama-drama por tamaño de empresa.

Trama-drama	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Iniciar un negocio propio (T)	74	26	9	0	114
Continuar con un negocio familiar (T)	43	23	5	0	71
Quedarse sin trabajo (T-D)	23	1	0	0	24
Independizarse del trabajo (T-D)	14	8	1	0	23
Problemas económicos (T-D)	9	6	1	0	16
Inicia por gusto o como pasatiempo (T)	11	2	0	0	13
Experimenta actividad y se hace negocio (T)	3	4	1	0	8
Estrategia de crecimiento (T)	3	1	1	1	6
Comprar un negocio que estaba establecido (T)	6	0	0	0	6
Transición de la organización (T)	1	3	0	1	5
Inicia un negocio por jubilación (T-D)	4	0	0	0	4
N/C	73	37	13	7	130
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

<sup>19</sup> No sólo como un acto de voluntad abstracta, a lo que lo reduce la teoría de la opción racional.

<sup>20</sup> Llámense estos capitales sociales, económicos, simbólicos, comerciales, tecnológicos, culturales y ecológicos.

De acuerdo con los testimonios, la principal trama que se da en la emprendeduría es *iniciar un negocio propio* (tanto personal como familiar) representando 27.14% de los casos. Asimismo, la trama de *continuar con un negocio familiar* corresponde a 16.90%, *quedarse sin trabajo* 5.71%, *independizarse del trabajo* 5.47%, *problemas económicos* 3.80%, *experimenta actividad y se hace negocio* 3% (se da en las pastelerías y en el gremio textil principalmente); quienes toman en cuenta una *estrategia de crecimiento* representan 1.4%; *comprar un negocio que estaba establecido* 1.4%; *la transición de la organización* 1.19%, y por último quien *inicia un negocio por jubilación* 0.95%.

Mostrar cuál es el comportamiento general de los discursos de los empresarios es importante. Por ejemplo, se puede comparar el tamaño de la empresa y podremos ver que el trama y drama es menor (proporcionalmente) o inexistente en los discursos de los dueños o responsables de la mediana y grande empresa. La pequeña y la mediana son más propicias a la presencia social del trama-drama. Curiosamente, iniciar un negocio por gusto y pasatiempo es más frecuente en la micro y pequeña empresa.

## CAPITAL SOCIAL

De acuerdo con el estudio encontramos que el capital social es una estrategia para emprender dichos negocios. En la siguiente tabla se muestran las formas de capital social por tamaño de empresa:

**TABLA 3.95** Capital social por tamaño de empresa.

Capital social	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Colaboración familiar	88	45	4	0	137
Herencia familiar	37	16	5	0	58
Apoyo de conocidos	13	9	1	0	23
Apoyo económico familiar	12	7	1	0	20
Ganar la confianza de los clientes	8	2	2	0	12
Colaboración de familia política	5	0	1	0	6
Tener articulación con otras empresas	2	1	1	1	5
Fusión entre empresas o varios accionistas	0	1	1	3	5
Inversión de familia migrante	4	1	0	0	5
Apoyo y orientación de gobierno	3	1	0	0	4
Actividades paralelas	3	0	0	0	3
N/C	90	31	16	5	142
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

En las formas de capital social, sobre todo de las Mipymes, encontramos diferentes grados de participación y de compromiso. Las formas de capital social que intervienen en la localidad se generan principalmente por la *colaboración familiar* dentro de la organización de la actividad económica con 32.61%, sobre todo en las micros y pequeñas empresas (de escasos recursos) en la elaboración de productos.

También encontramos que la forma de transferir los negocios como propiedad, en muchos de los casos, es por medio de la herencia familiar (13.80%). Otras formas de capital social en la organización están representadas por las actividades de *apoyo que realizaron conocidos-amigos* (5.47%); por ejemplo, en la intervención de la comercialización o apoyo directo en la actividad económica donde conocidos, vecinos y amigos juegan un papel estratégico. El *apoyo económico familiar* representa 4.76% (sin considerar la inversión de algún miembro o ego con remesas de migración); *ganar la confianza de los clientes*<sup>21</sup> 2.85%; la *colaboración de familia política*<sup>22</sup> 1.42%; tener *articulación con otras empresas*, la *fusión entre empresas o varios accionistas* y la *inversión de familia migrante* representan, cada uno, 1.19% de la muestra. El *apoyo y orientación de gobierno* representa 0.95% y *actividades paralelas* 0.71%.

También vimos formas de capital social como potencialidad colaborativa en las actividades sociales y organizacionales de las personas. Éstas pueden representar una ventaja para las personas que forman o establecen esas relaciones, ya que pueden compartir recursos y establecer entre ellos ciertos compromisos y solidaridades.

La amistad o la familiaridad de los agentes como formas de capital social pueden ayudar (a lo que en contabilidad, administración y economía se refieren muy limitadamente como los costos de oportunidad)<sup>23</sup> a tener mejores precios, mejor mercancía, descuentos, rebajas de situación, información privilegiada, tratamiento especial, crédito preferencial, entre otros, que se dan como resultado concreto del capital social. Las formas de ayuda del capital social fueron con trabajo, apoyo económico, apoyo moral, productos, cooperación en tareas complementarias y cuidados, principalmente. Encontramos modalidades de trabajo en casa, principalmente en talleres, panaderías, pastelerías, lo cual permite iniciar una actividad económica con bajos costos de manera improvisada, requiriendo de una recomposición del espacio familiar y, de cierta manera, de su consenso. Es importante señalar que para realizar un negocio se necesitan varias características como son: confianza, honestidad, relaciones humanas, calidad en el producto, visión e innovación (todo esto está íntimamente ligado como parte del tejido simbólico que posibilita el capital social). Es importante aclarar que en el capital social hay un proceso de relacionarse con distintas personas que no se puede conocer automáticamente; en dicho proceso las personas también entrelazan emociones, como los afectos (en algunos casos); esto, en ciertas ocasiones, puede generar el dar apoyo e implica que se puede desarrollar un tipo de solidaridad debido a que hay simpatía, afecto, empatía u otro sentimiento afectivo.

<sup>21</sup> Esta categoría podría estar en capital simbólico, pero encontramos un lado activo del cliente para establecer el negocio.

<sup>22</sup> Esta categoría es para determinar si los cuñados, nueras, suegros, entre otros, se involucraban en las actividades económicas.

<sup>23</sup> Buscando posteriormente a esta redacción encontramos que Bannock, Baxter y Rees (1990: 108) definen costos sociales o social costs como “costos de alguna actividad o producción en los que incurre una sociedad como un todo; no se restringen a los que debe pagar el individuo o la empresa que lleva a cabo esa actividad o producción”. Los costos sociales, por lo tanto, consisten en los costos de oportunidad “... de los recursos que se emplean junto con el valor de las pérdidas en bienestar o aumentos en los costos que la actividad cause a cualquier otro individuo o empresa...”

El capital social que no está muy presente (aunque es muy importante) es la capacidad de asociarse entre productores del gremio<sup>24</sup> o rama. El capital social que participa de forma más dinámica en las actividades económicas se forma por la lógica de oficios (al interior de las organizaciones y/o familias), de manera más articulada que entre las empresas de la región y dentro de la cultura empresarial;<sup>25</sup> es decir, en lugar de observar una articulación generada por los mismos productores de manera clara, solidaria, honesta y con disposición a cooperar entre ellos, hemos visto que sí hay grupos de empresarios que han articulado más su capital social en torno al poder económico y político<sup>26</sup> (para beneficio reducido de este grupo), lo que Bourdieu llamó el campo de los poderes locales. No se han percatado que a largo plazo esta lógica tendrá muchas limitaciones, al tener desventajas con otras regiones más articuladas, con más tecnología e innovación, competitivas y colaborativas; al interior las desventajas se darán por el grado de desconfianza entre empresarios (principalmente entre empresas micro y pequeñas *versus* grandes) que dañará más el tejido social. El reto es entretejer ese capital social entre las actividades económicas de manera efectiva y dinámica (no en un club de pasatiempos). Vemos estratégicamente las posibilidades que tienen los organismos empresariales como espacios que generen el desarrollo de sus agremiados y de la región, sobre todo de las Mipyme, las cuales representan la mayoría de empresas en nuestro país. Es necesario involucrar a las subramas económicas y clases más importantes de la región (por ejemplo: fabricación de productos de herrería, tortillerías, panaderías, fabricación de muebles, elaboración de helados y paletas, maquinado de piezas metálicas para maquinaria y equipo en general, elaboración de dulces, fabricación de tornillos, tuercas y similares, así como confección de ropa sobre medida) para realizar actividades que los agrupen y fortalezcan. Otro de los problemas es que para construir un mercado de los productos locales y regionales es necesario ir entretejiendo lazos de confianza con las personas (consumidores), los cuales serán generados por el trabajo y el producto. Esto es fundamental.

De manera sintética se señalan, en la siguiente tabla, las formas de capital social que encontramos en la creación de las empresas:

**TABLA 3.96** Formas de capital social.

Capital social	Empresas					Total
	Empresa familiar	Empresa de único dueño	Empresa de varios accionistas	Instituciones públicas	No específica	
Colaboración familiar	135	2	0	0	0	137
Herencia familiar	54	4	0	0	0	58
Apoyo económico familiar	13	7	0	0	0	20

(continúa)

<sup>24</sup> Si bien el gremio se da en un proceso histórico más dado en las organizaciones de Europa, que agrupaba a artesanos y que había un sistema de aprendizaje estructurado en tres niveles (aprendices, oficiales y maestros), se habla coloquialmente en México de gremios cuando hay actividades económicas afines. Es necesario definir este fenómeno con un término más adecuado.

<sup>25</sup> Consideramos que ahora es necesario explorar en futuros trabajos de investigación la representación de la lógica de los negocios que tienen los empresarios mexicanos, ya que suponemos que tienen posturas ventajistas y poco solidarias entre ellos, sobre todo en las empresas más articuladas con el poder económico y político, y esto es un obstáculo a un tipo de asociacionismo o de colaboración entre ellos, principalmente aquello que apunta al desarrollo regional.

<sup>26</sup> James Petras ya había señalado que a partir de los ochentas los empresarios en Latinoamérica (con el cambio de modelo económico) buscaban el poder político, que desplazaron a las clases medias ilustradas para ocupar “cargos de elección popular”, legitimarse y garantizar mayores oportunidades económicas y de poder en los puestos públicos.

(continuación)

Capital social	Empresas					Total
	Empresa familiar	Empresa de único dueño	Empresa de varios accionistas	Instituciones públicas	No específica	
Colaboración de familia política	5	1	0	0	0	6
Inversión de familia migrante	5	0	0	0	0	5
Apoyo de conocidos	9	10	4	0	0	23
Ganar la confianza de los clientes	5	6	0	0	1	12
Fusión entre empresas o varios accionistas	0	0	5	0	0	5
Tener articulación con otras empresas	0	2	2	0	1	5
Apoyo y orientación de gobierno	2	1	1	0	0	4
Actividades paralelas	0	2	0	0	1	3
Omisiones	29	56	9	2	46	142
<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>91</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>50</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

De acuerdo con los datos obtenidos, las empresas que reciben algún tipo de ayuda de la familia con base en la muestra de 420 empresas son 226, lo que representa 53.80%. Esto quiere decir que es una de las formas más importantes de capital social para emprender o continuar una empresa. De esta manera la familia contribuye con estos fines siendo el impulso colaborativo principal, que se manifiesta en el apoyo de la familia, en la participación de las actividades en las empresas dadas en la categoría de colaboración familiar, la cual representa 32.61%; mientras que la herencia, como otra forma de capital social en la obtención de la empresa generalmente expresada en la sucesión, responde 13.80%; otra forma como capital social, que tiene presencia en las empresas de la región es el apoyo económico familiar en la creación de empresas, representando 4.76%; en menor proporción está la colaboración de la familia política con 1.42% y también con el 1.19% la inversión que hace el migrante familiar en los negocios.<sup>27</sup> Estas formas de capital social se dan principalmente en las empresas de relación familiar; sin embargo, también se manifiestan en menor escala en empresas de único dueño (algunas de éstas son de procedencia familiar).

En segundo lugar están los apoyos de los conocidos y amigos que representan 5.47% en general. Desglosando las empresas familiares de las empresas de único dueño, las primeras se apoyan de conocidos en 3.50%, mientras que las segundas en 10.98%. Para empresas de varios accionistas representa 19%.

Una tercera forma de capital social es la de ganar la confianza de los clientes, esto de alguna forma se genera al mantener cautivo al cliente, y representa 2.85%. La fusión entre empresas por

<sup>27</sup> Guanajuato es uno de los estados con mayor número de migrantes internacionales laborando en Estados Unidos.

varios accionistas se da en 1.19% y tiene mayor presencia en las empresas de accionistas. De la misma forma la articulación de empresas, principalmente de una empresa que ayuda a otra representa 1.19%, manifestándose en mayor grado en empresas de único dueño y en empresas de varios accionistas. En quinto lugar de formas de capital social que se dieron en esta muestra se encuentra el apoyo del gobierno con 0.95%.

En último lugar se encuentran las actividades paralelas donde una persona se apoya con una doble actividad económica para poder mantener su negocio; esta forma de financiamiento representa 0.71% y generalmente se genera en empresas de único dueño. Detrás de ello hay todo un trama-drama.

## CAPITAL CULTURAL

Se encontraron diversas formas de capital cultural en el estudio. En la siguiente tabla se muestran dichas formas por tamaño de empresa.

**TABLA 3.97** Capital cultural por tamaño de empresa.

Capital cultural	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Experiencia en la actividad en el giro	124	59	16	2	201
Experiencia raquítica	12	2	0	0	14
Experimentación	11	2	0	0	13
Experiencia en actividad afín	8	1	1	0	10
Conocimiento e innovación	4	3	1	0	8
Capacitación	5	3	0	0	8
Grupos de conocimiento especializados	0	2	3	2	7
Asesoría de un conocido	3	3	0	0	6
Estudios	5	1	0	0	6
Ensayo-error	2	2	1	0	5
Asesoría de un profesional	1	2	1	0	4
Habilidades para hacer negocios	0	2	0	0	2
Adquisición de conocimiento en manual	1	0	0	0	1
N/C	89	32	9	5	135
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

Encontramos que la importancia del capital cultural utilizado como *estrategia* para emprender un negocio se presenta en 67.85% de los casos estudiados.

Como estrategias de capital cultural, en primer lugar está la *experiencia en la actividad* en el giro con 47.85%. Esto quiere decir que en un poco menos de la mitad de los casos existe experiencia en la actividad; mucha de esta experiencia se da gracias a que en algunos gremios el conocimiento se genera debido a la familia, sobre todo en el gremio de panaderos, herreros, cajeteros y

carpinteros. Por otro lado, no hay que perder de vista el canal de transmisión de conocimiento de manera cultural; por ejemplo, en las pastelerías, el conocimiento es transmitido de mujer a mujer y por la vía familiar (madre o abuela-hija), mientras que en otros gremios (panaderías, herrerías, algunas mueblerías) el conocimiento se transmite de hombre a hombre (padre o abuelo a hijo), con toda una serie de implicaciones que posibilitan o limitan a los géneros en la participación de la actividad económica.

En segundo lugar está la experiencia raquíica con 3.33%, la *experimentación*<sup>28</sup> con 3%, la *experiencia en la actividad afín* 2.38%, el *conocimiento e innovación* 1.9% y *capacitación* 1.90%, los *grupos de conocimiento especializados* 1.66% (se presenta en las empresas de mayor tecnificación), la *asesoría de un conocido* y *estudios* representan, cada uno, 1.42%, el *ensayo- error*<sup>29</sup> representa 1.19%, la *asesoría de un profesional* 0.95% y las *habilidades para hacer negocios* corresponden a 0.47%.

Sin embargo, contrastando y complementando la información con los datos de INEGI (2003) sobre la encuesta nacional de micronegocios<sup>30</sup> donde el promedio de estudio de los microempresarios es la educación básica,<sup>31</sup> el problema del capital cultural se redimensiona, ya que aproximadamente el 47.85% tiene experiencia acumulada en los saberes (la mayoría por conocimiento transmitido por la familia) de la actividad de manera "empírica", por un lado; por el otro, hay un déficit educativo en la formación del empresariado y ese déficit se expresa en muchas limitantes durante su ejercicio empresarial, debido a la capacidad potencial del *habitus* de los agentes participantes, que en procesos de representación y acción actúan en el campo de la organización:

1. Limitaciones con la capacidad de análisis, de síntesis y abstracción cognitiva de las empresas que no les permiten visualizar, administrar, atender y mejorar a la organización. Dichas capacidades se desarrollan, en gran parte, con el capital cultural (escolar).
2. Limitaciones en la disposición a resolver problemas, trabajar y superarse; habilidades que distinguen el perfil de un buen empresario de otro.
3. Mientras más claridad exista en la estructura, en términos técnicos, de funciones y capacidades orientadas con criterios profesionales (menos presencia de conocimientos empíricos, corazonadas, caprichos o improvisaciones laxas), consideramos que puede haber mejores resultados.
4. La capacidad técnica en el capital cultural permite resolver problemas de manera profesional, es decir, racional, apoyados en el conocimiento construido en los campos de la ciencia. Este enfoque contrasta principalmente con los criterios de autoridad, que en muchas ocasiones suelen ser arbitrarios y en el mejor de los casos, son producto de un saber empírico con un nivel de eficiencia que no está regulado por la sospecha ni las pruebas ni la comparación. Existen casos en los que la concentración de las decisiones en el poder, obstaculiza y limita los procesos de desarrollo de la empresa.
5. La capacidad técnica del capital cultural se muestra o se demuestra con pruebas en las decisiones, con técnicas de evaluación, con diagnósticos de situación, con argumentos, con cierta

<sup>28</sup> Es necesario volver a plantear o revisar esta categoría.

<sup>29</sup> Esta categoría, como la de experiencia raquíica, hay que revisarla junto.

<sup>30</sup> Contreras, Ricardo y Alejandra López, "Exploración sobre el capital cultural (escolar) del microempresario en México y algunas reflexiones sobre su importancia en la competitividad".

<sup>31</sup> Nivel de estudio de los microempresarios en México (INEGI, 2003) que representa 95.5% de las empresas en México: 5.74% sin instrucción, 36.50% con estudios de primaria, 23.38% con estudios de secundaria, 19.25% con nivel bachillerato y 15.05% con licenciatura.

estructura lógica en las operaciones, con conocimiento, controles adecuados y con la solución de problemas.

6. El capital cultural, en operaciones organizacionales, permite objetivar en técnicas gráficas, numéricas, mapas, diagramas, etcétera; elaborar distintos controles, por ejemplo en procesos; o hacer la prospectiva de manera estratégica en la organización.
7. Para profesionalizar las microempresas es necesario mejorar sus capitales culturales (intelectuales), lo que permitirá la sistematización al pensamiento y una amplitud de visión racional, para entender el ente organizacional y el entorno donde se ubican los procesos sociales de su desenvolvimiento. El retraso de las microempresas, consideramos, se debe, en parte, a la ausencia de estas facultades.
8. No basta la experiencia. Si se quiere ser competitivo se requiere que el conocimiento se sistematice y se compruebe en la profesionalización de ciertas competencias. Este tipo de capital cultural es fundamental en las organizaciones.
9. Reconocemos, sin embargo, que existe un capital cultural acumulado en los saberes técnicos o empíricos entre las personas que han desarrollado empresas. Es necesario volver ese saber tácito en explícito y socializarlo a los demás miembros de la actividad. Si bien a veces el saber empírico es sospechoso de construirse sin fundamento, no se debe rechazar, hasta ver, saber y comprobar si en realidad tiene cierto nivel de eficacia. Una de las observaciones que hemos hecho en muchas de nuestras participaciones<sup>32</sup> tiene que ver con la importancia de retomar la experiencia de los empresarios (por muy rústica que parezca ser) y analizarla con cierta cautela (sin mistificar, por otro lado, esa especie de sabiduría). Una fuente de aprendizaje laboral es la experiencia de algún miembro de la empresa (padre, abuelo, hermano mayor, primo, madre, etcétera). Sin embargo, consideramos que es más fácil apropiarse del saber empírico en la medida que se tenga un orden lógico en la forma de ver el mundo, y pensamos que el capital cultural (escolar) contribuye a lograrlo.
10. Para que la empresa siga funcionando es necesario transmitir ese conocimiento acumulado que existe respecto a ella. Las organizaciones no deben ser cajas huecas sin resonancia, deben ser orquestas generadoras y reproductoras de los saberes aprendidos; deben ser organizaciones inteligentes que aprendan de su práctica en el medio, que están abiertas y atentas a lo que sucede. El capital cultural permite la transmisión del conocimiento.
11. Consideramos que por encima del estilo de dirección deben estar los criterios técnicos que sustenten las decisiones (sin descuidar la lógica comunitaria), orientados a criterios de prioridad o fines. Asimismo se deben establecer criterios de ponderación de argumentos o pruebas cuando están muy disputadas las posiciones de los miembros de la empresa (en el caso familiar); se requiere un tercero en discordia, un profesional independiente con capacidad técnica y experiencia para dar una valoración técnica.
12. No es suficiente que exista una estructura de poder en las decisiones, es necesario que se tome en cuenta la estructura técnica y, de ella derivada, la estructura de poder, porque de lo contrario, el arbitrio puede opacar o eclipsar toda iniciativa de creatividad y mejora en favor del capricho.

<sup>32</sup> Nos referimos al artículo de Contreras publicado en Regalado (2007: 179-190) de "Reconsideraciones en la configuración de instrumentos metodológicos para el estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas", donde se plantea la importancia de tomar en cuenta la experiencia del empresario a través de una metodología cualitativa.

13. Es necesario estar consciente de los fines sociales de la empresa y del sentido del juego en el campo.
14. Las decisiones (arbitrarias no técnicas) generan problemas no sólo entre los miembros de la familia en la organización, sino también en las personas no familiares que trabajan en ella: entropía, confusión, fricción, conflicto, fractura y duplicidad en la unidad de mando, en la distribución de tareas, etcétera. Esto debe cuidarse tomando en cuenta que muchas de las microempresas son familiares.

Con base en lo anterior, se generan las siguientes propuestas para mejorar el capital cultural:

- a) Generar plataformas de aprendizaje, equipos de apoyo, gestión, orientación, capacitación y asesoría para las empresas con los organismos empresariales y las instituciones educativas.
- b) Implementar programas de capacitación a empresarios de manera interinstitucional a diversos niveles.
- c) Ofrecer asesoría organizacional y diseñar propuestas de investigaciones organizacionales para la mejora de las actividades económicas, sociales y culturales.
- d) Generar estrategias especiales de innovación, colaboración y competitividad para las pequeñas y medianas empresas que están en capacidad de competir y exportar, y que estén dispuestas a hacerlo.
- e) Ofertar propuestas de formación empresarial en el sistema educativo retomando sus experiencias.
- f) Fomentar el aprendizaje informal en el intercambio de experiencias entre ellos.

## CAPITAL SIMBÓLICO

Encontramos que el capital simbólico es una estrategia para emprender los negocios. En la siguiente tabla se muestran las formas de capital simbólico en función del tamaño de empresa:

**TABLA 3.98** Capital simbólico por tamaño de empresa.

Capital simbólico	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Proceso de posicionamiento en el mercado	16	20	1	0	37
Actitud y disposición de trabajo	20	5	2	1	28
Prestigio por calidad y servicio	18	5	1	1	25
Gusto del cliente por el producto	8	7	1	0	16
Reconocimiento del producto	7	6	1	0	14
N/C	196	71	26	7	300
Total	265	114	32	9	420

Fuente: Elaboración de los autores.

En este sentido, la importancia del capital simbólico, utilizado como estrategia para emprender un negocio se manifiesta en 28.57% de los casos analizados.

De manera general la estrategia que más se utiliza es la de *irse posicionando en el mercado* (8.80%). La *actitud y disposición de trabajo*<sup>33</sup> representa 6.66%, el *prestigio por calidad y servicio*<sup>34</sup> 5.95%, el *gusto del cliente por el producto* 3.80% y el *reconocimiento del producto* 3.33%.

Para desarrollar el capital simbólico se requiere de presencia social de la organización en la localidad (territorio). Se debe buscar principalmente la calidad de sus productos y el posicionamiento. La mejora en la calidad del producto tiene un efecto de reconocimiento por la clientela, se convierte en capital simbólico para el producto y para la empresa; se vuelve identidad, mística, blasón, forma de ser y de aspirar a ser.

La presencia de la empresa en la región es importante, para ello es necesario generar estrategias al respecto, no tanto de manera disimulada, sino como una empresa realmente comprometida, de acuerdo con sus posibilidades, con la sociedad. Mientras más concreta es su participación, más fácilmente podrá generar una mejor imagen. De hecho, en los países periféricos hay muchas oportunidades de labor social de las empresas.

El capital simbólico del producto, al ser renovado de manera constante (a diferencia de los otros), permite ganar y consolidar clientes. Ganarse a la gente es incrementar el capital simbólico del producto y el capital social de la confianza.

Es necesario pensar en el capital simbólico dado por reconocimiento de la clientela, ya que puede permitir un aprendizaje reflexivo sobre el quehacer organizacional y otras posibilidades de acción en el mercado y en la comunidad.

## CAPITAL COMERCIAL

Se encontraron diversas formas de capital comercial en el estudio. En la siguiente tabla se muestran dichas formas por tamaño de empresa.

**TABLA 3.99** Capital comercial por tamaño de empresa.

Capital comercial	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Posicionamiento por permanencia en el mercado	16	12	5	1	34
Servicios afines y diversificación de productos	11	13	4	1	29
Ganar la confianza de los clientes	5	6	1	0	12
Consulta al cliente	3	6	0	0	9
Recomendación	6	1	0	0	7
Innovación en las formas de venta	1	2	0	1	4

(continúa)

<sup>33</sup> Esta categoría podría integrarse a una que hable sobre el *habitus* de los empresarios. Pero también Max Weber cita a Benjamin Franklin que habla sobre el ruido del vecino con su yunque; ese sonido puede ser interpretado como símbolo de trabajo y de crédito. La actitud y la disposición de trabajo en la lectura de un tercero también puede ser interpretada como capital simbólico: "Ese hombre siempre está dispuesto a trabajar".

<sup>34</sup> Hay que discutir si esta categoría se sigue planteando como capital simbólico o como capital comercial.

(continuación)

Capital comercial	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Oportunidades en temporada	2	0	0	0	2
Gestión gubernamental	0	0	1	0	1
N/C	221	74	21	6	322
Total	265	114	32	9	420

Fuente: Elaboración de los autores.

Encontramos que la importancia del capital comercial utilizado como estrategia para *emprender un negocio* está presente en 23.33% de los casos estudiados. *Posicionamiento por permanencia en el mercado* es la más concurrida (8%). *Servicios afines y diversificación de productos* se refiere a los servicios que se fueron experimentando de manera lateral a la actividad económica, y representa 6.90%. Posteriormente, en orden de importancia se encuentra el trabajo de *ganar la confianza de los clientes* (2.85%), la *consulta al cliente* (2.14%), la *recomendación* (1.66%), la *innovación en las formas de venta* (0.95%), las *oportunidades en temporada* (0.47%) y la *gestión gubernamental*<sup>35</sup> (0.23%).

Consideramos que hay fases de desarrollo del capital comercial que se entretujan de manera simultánea con el capital simbólico y social:

1. En primer lugar sugerimos como estrategia irse posicionando en la localidad y posteriormente en la región, junto al trabajo constante, donde encontramos ciertas posibilidades de acciones ante la competencia asimétrica, por ejemplo: el trato amable, la confianza, el crédito a la palabra, la familiaridad con los clientes, el cuidado, la selección de los mejores productos, la calidad, la comunicación informal y afectiva, el trato cara a cara, entre otros aspectos, pueden incrementar la clientela.
2. Una de las estrategias es la diversificación del servicio de manera horizontal, es decir, complementar los servicios con otros productos de la misma clase o similares; por ejemplo, panaderías y ventas de lácteos; textiles en alianzas productivas. Se sugieren productos que, sobre todo, incorporen la producción local (productos agrícolas, avícolas, ganaderos, apicultores, de microindustrias regionales, dulces, etcétera) y que tengan propiedades de calidad. En estas ventas conjuntas no sólo se encontraría lo que hay en otros establecimientos (generalmente productos de las grandes transnacionales), sino que se generaría la diversificación y la inclusión necesaria de los productos locales en las proveedurías (sobre todo para reforzar a los que han quedado fuera del circuito comercial en el mercado).
3. Por último, en la creatividad del producto y servicio es necesario diseñar y redefinir los productos de trabajo y los eslabones internos de elementos de servicio, orientados a tener un valor agregado real y simbólico.

<sup>35</sup> Habría que revisar esta categoría.

## CAPITAL FINANCIERO

El capital financiero es el recurso monetario importante y necesario para iniciar un negocio (compra de materia prima, maquinaria, renta de local, entre otros), al cual se hace referencia en el discurso.

En la siguiente tabla se muestran las formas de capital financiero como estrategia, en función del tamaño de la empresa.

**TABLA 3.100** Capital financiero por tamaño de empresa.

Capital financiero	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Financiar de acuerdo con posibilidades	30	12	3	0	45
Préstamo financiero (no específica)	10	9	2	0	21
Apoyo económico familiar	9	5	2	0	20
Ahorro	8	4	1	0	13
Apoyo financiero de remesas de migrantes	4	2	0	0	6
Inversiones en capital variable	0	2	3	0	5
Préstamo en caja de ahorro	3	2	0	0	5
Apoyo gubernamental	3	1	0	0	4
Ahorro por temporadas	2	1	0	0	3
Dispositivos de eficiencia	0	1	0	1	2
Compra de negocio	1	0	0	0	1
N/C	195	75	21	8	295
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración propia.

El 29.76% de los casos analizados presenta capital financiero como estrategia para emprender un negocio. *Financiar de acuerdo con posibilidades* fue la más concurrente (de manera alusiva a que fueron creciendo poco a poco) representando 10.71%. Los préstamos financieros (no específica) es otra de las opciones más frecuentes con 5%.

En orden de importancia se encuentra el *apoyo económico familiar*<sup>36</sup> (4.76%), el *ahorro* (3%), el *apoyo financiero de remesas de migrantes* (1.42%), las *inversiones en capital variable* (1.19%), los *préstamos en caja de ahorro* (1.19%), el *apoyo gubernamental* (0.95%), el *ahorro por temporadas* (0.71%), los *dispositivos de eficiencia* (0.47%) y la *compra de negocios* (0.23%).

## CAPITAL TECNOLÓGICO

Con respecto a las referencias discursivas en torno a la maquinaria (que no es todo el capital tecnológico) encontramos los siguientes datos:

<sup>36</sup> Esta categoría la debemos ubicar como capital social o capital financiero.

**TABLA 3.101** Capital tecnológico.

Capital tecnológico	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Maquinaria rústica	23	1	0	0	24
Maquinaria adecuada	6	5	5	1	17
Baja maquinaria y tecnología	4	4	0	0	8
Maquinaria avanzada	1	0	1	1	3
Innovación en el producto	0	0	1	0	1
Innovación en los procedimientos	1	0	0	0	1
N/C	230	104	25	7	366
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

El 12.85% de los casos analizados presenta capital tecnológico, referido al tipo de maquinaria o proceso productivo. La maquinaria rústica es la forma de capital tecnológico con mayor incidencia, representando 5.71% de la muestra analizada. Posteriormente, en orden de importancia, se encuentra la maquinaria adecuada (4%), baja maquinaria y tecnología<sup>37</sup> (1.90%), maquinaria avanzada (0.71%), innovación en el producto (0.23%) e innovación en los procedimientos (0.23%).

La tecnología de la maquinaria, como parte del capital tecnológico, no ha sido una fortaleza en las empresas de Celaya (y quizá de México). Evidentemente, existen algunos sectores que están mejor equipados, pero falta apostar por la innovación, el diseño y la sustentabilidad. La creatividad, como estrategia en las empresas, se da en las propuestas de innovación, que implica otras formas de hacer y pensar, en donde interviene el capital cultural, el capital social y el capital simbólico en la manera en que afrontan los problemas de la organización. Para ello se requiere de un sistema de "inteligencia" que detecte necesidades en relación a su giro, laboratorios de innovación, toda una cultura organizacional y gerencial vinculada a la tecnología y a la investigación.

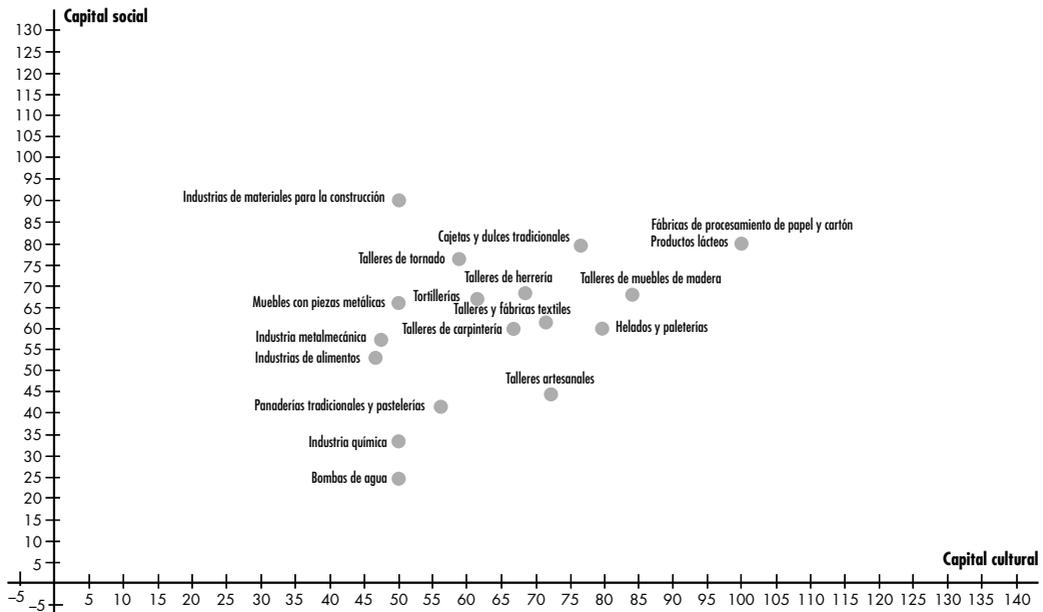
Para cuestiones de innovación se necesita toda una reeducación que permita decodificar gradualmente los requerimientos existentes en la dinámica entre el mercado y los factores innovadores en la tecnología. Siendo la innovación tecnológica el talón de Aquiles en México, se requiere todo un proceso de aprendizaje específico y un cambio de cultura empresarial, que tiene que irse construyendo de manera progresiva, colectiva, reflexiva, por actividades afines, y de manera grupal más interactiva.

<sup>37</sup> Habría que demarcar bien la frontera entre baja maquinaria tecnológica y maquinaria rústica.

## Tipología de los gremios

Los gremios tienen lógicas propias en el contexto de las organizaciones. Para el estudio de los procesos socioculturales de la emprendeduría en las actividades económicas establecidas, existen factores organizacionales, territoriales y gremiales que deben considerarse, tanto en la trayectoria individual de la empresa como en el gremio o clase, en lo que respecta a su configuración histórica espacial (más allá de los conglomerados sociales y las demandas de esas necesidades), la conformación en la construcción social de los mercados y las formas en que impactan las actividades en el trabajo-producción y consumo-distribución con las personas. Las configuraciones en redes se construyen en la participación del capital social, desde el convencimiento del productor a los clientes y de la aceptación del producto-servicio de los clientes al productor. La cobertura espacial tiene una importancia relevante, por ejemplo, en las panaderías, en las cuales se puede tipificar, de alguna manera (sobre todo en las micros y pequeñas empresas), la caracterización del trabajo con el producto y con las personas.

**FIGURA 4.1** Configuración de capital social y cultural en los gremios de Celaya.



Fuente: Elaboración de los autores.

En la gráfica anterior<sup>1</sup> podemos ver cómo se ha posicionado el capital social y cultural comparativamente entre los gremios de Celaya. En un recorrido de arriba hacia abajo (de las mayores a las menores), observamos un alto contenido de apoyo familiar en los materiales para la construcción, talleres de cajeta y dulces tradicionales, en las fábricas de papel y cartón, en los talleres de torno y en las fábricas de productos lácteos.

Posteriormente están posicionados los talleres de herrería, de muebles de madera, más abajo los muebles con piezas metálicas, tortillerías, en los talleres de fabricación textil, en los talleres de carpintería, helados y paleterías. En las siguientes dos industrias (metal mecánica y la de alimentos), la configuración del capital social es diferente. Nuevamente la configuración familiar está presente en los talleres artesanales, panaderías y pastelerías. Finalmente están posicionadas la industria química (que no es predominantemente familiar) y los talleres y fábricas de bombas de agua.

La siguiente lectura es de derecha a izquierda para leer la composición del capital cultural.<sup>2</sup> Nos encontramos a las fábricas de procesamiento de papel y cartón; de la misma forma a productos lácteos, seguidos por muebles de madera, helados y paleterías, cajetas y dulces tradicionales, fábricas y talleres textiles, talleres de herrería y talleres artesanales. Al mismo tiempo, curiosamente la industria metalmecánica, industria de alimentos y la industria química tienen menor grado de conocimiento técnico empírico pero mayor grado de conocimiento profesional.<sup>3</sup> Para finalizar, la mayoría de empresas de Celaya tiene conocimientos empíricos por lo que es necesario tener mayor apoyo de profesionales.

A continuación vamos a presentar las caracterizaciones o tipos<sup>4</sup> que encontramos de manera general por gremio.

## LAS FÁBRICAS Y TALLERES DE CAJETA Y DULCES TRADICIONALES

Son empresas tradicionales con mayor tiempo en el mercado (gozan de cierta longevidad), son empresas familiares y su capital social mayor es familiar. Cerca de una cuarta parte de ellas han sido heredadas, lo cual quiere decir que hay componentes culturales en su constitución para su

<sup>1</sup> Esta gráfica se construyó a partir de los porcentajes relativos de capital social y cultural de cada uno de los gremios.

<sup>2</sup> Los datos sobre capital cultural se refieren principalmente a la experiencia en la actividad económica, es decir, con un alto contenido empírico, pero le falta mayor preparación y profesionalización al empresariado en Celaya.

<sup>3</sup> Para los próximos análisis es necesario ordenar los tipos de conocimientos que se tienen. Sin embargo, la gráfica muestra que sí se tiene un tipo de conocimiento.

<sup>4</sup> Hillmann (2001: 979-980) la define como “modelo, ejemplo, arquetipo. En la teoría de la ciencia, instrumento cognoscitivo que se interpreta de formas distintas según condiciones en que se realiza y las perspectivas de su aplicación. Se pueden diferenciar distintos tipos según realicen funciones descriptivas o explicativas. El concepto de ‘tipo’ se aplica de forma descriptiva en las ciencias sociales cuando simplemente establece y clasifica fenómenos (objetos, procedimientos o relaciones entre objetos o procedimientos) según características observables. Cuantas más características y más valores de distintas características se puedan registrar en diversas combinaciones, más complicada es la elaboración de un tipo. Cuando se reproduce cierta repetición, una regularidad o la falta de determinadas propiedades, pueden establecerse combinaciones de propiedades de ‘tipos’. Estos tipos reales en cuanto a propiedades esquemas ordenadores, se diferencian de los ‘tipos ideales’ que son elementos configurados de un modo conceptual (y de acuerdo con su relevancia teórica) arbitrarios a partir de fenómenos reales. El ‘tipo ideal’ es una imagen mental que no coincide con la realidad histórica o que no es propiamente la realidad..., sino que tiene el sentido del concepto límite puramente ideal, con el que se mide y se compara la realidad examinada para aclarar determinados componentes de su contenido empírico. (M. Weber). El tipo ideal tiene, por tanto, una función explicativa o un significado instrumental para la formación de hipótesis sobre relaciones causales-genéticas de la realidad”. Tomaremos esta descripción como una configuración en la caracterización descriptiva general.

continuidad. Hay experiencia en la actividad del giro, lo cual constituye una ventaja, pero no hay actualización de conocimientos. Goza de un capital simbólico en los prestigios de marca.

---

## PANADERÍAS TRADICIONALES

Son empresas de tradiciones familiares, micro y pequeñas, donde trabajan principalmente hijos (bajo la estructura vertical del patriarcado) o hermanos (en la estructura horizontal); un poco más de una quinta parte de ellas son de herencia familiar. Tienen cierta experiencia en la actividad. La transmisión del conocimiento se concentra en los hombres (el padre, el abuelo o el hermano). La tecnología es muy limitada, ya que generalmente cuentan con un horno y un local con batidoras. Atienden a la población circunscrita a su local.

---

## PASTELERÍAS TRADICIONALES

Son empresas tradicionales familiares, donde trabajan mujeres o son ellas quienes las dirigen, puede ser la mamá o las hermanas. Los hombres (si trabajan) realizan actividades operativas. Muchas de estas empresas iniciaron como un pasatiempo o un complemento al ingreso familiar. Un poco más de una quinta parte son herencia familiar. Tienen cierta experiencia en la actividad. La transmisión del conocimiento está concentrada en la mujer (madre, abuela, tía o hermana mayor). El radio de atención a la clientela es mayor en comparación a otros gremios.

---

## TORTILLERÍAS

La mayoría son microempresas de relación familiar que cuentan con entre seis y nueve años en el mercado. Su capital tecnológico y su infraestructura son muy limitados (molino y máquina de hacer tortillas). Su mercado es local y atienden a una población en un área circunscrita. Dos terceras partes tienen como capital social principalmente a la familia. Un poco más de la mitad tiene experiencia en el giro (61.35%).

---

## HELADOS Y PALETERÍAS

La mayoría son micro (76.47%) y empresas de relación familiar (70.58%); el capital social es principalmente familiar (76.47%) y el conocimiento predominante es empírico (58.82%).

---

## TALLERES DE CARPINTERÍA

Son microempresas (73.33%) familiares (60%) cuyas actividades son realizadas por los hombres y la transmisión del conocimiento también es dado por el padre, abuelo o hermano mayor. Un poco más de la cuarta parte es apoyada por la familia como capital social. También existen talleres que se formaron con apoyo de conocidos (13.33%). Dos tercios de la muestra tiene experiencia en la actividad.

---

## TALLERES DE MUEBLES DE MADERA

Son microempresas (81.25%) que han obtenido apoyo de conocidos (20%) y en las que la cooperación y la herencia familiares están presentes en el 32% de los casos. Se tiene experiencia en el giro (84%) y la transmisión del conocimiento se manifiesta en la experiencia adquirida en otro taller o el padre de familia es quien enseñó al trabajador. Son empresas de relación familiar (44%). En cuanto al capital financiero, el autofinanciamiento y los préstamos están presentes en el 40% y 12% de los casos, respectivamente.

---

## INDUSTRIA DE ALIMENTOS

El 62.50% de las empresas son micro, 22.50% pequeñas, 2.5% medianas y 12.50% grandes. El 60% de las empresas son de relación familiar, 20% de único dueño, 15% son empresas de varios socios y 2.5% son empresas públicas. En 30% de ellas colabora la familia como capital social. Sólo una quinta parte se basa en el conocimiento empírico, mientras que el conocimiento profesional está presente en 20% de los casos. Esta industria es la que tiene mayor capital comercial (22.5%). El 10% tiene tecnología adecuada y avanzada.

---

## INDUSTRIA DE LÁCTEOS

El 70% son micro, 20% son pequeñas y 10% son grandes; 80% son empresas de relación familiar; 70% se apoyó o basó en la familia para su emprendimiento. El 70% tiene experiencia en el giro. El capital comercial se da en 40% (principalmente en un conjunto de servicios afines y diversificación de los productos). Una quinta parte de estas empresas tiene maquinaria adecuada.

---

## FÁBRICAS DE PROCESAMIENTO DE CARTÓN Y DE PAPEL

El 60% de las empresas son medianas, y sólo 20% son micro o pequeña. El 100% son empresas familiares (al parecer de una sola familia). El 80% se ha apoyado en la familia. Se tiene experiencia en el giro. En el capital comercial se tiene posicionamiento por permanencia en el mercado (40%).

---

## TALLERES Y FÁBRICAS TEXTILES

El 44.44% son microempresas, 38.88% son pequeñas y 16.66% son medianas. Las empresas familiares representan 57.14%, las empresas de único dueño 38.09% y las empresas de varios socios 4.76%. Es importante señalar que dentro de la muestra aproximadamente 19% son maquiladoras. La colaboración familiar se da de manera integrada en 42.85% de los casos. Una tercera parte de los talleres y fábricas textiles tienen experiencia en la actividad. Existe capital simbólico genérico (52.38%) y sólo 10% de las empresas tiene maquinaria adecuada.

---

## INDUSTRIA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN

El 70% son pequeñas y 30% son microempresas. El 60% obtuvo apoyo familiar y 20% apoyo de conocidos. El 50% requirió de experiencia en la actividad en el giro y 20% experimentó formas de innovación. Existe capital simbólico en 50% de los casos.

---

## TALLERES DE HERRERÍA

El 84.21% son microempresas, 10.52% son pequeñas y 5.26% medianas. La colaboración familiar se da en 21.05%, principalmente entre hombres (hermanos, tíos, padre). La línea de herencia se ubica entre los hombres de la familia. Existen relaciones complementarias de cooperación (posiblemente maquila), lo que hace que se vayan uniendo relativamente con otro miembro del gremio (colaboración en la competitividad, al parecer para hacer maquila). El 42% de las herrerías tiene experiencia en el giro, adquirida por parte de la familia o de un trabajo realizado en otro taller. Sólo 10.52% cuenta con conocimiento profesional. El 26.31% tiene capital comercial, principalmente en la diversificación de los productos. Predomina la maquinaria rústica (soldadora, esmeril, cortadora) ya que sólo 10.62% está equipada con maquinarias más modernas.

---

## TALLERES DE TORNOS

La colaboración es familiar y está presente en 60% de la muestra. El 80% tiene experiencia en el giro. La especialización está basada en las demandas específicas de productos para accesorios agrícolas, piezas de bombas y partes de productos industriales. Las máquinas de torno de los microtalleres son rústicas. Las pequeñas y las medianas tienen mayor cantidad de tornos y de maquinaria especializada.

---

## METALMECÁNICA

El 40% de las empresas son de relación familiar, 40% de único dueño y 20% son empresas de varios socios. El 20% se da por apoyo de conocidos; 20% por fusión de empresas y 26.66% de apoyo familiar. En 33.33% existe experiencia en el giro y en el 13.33% existe conocimiento profesional. El capital comercial se produce principalmente por servicios afines y diversificación, generar confianza entre los clientes y posicionamiento en el mercado.

---

## MUEBLES CON PIEZAS MECÁNICAS

De acuerdo con la muestra, 66.66% de las fábricas de muebles con piezas metálicas son empresas de relación familiar; 16.66% empresas de dueño único y 16.66% de varios socios. Existe colaboración familiar (33%) y articulación con otras empresas (16.6%). El 50% cuenta con experiencia empírica y una tercera parte con conocimiento profesional. El capital simbólico se manifiesta en una tercera parte de las empresas, presentado por el gusto del cliente por el producto, aunque

también por el reconocimiento del producto, prestigio por la calidad en el servicio, así como el proceso de posicionamiento en el mercado.

---

## INDUSTRIAS DE PARTES AUTOMOTRICES

Aproximadamente 40% de las empresas de la industria de las partes automotrices son pequeñas, mientras que 60% son grandes. Por lo general son empresas muy articuladas con las fábricas y armadoras de autos, por lo tanto tienen una vinculación directa con referencia a las especificaciones de las piezas y componentes. Son empresas que están tecnologizadas y tienen equipos de ingenieros que asesoran la producción (es decir, con un alto componente de capital escolar, al menos en sus cuadros superiores). Debido a la crisis se empiezan a cerrar algunas empresas de autopartes.

---

## INDUSTRIA QUÍMICA

El 16.66% de las empresas de la industria química son micros, 33.33% pequeñas y 50% medianas, de acuerdo con la muestra. Una tercera parte son de relación familiar, otra tercera parte de único dueño y el resto de varios socios. El capital social se da por fusión entre empresas y apoyo de conocidos. Una tercera parte muestra conocimientos profesionales y sólo 16.66% tiene conocimientos empíricos en el giro.

## Las estrategias y los capitales

Los capitales en las organizaciones se complementan o se transfieren. El conjunto de “capitales” en las organizaciones no se presentan de manera aislada; juegan y se configuran en el campo global y organizacional. A continuación vamos a sugerir posibles estrategias de acuerdo con sus capitales, posiciones y potencialidades.

---

### ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES, POSICIONES Y TRAYECTORIAS DE LAS EMPRESAS

Las estrategias de gestión, de acuerdo con su condición manifestadas en sus necesidades, deben ser orientadas primero a su sobrevivencia donde se atiendan las exigencias mínimas de organización y de conocimiento en el mercado para que pueda permanecer.

Posteriormente hay una fase de afinación y consolidación en la que el saber y la tecnología de la gestión se han establecido (incorporado) al interior de manera sistemática en la organización. Recordemos que la micro y la pequeña empresa no tienen el complejo aparato organizacional de la mediana y grande, por ello debemos pensar y diseñar modelos más acordes, como los matriciales e integrados, para la micro y la pequeña.

Para el crecimiento organizacional se requieren estrategias específicas que permitan a la empresa irse posicionado en el mercado, pero con articulación de indicadores del entorno e inteligencia organizacional.

Las estrategias de innovación son las más descuidadas en México en el sector manufacturero. Si bien los sistemas de calidad han permitido depurar y mejorar relativamente los sistemas productivos, no se ha entendido la innovación en la dimensión adecuada de creación en los países periféricos, como acciones de respuesta al medio, de cambio con valor agregado a los productos-procesos, y a las exigencias tecnológicas apropiadas o creadas de acuerdo con nuestras posibilidades y condiciones, ya que requieren de un sistema de “inteligencia” que detecte necesidades en relación a su giro, laboratorios de innovación, toda una cultura organizacional y gerencial vinculada a la tecnología y a la investigación. Para la innovación se requiere toda una reeducación que permita decodificar gradualmente los requerimientos existentes en la dinámica entre el mercado y los factores innovadores en la tecnología.

Por último, la atención más importante que puede armonizar el medio con la organización es la responsabilidad social con la comunidad y con el ambiente. No es para que se deje al último la orientación de hacer trascender a la organización para la vida y la humanidad; no puede postergarse el compromiso de existencia colectiva. Por ello consideramos que se debe de trabajar a mediano y a largo plazo, y de forma paralela, el compromiso con el desarrollo social y sustentable

del medio. También implica que instituciones gubernamentales, de investigación —educativas y empresariales— detonen y promuevan el valor y la importancia de estas acciones para el desarrollo y la sustentabilidad.

La orientación y alineación de acciones deben ser una acción y convicción colectiva, más que una acción aislada, ya que involucra preocupaciones de empresarios ante un panorama no favorable en México. En este sentido, es importante analizar el capital ecológico e incorporarlo a este marco de razonamiento ético-práctico-teórico, ya que se trata de los recursos y también del agotamiento de éstos, de las potencialidades que puede haber en sus cuidados, en las posturas en lo referente a sus responsabilidades, en los discursos en torno a ello, en las acciones concretas que buscan evitar la depredación de los recursos naturales, así como la reproducción del cuidado y transformación creativa, tanto en lo social como en lo natural que permiten la sustentabilidad.

El capital ecológico ha estado por mucho tiempo al margen de la atención de las organizaciones, a pesar del agotamiento de recursos naturales, el agotamiento de climas laborales, los esquemas disciplinarios de explotación que acaban con las personas, con el ambiente y con las relaciones primordiales de la sociedad. Ahora el capital ecológico es más un discurso que un revertimiento inteligente de acciones reales para evitar hacer yerma la tierra, la vida y el trabajo. Pero ha permitido ganar cierto capital simbólico a las empresas que empiezan a tener cuidado con el ambiente, y en algunos otros casos repensar las actividades productivas de manera diferente.

Existe la posibilidad de darle cierta orientación a las organizaciones por medio de diferentes estrategias. La atención hacia los capitales como factores de orientación de estrategia puede ayudar a ganar posiciones en el campo global y organizacional. Sin embargo, consideramos que primeramente se debe hacer un diagnóstico a la organización en específico para saber su posición tanto en el campo global como los procesos de transformación en el campo organizacional.

A continuación vamos a exponer de manera general las relaciones que consideramos articuladas entre estrategias y capitales.

**TABLA 5.1** Relación entre estrategias y capitales.

Capitales/ estrategias	Supervivencia	Afinación- consolidación	Crecimiento	Innovación	Desarrollo- sustentabilidad
Capital simbólico	Labor y calidad	Presencia	Posicionamiento ético	Difusión de la innovación	Valorar acciones
Capital cultural	Asesoramiento y formación	Armar equipos técnicos	Armar inteligencia organizacional	Equipos de creación e innovación	Preparar y concienciar
Capital social	Compartir	Asociar	Establecer plataformas de colaboración	Generar centros de innovación	Sinergias de cuidado y responsabilidad
Capital financiero económico	Orientación recursos limitados	Inversiones	Inversiones técnicas	Inversiones en laboratorios de innovación	Inversiones verdes

Capital tecnológico	Asesoramiento	Depuración y sistemas	Incrementar valor agregado	Incrementar el valor sustentable y tecnológico	Valor agregado ecológico
Capital comercial	Presencia	Circuitos de proveedurías	Clúster	Circuitos región y apalancamiento global	Círculos y circuitos de cooperación global
Capital ecológico	Inicio de programas	Acciones locales	Acciones regionales	Establecer plataformas verdes	Recuperación y reformulación estética

Fuente: Elaboración de los autores.

Por lo general, el problema de la sobrevivencia<sup>1</sup> está indicado en el capital financiero (bajo una expresión numérica) de las organizaciones. Existen análisis de tipo financiero que permiten objetivar el estado de su situación, como las razones financieras, el punto de equilibrio, la relación costo-beneficio, entre otros factores.

El mecanismo sería analizar el margen de acción que se tiene con referencia al recurso y con ello destinarlo a las acciones que se determinen como prioritarias. La primera orientación básica es ir cambiando las cosas de manera gradual y paralelamente a como han venido funcionando. Podríamos analizar el capital social en la organización en dos espacios: al interior y externo de la organización (conocer los tipos de redes y la forma como se establecen éstas).

Consideramos que para lograr la subsistencia empresarial debe existir un convencimiento, solidaridad y un trato justo entre las personas que participan en la organización (esto debería ocurrir en todos los ámbitos, pero con mayor razón en éste). En cuanto a las redes, es importante basarse en la confianza y el apoyo mutuo con proveedores y otras empresas del mismo gremio. Los proveedores monopólicos constituyen un problema, porque condicionan los precios. La región puede ser un detonador de solidaridades con proveedores pequeños.

Como ya se mencionó, en México el capital cultural (escolar) es bajo. En un estudio reciente de microempresas (INEGI, 2003) se señala que el nivel de estudios promedio es la educación secundaria. Consideramos que un apoyo de sobrevivencia a estas empresas pueden ser las cámaras empresariales en colaboración con las universidades, de tal forma que puedan diagnosticar y sugerir ciertas estrategias básicas, acompañadas del aprendizaje de los empresarios, así como de la formación empresarial. En este sentido, se debe ir mejorando su capital tecnológico.

El capital simbólico es bajo, requiere de presencia sobre todo en cuanto al reconocimiento de las empresas, basado principalmente en la calidad de sus productos y en el posicionamiento de ellos. La presencia de la empresa en la región es importante, no tanto como simulador, sino

<sup>1</sup> Es importante plantear ciertos límites de los instrumentos convencionales del *management*, sobre todo aquellos que aplican en las empresas micro y pequeñas y que están diseñados bajo criterios de medición propios para una empresa corporativa grande, y que pueden ser erróneos. Indudablemente, si se evalúan con estos filtros de análisis saldría reprobada la mayoría de las empresas en México, pero curiosamente esos instrumentos no explican por qué siguen subsistiendo las micros y pequeñas empresas. Considero que es precisamente la omisión de ciertas dimensiones sociales en la organización el lado oscuro que ignora el *management*.

como una empresa realmente comprometida de acuerdo con sus posibilidades con la sociedad. Mientras más concreta sea su contribución podrá generar una mejor imagen. En los países periféricos hay muchas oportunidades de labor social.

La labor urgente es con el capital ecológico de la región; impulsar y valorar las acciones verdaderas deben ser reconocidas. Las orientaciones apuntan a los reciclajes, la instrumentación de ecotecnias, de tecnologías puras, eficiencia de los recursos limitados, plantas tratadoras, instrumentos anticontaminantes, rehacer el medio, sustitución de químicos y contaminantes, conservar, embellecer, entre otros.

## RELACIÓN DE LAS NECESIDADES Y CAPITALES POR TAMAÑO DE EMPRESA

Las principales necesidades de producción de la microempresa están relacionadas con sus procesos productivos, puesto que tienen problemas para terminar y comercializar sus productos. Dentro de los problemas que son más importantes tienen que ver con el local, ya que se han improvisado estos espacios. A mediano plazo se debe de invertir en talleres o plantas más adecuadas para las actividades que realizan. Requieren énfasis en el control de calidad de sus productos para poder competir en el mercado. Tiene requerimientos básicos de maquinaria para la elaboración de sus productos.

**TABLA 5.2** Relación de las necesidades y capitales en la microempresa.

Necesidades Micro	Capital tecnológico	Capital cultural	Capital simbólico	Capital financiero económico	Capital comercial	Capital social	Capital ecológico
Producción	x				x	x	x
Personal		x				x	
Mercadotecnia			x		x	x	
Finanzas	x			x	x		
Administración	x	x				x	

Fuente: Elaboración de los autores.

La problemática de este tipo de empresas se concentra principalmente en la falta de personal, ya que todos son originados a raíz de que no tienen el personal adecuado para incrementar su producción. Para la microempresa las habilidades de las personas son de suma importancia.

Con referencia a las finanzas en las microempresas, su problema principal es el capital porque necesitan realizar inversiones para mejorar las instalaciones, comprar materia prima, continuar operando e invertir.

Las microempresas tienen mayor necesidad de crecer y de ser más competitivas en relación con empresas más grandes, debido a que no cuentan con un local del tamaño idóneo, con la diversidad de bienes y/o productos y a la vanguardia de las grandes empresas. Tienen la necesidad de darse a conocer, ser aceptadas en el mercado, permanecer en el gusto del cliente

brindando un servicio casi personalizado y artesanal; y lo más difícil es brindar estos bienes y/o productos a un buen precio. Por lo anterior, la problemática de mercadotecnia básicamente recae en la necesidad de buscar formas de publicidad y promoción (a su alcance) que les ayude a mantenerse en el mercado y no desaparecer.

La administración de las empresas micro, en su mayoría, surge de manera empírica, por lo tanto son las que tienen mayor necesidad de implementar sistemas administrativos. Esto implica que se requieren conocimientos y tecnología administrativa sobre planeación, organización, dirección y control. Las instituciones intermedias pueden capacitar y asesorar en lo básico a estas organizaciones. El manejo de micros tiene ausencias en el proceso de planeación. Se requiere de conocimientos en administración y de apoyo externo por las instituciones intermedias.

Con referencia al personal, en las pequeñas empresas, la problemática es muy similar a las micros. En cuanto a la producción de la pequeña empresa, ésta demanda mayormente materia prima para la elaboración de los bienes que produce, y que se consiga en la zona en la que desarrollan su actividad. Sus principales necesidades se encuentran en el desarrollo de sus procesos productivos, puesto que tienen problemas para terminar y comercializar sus productos. También en la pequeña empresa tienen problemas con el local, ya que están trabajando de manera improvisada. Al expandirse requieren de nuevos lugares para presentar sus productos en el mercado, pretendiendo ampliar su radio comercial. Se requiere de mayor sistematización en la calidad.

**TABLA 5.3** Relación de las necesidades y capitales en la pequeña empresa.

Necesidades de la pequeña empresa	Capital tecnológico	Capital cultural	Capital simbólico	Capital financiero económico	Capital comercial	Capital social	Capital ecológico
Producción	x				x	x	x
Personal		x				x	
Mercadotecnia			x		x	x	
Finanzas	x					x	
Administración	x	x				x	

Fuente: Elaboración de los autores.

El recurso económico que requieren las pequeñas empresas es principalmente para invertir en el crecimiento organizacional, solventar problemas eventuales y pagar a los empleados.

La pequeña empresa busca, en referencia al área mercadológica, una mejor distribución de su producto para colocarse en una plaza más accesible al consumidor, tratando de generar las suficientes utilidades para seguir compitiendo en el mercado; buscan el crecimiento de su empresa, el posicionamiento de su producto, conservar al cliente cautivo y mantener un precio en el que su producto pueda competir con los demás, tomando como base el precio de mercado.

La administración en las pequeñas empresas es muy similar a la de las micros; algunas tienen fuerte carencia de conocimientos y se requiere mayor sistematización de los procesos de gestión. Las instituciones intermedias pueden capacitar y asesorar en lo básico a estas organizaciones. De la misma manera hay ausencias en el proceso de planeación. Se requiere de conocimientos en administración y de apoyo externo por las instituciones intermedias.

Los requerimientos de personal en las empresas medianas van más enfocados hacia el área específica de trabajo en la división técnica. Otros problemas encontrados son los relacionados con las cuestiones organizacionales como son cultura organizacional y seguridad laboral. A la mediana empresa le interesa continuar con su crecimiento, buscar estrategias para reducir sus costos y por lo tanto sus precios, tener una mejor ubicación y todo esto utilizando la mercadotecnia como herramienta.

**TABLA 5.4** Relación de las necesidades y capitales en la mediana empresa.

Necesidades de la mediana empresa	Capital tecnológico	Capital cultural	Capital simbólico	Capital financiero económico	Capital comercial	Capital social	Capital ecológico
Producción	x				x	x	x
Personal		x				x	
Mercadotecnia			x	x	x	x	
Finanzas	x			x			
Administración		x	x			x	

Fuente: Elaboración de los autores.

En cuanto a la producción de la mediana empresa, ésta suele requerir materia prima que proviene de fuera de la zona en donde desarrolla sus procesos productivos (puede ser importada). Sus requerimientos de producción se basan principalmente en la innovación de sus productos y en la presentación de los mismos. Se debe impulsar la sistematización de los procesos productivos. En mayor medida demandan la implementación de medios tecnológicos para reducir tiempos y costos.

El proceso administrativo es fundamental en el manejo de las empresas medianas; se enfatiza más la necesidad en el proceso de organización, básicamente en cuanto a los problemas relacionados con el factor tiempo y sistematización. Se requiere de identidad organizacional, prestigio y colaboración interna.

Las finanzas son importantes en las medianas empresas debido a que necesitan capitalizar la empresa en las actividades de expansión y necesitan crédito para adquirir maquinaria.

En las grandes empresas la problemática que subsiste se refiere a la estabilidad del personal, ya que aunque sí cuenta con número suficiente, su rotación es más constante. Aquí la problemática está más enfocada hacia el trabajo más que a las personas, ya que requiere de un alto grado de especialización. En las grandes empresas es necesario el capital para inversión.

**TABLA 5.5** Estrategias de atención de gran tamaño de las necesidades por capitales.

Necesidades de la gran empresa	Capital tecnológico	Capital cultural	Capital simbólico	Capital financiero económico	Capital comercial	Capital social	Capital ecológico
Producción	x				x		x
Personal		x				x	x
Mercadotecnia					x		x
Finanzas				x			
Administración		x					

Fuente: Elaboración de los autores.

Las grandes empresas utilizan la mercadotecnia como estrategia fundamental, ya que les ayuda a mejorar su nivel de competitividad y a llegar a los mercados que quieren alcanzar.

En cuanto a la producción, este tipo de empresas requieren productos de bajo costo y de buena calidad. Este tipo de personas morales se perfila a desarrollar nuevos productos para el crecimiento de su empresa. En la grande, las principales necesidades son de acuerdo con las funciones directivas, porque deben existir sistemas de control y comunicación internos.

---

## ESTRATEGIAS PROPUESTAS DE APRENDIZAJE EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA LOCAL. ESTRATEGIA DE LILLIPUT<sup>2</sup>

1. Organizar, reforzar, reactivar y fortalecer las formas de organización gremial (por subsectores o clases) ligadas a los organismos y asociaciones empresariales, institutos de educación superior, sector gobierno y sectores sociales. El esquema es la cuarta hélice para democratizar las sociedades de conocimiento.
2. Preparar actividades conjuntas que faciliten la socialización y el aprendizaje de los participantes.
3. Mejorar, a través de actividades sociales y lúdicas, las relaciones de las personas del gremio empresarial o clase, para que estas relaciones sean también una plataforma para la información y de conocimiento colectivo de manera informal. Hay experiencias en donde las capacitaciones o cursos por sí mismos pronto son aburridos sobre todo para los participantes que son industriales micro o pequeño,<sup>3</sup> por ello proponemos actividades recreativas paralelas a las actividades formativas o de capacitación; es decir, un aprendizaje dinámico de educación popular, propio de los gustos y prácticas culturales (cascaritas de fútbol, juegos, convivencias, salidas o eventos de música popular), todo ello para construir un espacio común de convivencia e identidad.
4. Visitar ferias especializadas (tecnológicas o de productos). El propósito es que conozcan la tecnología más avanzada que utiliza o podría utilizar un gremio o clase, para observar las innovaciones tecnológicas y compararlas con sus maquinarias, productos o procesos. Se pretende que exista otro punto de referencia diferente a su acervo cultural, que generalmente se basa en un conocimiento cotidiano autorreferido. La participación directa en estos espacios (las ferias) puede impulsar, además del aprendizaje, una valoración más positiva de ellas, y quizá despertar un mayor interés de búsqueda, así como posibles transformaciones en sus organizaciones. Si estas actividades se hacen en dinámicas conjuntas, con reflexiones colectivas,<sup>4</sup> el aprendizaje puede resultar más significativo.
5. Generar espacios de consulta y retroalimentación con inventores tecnológicos e investigadores en los que los empresarios expongan sus problemas y los primeros propongan medidas ante esas necesidades y, en su caso, diseñen o rediseñen maquinarias, complementos, partes o procesos.

---

<sup>2</sup> Consideramos que deben hacerse pruebas piloto (para hacer el seguimiento y evaluar los resultados) en grupos pequeños. El procedimiento debe estar más enfocado a la investigación participante o investigación y desarrollo con sensibilidad cualitativa.

<sup>3</sup> Recordemos el capital cultural de los integrantes de este sector.

<sup>4</sup> Estamos pensando en grupos de discusión o en otras dinámicas grupales.

6. Hacer acompañamientos de apoyo básico para la gestión de las empresas y de gestión de conocimiento.
7. Visitar empresas de base tecnológica para que se entienda la importancia de empresas de vanguardia en innovación o también de las llamadas empresa gacela, con el objetivo de que aprendan de otras experiencias (casos de éxito).
8. Abrir un espacio común a la valoración de prácticas para la innovación y conocimiento, donde se reconozca, informe, estimule, premie y se fomente estas prácticas. Esta propuesta está pensada para llevarla a cabo como gremio.
9. Desarrollar una cultura empresarial de innovación (actores, prácticas, actividades, organización y formalización), aunada a la responsabilidad social.
10. Generar espacios de difusión tecnológica y eventos conjuntos para el impulso del conocimiento tecnológico, como ferias de productos regionales con base tecnológica.
11. Plantear alternativas organizacionales de búsqueda sustentable.
12. Visitar ferias similares o análogas a la actividad económica como estrategia de aprendizaje. En ellas se pueden aprender cuestiones de similitud sobre tecnologías, productos y procesos.

Es importante mencionar que estas dimensiones son estratégicas para:

1. Potencializar y reforzar las unidades productivas, su base tecnológica y social.
2. Impulsar la economía regional a través de la colaboración productiva.
3. Fomentar principalmente el consumo de los productos locales.
4. Tipificar los productos de calidad dentro de estándares del capital simbólico.<sup>5</sup>
5. Rescatar algunos de los procesos artesanales en los “productos tradicionales” (en cuanto a calidad social) y mejorar los procesos tecnológicos en una combinación adecuada (en ciertos casos).
6. Impulsar estrategias más adecuadas en el comercio con los micros y pequeños productores directos, locales y regionales.
7. Estudiar el amplio tejido de redes de capital social y de la cultura popular<sup>6</sup> con referencia a los productos y a los circuitos específicos.
8. En cuanto al estudio de consumidores y mercados, orientarse más a entender la “lógica de los mercados” y no sólo enfocarse a aplicar “técnicas de venta”, así como lograr entender el contexto social, cultural y económico de las relaciones sociales que se dan en el entramado de este espacio.

Es necesario reconsiderar a la eficiencia y al monopolio como fines últimos de la organización y de las actividades económicas sociales, ya que esta visión resulta muy limitada para enfrentar y resolver las problemáticas actuales.<sup>7</sup> Replantear en términos emergentes la satisfacción de nece-

<sup>5</sup> Dimensión omitida por ignorancia en los estudios de calidad.

<sup>6</sup> Se retoma la definición de Giménez (2004: 188) en la tradición gramsciana entendida de la siguiente manera: “la cultura popular es la cultura de las clases subalternas y se define por su posición con respecto a estas clases, por su solidaridad con ellas, y no por el valor de su contenido, por sus cualidades estéticas o por su grado de coherencia”.

<sup>7</sup> Escasez de recursos, pobreza, explotación irracional del ambiente, etcétera.

sidades y la sustentabilidad rompe con las formulaciones de esos paradigmas económicos y del *management* dominante.

## ALGUNAS PROPUESTAS DE ORGANIZACIÓN Y ACCIÓN

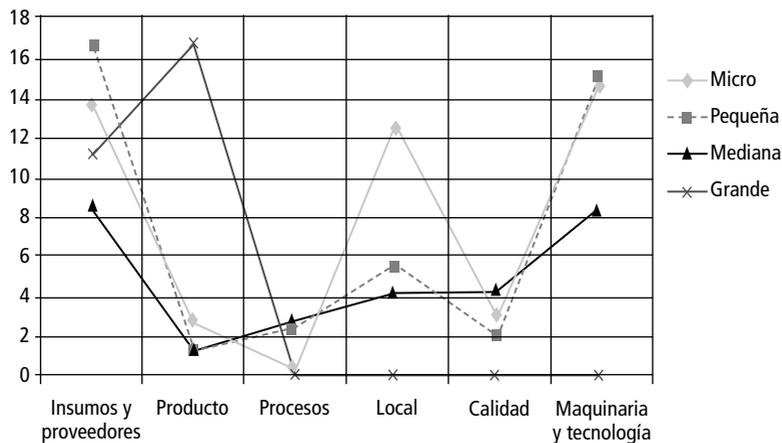
Tomando como base un diagnóstico realizado al sector manufacturero de Celaya (Contreras y López, 2009), se proponen las siguientes acciones para atender conjuntamente a las micro y pequeñas empresas:

1. Generar plataformas conjuntas de (capital cultural y social) aprendizaje, apoyo, gestión, orientación, capacitación y seguimiento.
2. Involucrar socialmente a las subramas y clases como la fabricación de productos de herrería, tortillerías, panaderías, fabricación de muebles, elaboración de helados y paletas, maquinado de piezas metálicas para maquinaria y equipo en general, elaboración de dulces, fabricación de tornillos, tuercas y similares, así como confección de ropa sobre medida.
3. Generar estrategias especiales de innovación, colaboración y competitividad para que las pequeñas y medianas empresas puedan competir y exportar.

## ALGUNAS PROPUESTAS PARA PRODUCCIÓN

1. Buscar proveedurías asociadas de materia prima y de maquinaria para mejorar los costos de producción a las Mipyme.

**FIGURA 5.1** Principales problemas de producción en las empresas de Celaya.



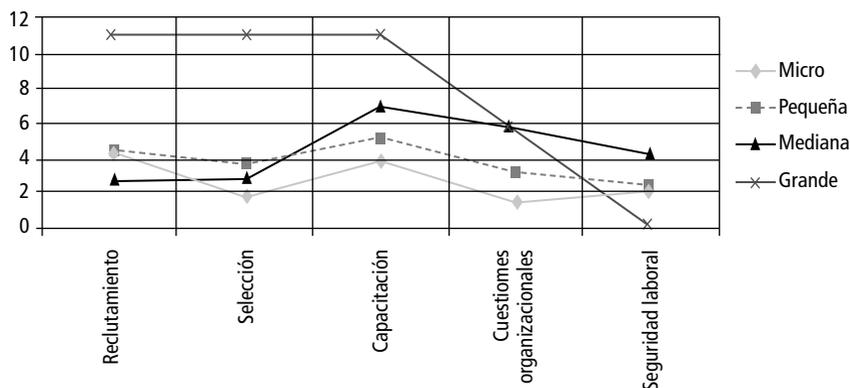
Fuente: Elaboración del autor.

2. Asesorar en cuanto a maquinaria y equipo (capital cultural y capital tecnológico).
3. Orientar a la innovación, al valor agregado y al valor social (ecológico o sustentable) a algunas micros, pero principalmente a las pequeñas y medianas empresas.
4. Crear parques industriales (con referencia a problemas con local). Compartir recursos de manera cooperativa.
5. Explorar en tecnología sustitutiva (en piezas y componentes).

## ALGUNAS PROPUESTAS EN CUANTO A PERSONAL

1. Programas de capacitación interinstitucionales a diversos niveles.
2. Programas de selección y bolsa de trabajo.
3. Programas de seguridad industrial.
4. Asesoría organizacional y propuestas de estudios organizacionales para la acción.

**FIGURA 5.2** Principales problemas de personal en las empresas de Celaya.

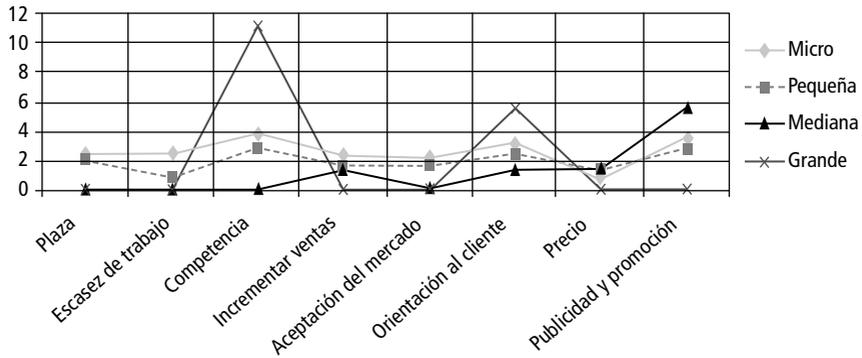


Fuente: Elaboración del autor.

## ALGUNAS PROPUESTAS PARA MERCADOTECNIA

1. Mejorar el producto y diferenciar la calidad de los atributos (propios y de la competencia).
2. Construir plataformas de publicidad local.
3. Consultar a los clientes sobre mejora del producto o servicio.
4. Ganarse la confianza con capital social y simbólico, apelando a la localidad.
5. Hacer estudios de mercado para acciones (para micros y pequeñas conjuntos).

**FIGURA 5.3** Principales problemas de mercadotecnia en las empresas de Celaya.

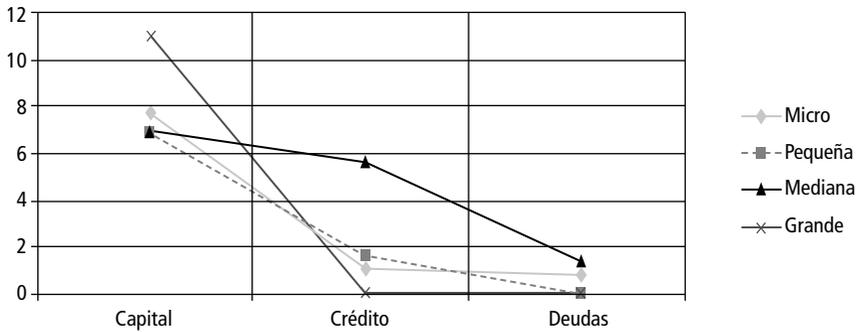


Fuente: Elaboración del autor.

## ALGUNAS PROPUESTAS PARA FINANZAS

1. Orientación de fuentes de apoyo y manejo de capital. Orientación legal, financiera y contable sobre el manejo de crédito (sobre todo a la mediana empresa).

**FIGURA 5.4** Principales problemas financieros en las empresas de Celaya.



Fuente: Elaboración del autor.



## Recomendaciones y conclusiones

Producto de esta investigación proponemos la siguiente recomendación para abonar al capital social de nuestras empresas y la región Laja-Bajío del Estado de Guanajuato, México: que el gobierno, en sus diferentes niveles, otorgue una atención creciente a los problemas de adaptación de las Mipymes a las nuevas tecnologías y a la gestión de los recursos tecnológicos, especialmente de carácter meso y microeconómico.

En cuanto a lo mesoeconómico:

- a) Favoreciendo la búsqueda y transferencia de información, especialmente sistematizando las relaciones entre investigación, desarrollo y aplicación de tecnologías (el papel de los medios innovadores y de las redes de señales débiles). De este modo, la ayuda debería permitir la transferencia efectiva de la información tecnológica, su asimilación y, después, su gestión.
- b) Apoyando los esfuerzos de las Mipymes en lo que respecta a la información, para mejorar la oferta de recursos complementarios que les permitan obtener y utilizar tecnologías (financiamiento de base o de riesgo, servicios de asesoramiento sobre administración de tecnología). La ausencia o la escasez de estos recursos, o aun sus costos de obtención demasiado elevados, pueden constituir un freno importante para el desarrollo de la producción.
- c) Aliándose a los gobiernos locales para el desarrollo de la producción, para que éstos jueguen el rol de catalizadores o estimuladores del desarrollo de las energías empresariales y de los recursos locales y regionales.

En cuanto a lo microeconómico, deben promoverse medidas que favorezcan la implementación de estrategias de desarrollo y competitividad en las Mipymes. Especialmente, las que tienden a mejorar la capacidad de las Mipymes en materia de búsqueda de información tecnológica, de tratamiento, de evaluación y de aplicación de la misma, su capacidad de introducción y de gestión de nuevas tecnologías, así como su capacidad de procurarse recursos adicionales.

El gobierno debería intervenir, entre otras cosas, para el desarrollo de las Pymes en: a) las fuentes y la calidad de la información tecnológica y comercial internacional; b) el nivel de oportunidades o de la adecuación de las tecnologías ofrecidas a las empresas; y c) en cooperación con otros niveles gubernamentales para apoyar o desarrollar las condiciones favorables micro y macroeconómicas para su apropiación.

A manera de conclusión y para abonar a la teoría del capital social, una economía basada en millares de pequeñas empresas innovadoras se adaptan mucho mejor a la creciente segmentación

de los mercados y a la aceleración del cambio. Por el hecho de contar con una mejor inserción en el país, en la región, incluso en una ciudad, las pequeñas empresas son más capaces de aprender, en todos sus aspectos, esta rápida evolución. Una economía que cuente con una importante presencia de estas empresas puede constituir, por esto mismo, un sistema profundamente "autoadaptativo" que permita multiplicar todo tipo de experiencias y favorecer la competencia en función de las necesidades. Una economía de ese tipo permitiría la "destrucción creadora", de la que hablaba Schumpeter, y una mejor capacidad para responder a la economía del conocimiento (Julien, 2003: 82).

Por otra parte, la combinación de recursos comprende los recursos relacionales externos y la participación en las redes (Dyer, 1996; Dyer, 1998), y permite compensar los límites de la competitividad. Por lo tanto, es la combinación interna y externa la que es diferente, específica y difícilmente imitable, al menos en el corto o mediano plazo. Mientras los competidores creen comprender sus astucias, ella ya está cambiando. En el caso de las Mipymes, esta combinación comprende justamente a las necesidades específicas de cada cliente para compensar sus debilidades en las economías de escala. Esta flexibilidad facilita la adaptación tanto al cambio como a la innovación (Marchesnay, 1993).

Las redes de información representan las otras fuentes de nueva información, sobre todo enfocadas a la innovación en los diferentes procesos dentro de las Mipymes. Comprende las firmas asesoras, los organismos de formación, los centros de investigación, los organismos gubernamentales de ayudas diversas, etcétera. Pueden limitarse a suministrar servicios generales, como auditorías contables o certificación de sistemas de calidad, o ser activos y estimular el cambio en las empresas, suministrándoles cierta información avanzada que les permitirá innovar, distinguirse y aumentar su competitividad.

Los trabajos recientes que mencionamos en el marco teórico confirman los hallazgos de esta investigación sobre la importancia de redes como un medio de controlar la información relevante o importante para el crecimiento de las Mipymes. Las investigaciones muestran las señales débiles de la innovación que ayuda a la diferenciación entre las empresas. Esto no hace disminuir la importancia de las señales fuertes basada en las redes, que proveen información para reducir la ambigüedad (Julien, 2004).

Julien (2004) muestra la complementariedad entre esas diferentes redes de señales fuertes y débiles. Esas redes cambian con la evolución de la fuerza y debilidades de los negocios y con la evolución de la industria. En este novedoso artículo donde se investiga el control de la información como una de las más vitales actividades de la organización, las Mipymes, como resultado de sus estrategias para sentir el mercado, por parte del empresario y un poco de sus gerentes, utiliza una metáfora del tercer hombre de la información, de esos individuos que juegan un importante papel en reducir las equivocaciones y en fragmentar las señales débiles por instantes.

El capital social pasa, en parte, por las redes personales formadas generalmente de amigos, de un compañero de la universidad, de compañeros de empleos anteriores, de uno o de dos empresarios miembros de un club local, de un consultor que coopera como soporte de la empresa; se trata de una red compuesta de ocho o nueve personas.

Las redes han existido siempre, aun teniendo en cuenta que los investigadores las descubrieron hace apenas una treintena de años (Julien, 2006). Esta ignorancia surge de la antigua teoría económica, que plantea que las empresas se encuentran aisladas, y que funcionan dentro de un sistema de competencia más o menos feroz. En toda organización existen, por el contrario, diversas redes más o menos interrelacionadas, proporcionales al número de ejecutivos y de empleados.

Las redes constituyen la estructura de comunicación y de aprendizaje que la región ofrece a los actores, bajo la forma de lugares de intercambio de información, tanto física como virtual. Así, son la expresión de lo colectivo y de las convicciones establecidas en toda sociedad. Son la base sobre la cual se desarrolla el capital social, porque favorecen o no el desarrollo de una cultura emprendedora dinámica, abierta a la innovación, según que suministre información nueva, variada y de calidad, estando vinculadas al exterior. Las redes también responden a una necesidad crucial: la disminución de la incertidumbre y la ambigüedad ante las decisiones por tomar. Aportan información no buscada y suministrada, generando diversas indicaciones sobre las oportunidades y las posibilidades de innovar con el fin de distinguirse mejor de sus competidores y por otra, sobre los recursos disponibles, para captar mejor las oportunidades, lo que permite la variedad en las empresas (Julien, 2003).

Las redes surgen a partir de vínculos interpersonales entrelazados de múltiples maneras (Johannisson, 2000). Pueden ir más allá del intercambio de la información y extenderse hacia la colaboración y la concertación para, finalmente, convertirse en cooperación. El objetivo de una buena red de información es suministrar información personalizada. Otro objetivo es vincular a sus miembros a otras redes, según el principio del menor esfuerzo. Una red demasiado grande genera cada vez más ruido, es decir, incomprendiones, debido a la falta de conocimiento recíproco.

De acuerdo con Julien (2003), las características de las redes son:

1. *La valencia* o la capacidad de una red para obtener, absorber y transmitir información precisa y apropiada, limitada por el número de sus miembros y su conocimiento y la atracción o la repulsión que sienten los unos por los otros.
2. *La densidad* se refiere no sólo al número de participantes de la red, sino también a los vínculos recíprocos, a la posición de cada uno de ellos en la red y a la proximidad de unos respecto a otros. La densidad es medida por la relación entre el número de vínculos que existen efectivamente entre los miembros, tomados de dos en dos, y el número de vínculos posibles.
3. *La posición* puede ser central o de nodo y periférica.
4. *La conectividad* es el número de vínculos entre los miembros, su accesibilidad, su reciprocidad, su reactividad, al igual que su durabilidad.

Mientras más numerosos, recíprocos y antiguos sean los vínculos, lo cual crea un clima de familiaridad, más reacciones se generarán a partir de las preguntas; se hacen más intensos los intercambios y, por lo tanto, pueden ser adaptados y valiosos (Johannisson *et. al.*, 1994, y Julián y Lachance, 1999, citados en Julien, 2003).

Finalmente, en la presente investigación podemos concluir con lo siguiente:

- a) Se ha mostrado parte de las dimensiones sociales y culturales como el ámbito poco visible de las organizaciones y de las actividades denominadas "económicas", manifiestas, en este caso, en los discursos de los empresarios, basándonos en la conceptualización que desarrolló Bourdieu (2001) sobre los capitales culturales, simbólicos, sociales, comerciales y tecnológicos. Dichas dimensiones son procesos de las relaciones sociales que se dan en las organizaciones y en las actividades económicas donde se van estableciendo entre personas a través de sentimientos, afectos, emociones, conocimientos empíricos, etcétera; se van entretejiendo o construyendo de manera simultánea en dos

dimensiones: en las representaciones subjetivas y en las prácticas sociales objetivas. Un acto económico no es ajeno a estos procesos. Cuando decimos que es construida en procesos sociales simultáneos entre los agentes (simpatizar, tenerse confianza, odiarse, desconfiar) es parte del entramado simbólico y tiene un impacto paralelo en las prácticas sociales de esas relaciones (y viceversa). La práctica genera un efecto de impresión sobre las personas, y ésta puede generar un impacto sobre las prácticas (construcción de redes).

- b) Se mostró que existen lógicas colaboracionistas y construcción social de redes de personas en mercados en confianza (que han sido por cierto, poco analizadas) y que éstas han ayudado bastante a la sobrevivencia y desarrollo de las empresas, sobre todo de las Mipymes.
- c) A estas dimensiones sociales, que generalmente estaban omitidas o silenciadas por el *management*, se ha propuesto incorporarlas a los estudios sobre la administración, la gestión, las organizaciones y las regiones. La revelación de ellas muestra otras lógicas sociales como el compromiso y la responsabilidad. Por ello no sólo en las empresas hay paradigmas eficientistas y competitivos, también hay paradigmas colaborativos y sustentables (en estas racionalidades emergentes).
- d) No sólo se formularon las dimensiones sociales de los capitales, sino también se hizo una propuesta instrumental orientativa (para pensar en fines)<sup>1</sup> donde los capitales pueden orientar a las estrategias (y también ser parte de ellas), ante nuevas necesidades y racionalidades.
- e) Encontramos también formas de capital social y simbólico articuladas en ciertas formas productivas, manifestación cultural de la región o en la localidad. Se analizó cómo el capital social, simbólico y cultural puede apoyar en actividades productivas como la cajeta de Celaya, los barquillos de Veracruz, el pan de Acámbaro, las tortillas sonorenses, por mencionar algunos productos asociados a regiones o localidades.
- f) También encontramos ciertas lógicas gremiales familiares en las panaderías tradicionales, en las cajetas, las actividades de herrería o las tortillerías. Hemos observado muy limitadamente los eventos que se articulan a los consumos, por ejemplo las fiestas patronales, así como puntos de redes en entramados que se construyen en eventos dentro de estos procesos en una localidad.
- g) Es importante señalar que el contexto en el cual se ubica un agente<sup>2</sup> en las diversas actividades económicas y organizacionales implica ciertas relaciones y estados de dichos procesos sociales que influyen directamente, como los niveles de estudio, prácticas de participación grupal, formas de comunicación, espacios de convivencia y trabajo, reglamentaciones y leyes sociales, la cultura empresarial de la región, los procesos históricos, los espacios de creación, los espacios de representación, entre otros, que tienen un grado de contribución e influencia en las organizaciones y en las actividades económicas sociales. Con ello señalamos que los negocios se dan en un “escenario” de manera más

<sup>1</sup> No sólo en medios, como se acostumbra en administración.

<sup>2</sup> Ante el debate en el que el estructuralismo señalaba la determinación de la estructura al sujeto, pero también contra el “regreso del sujeto” donde en una especie de voluntarismo, el “hombre” determina las cosas. Se replantean las agencias en marcos de acción y representación en los campos sociales de actuación de acuerdo a sus posiciones y disposiciones, por lo que pueden generarse otras posibilidades de participación y creación. Así, rompe con el sustantivismo humanista y con el estructuralismo determinista.

dinámica y articulada, y no son sólo productos de una persona que quiere hacer dinero (como lo cree la teoría de la opción racional). Tampoco se trata de una identidad aislada y abstracta.

- h) Por eso el estudio de las organizaciones no debe limitarse sólo a los usos de instrumentos “técnicos” de los factores de la competitividad (uso de tecnologías, eficiencia productiva, cadenas de proveeduría, mercados y costos), sino que debe incluir las dimensiones socioculturales y sus impactos en el análisis de las organizaciones y de las actividades económicas; también por la potencialidad que tienen éstos en el mismo desarrollo de las organizaciones y de las actividades productivas locales y regionales de la sociedad.
- i) Los factores socioculturales mencionados son el capital social, el cual se puede dar de manera tradicional o nueva y puede detonar en otras formas de asociacionismo y de colaboración como son las alianzas estratégicas; el capital simbólico como formas de reconocimiento social a las personas de la organización, sus productos o a la misma organización, así como a su trayectoria en la comunidad (por ejemplo, la responsabilidad y coherencia que ha mostrado la organización empresarial); el capital cultural conformado por conocimientos, habilidades, prácticas, experiencias de manera grupal o específica, acumulada en saberes tradicionales o saberes nuevos; formas didácticas de cómo se aprende la actividad, así como otras formas de conocer o informarse, pero también experimentando en la potencialidad de los acercamientos con otros agentes (compañeros del giro, del subsector, del sector, de la cadena, proveedores, con el sector educativo e investigadores, con el sector gubernamental); el capital tecnológico de las organizaciones (apuntando algunos recursos hacia las sociedades críticas del conocimiento).
- j) Como capital social encontramos diversas modalidades, principalmente relacionadas con las familias de los dueños de las empresas (micro, pequeñas y medianas principalmente). También vimos grupos de conocidos que permitieron incidir en un “nicho de mercado”, por ejemplo, el artesano que vendía cerámica y que gracias al sacerdote (su pariente) empezó a vender en un campo específico religioso (de sus conocidos). Vimos casos de generación de mercados de confianza que vale la pena analizar a detalle. Ahora tenemos pensado desmontar las distintas formas de capital social que se dan y configuran en distintas redes para estudiarlas, identificarlas, comprender sus lógicas y denominarlas. En el caso de Celaya predomina el capital social endógeno de las organizaciones, por lo que es necesario transitar al capital social exógeno. Pretendemos investigar otras experiencias donde el capital social se construya en la comunidad o en articulaciones sociales fuera del grupo referente. El capital cultural es muy limitado, es necesario transitar a la profesionalización de los empresarios y de la asistencia institucional a la articulación formal institucional (ágil) con las IES, el gobierno y la sociedad.
- k) En la parte metodológica, las historias de vida de la empresa y del empresario nos permitieron configurar ciertas lógicas de manera cualitativa y también cuantitativa (descriptiva).

También encontramos que la subsistencia de las micros y pequeñas empresas depende de tres cuestiones fundamentales:

1. Del apoyo de la fuerza creativa y de la capacidad de organización (llamada mano de obra). La limitación de recursos representa y genera una serie de problemas, observando que las familias juegan un papel estratégico en las actividades económicas (por lo menos en México).
2. La mayoría de estas empresas dependen en gran parte del consumo local, de aquí la importancia de las formas en que se entretienen y se vinculan con el mercado, su aceptación en el medio, el capital social, simbólico y comercial, ya que éstos son factores estratégicos para su sobrevivencia. Por eso, tanto el producto como el trato en el servicio, el papel del empresario y de la organización juegan un papel importante en la comunidad.
3. El siguiente factor es el conocimiento práctico, ya que es fundamental para operar en las actividades económicas y organizacionales. Aunque parezca obvio, una condición importante es el saber hacer; de ello depende la misma actividad, ya sea mínimamente en el manejo de ciertas destrezas y habilidades, como se dan en algunos talleres, así como de cierta creatividad e ingenio para manejar las estrategias organizacionales. De esta manera se pueden ir modificando o adaptando, a ciertas necesidades del cliente, cambios del ambiente, del producto, de la competencia, entre otros. La creatividad es necesaria, por lo cual se debe saber canalizar la potencialidad de los conocimientos y habilidades ante las limitaciones de los recursos de la actividad económica y organizacional.

Estos factores sociales se dan, generalmente, de manera simultánea o combinada, permitiendo en situaciones de carencia mantenerse más tiempo en el mercado, siempre y cuando haya una lógica de austeridad, así como un manejo eficiente de los recursos, hasta el punto en el que los recursos monetarios generados por la demanda de los clientes permita la reproducción social del negocio, aunado a estrategias adecuadas e inteligentes.

Las micro, pequeñas y medianas empresas de relación familiar son una amalgama de cuestiones de diversos significados. Para tomar decisiones adecuadas es necesario desmenuzar, con cierta prudencia, las cuestiones afectivas en la familia y en la organización, ya que son parte de la complejidad; los criterios racionales técnicos son amalgamas de razonamientos económicos, afectivos y socioculturales que hasta el momento se presentan como difusos y contradictorios (es necesario estudiarlos con mayor profundidad). El personal familiar que se incorpora, se involucra y se compromete (con potencialidad social), ve en las metas a la organización y a la familia. Cada una de estas dimensiones tiene un peso específico que no hay que subestimar, hay que intentar entenderlo y en su caso armonizarlo. Este entramado simbólico de diversas dimensiones conforma ese todo complejo que es la organización. Las relaciones familiares en las empresas son lazos sociales, vínculos de conocimiento, historias de afecto y aprendizaje, pero también tensiones en estructuras de poder, tendencias en entramados y relatos de ambición e interés con los beneficios y especies de capitales (económicos, sociales, simbólicos, culturales, tecnológicos) que se dan en las organizaciones. El conflicto es una expresión de esa tensión en las familias, que está a punto de fracturar el tejido social que permite la constitución de las organizaciones. La ambición extrema puede llevar al conflicto en las microempresas familiares y puede ser causal de destrucción organizacional.

---

## LIMITACIONES

En cuanto a las limitaciones del estudio, siguen existiendo dimensiones más ocultas (del iceberg) en las cuestiones culturales y sociales. Se trata precisamente del *ethos* cultural que no se puede acceder (ver) de manera inmediata a los sistemas simbólicos de las representaciones productivas de los agentes participantes<sup>3</sup> (por ejemplo, entre campesinos tradicionales e industriales peri-urbanos; entre distintas formas de percepción de la lógica de otros modos de producción; entre “lógicas tradicionales” de ciertas identidades culturales incorporadas, subordinadas o subsumidas en el sistema mundial a esquemas colonizantes o en otro momento de “economía de mercado”). Por ello, consideramos que el tratamiento analítico debe ser más meticuloso.<sup>4</sup>

En el mismo sentido, hay una dimensión simbólica que en las relaciones sociales tampoco es tan evidente, nos referimos a los niveles de interpretación más analítica o profunda. Por ejemplo, algunas interpretaciones que puede hacer el psicoanálisis lacaniano, o con mayor profundidad el entramado ideológico y, sobre todo, de posibilidades de acción colectiva en coyuntura.

Otra de las limitantes es que no llegamos a identificar y ubicar las lógicas de los capitales sociales en las estructuras sociales, pues se requiere un análisis más contextual de redes, circuitos y clases sociales. Se dice que México es un país “capitalista de amigos” y efectivamente las élites económicas arman redes y acuerdos que protegen sus intereses a nivel nacional y local. Sin embargo, no formulamos la variante de poder y estructuras en las redes; suponemos que éstas pueden develar cómo se dan estos casos a diferencia de otros, donde la solidaridad y la colaboración en las clases subalternas son importantes. Se esbozaron casos para analizar y debatir las lógicas del capital social, pero requieren de un análisis más profundo.

---

<sup>3</sup> Martínez (2007: 35-38) explica de manera muy clara cuando Bourdieu aborda dos formas distintas y contrastantes de percibir los sistemas productivos en Argelia, entre los argelinos “tradicionales” (campesinos oriundos) y las medidas que impuso la colonia, ya que son diferentes en cuanto a sentido, espacio y tiempo, las formas culturales productivas oriundas (sistemas de apoyo, de solidaridades y reconocimiento) a la del capitalismo (en cuanto a eficiencia y rentabilidad). La interpretación no se limita a esas diferencias, llega a la reinterpretación de los argelinos colonizados y a las prácticas refuncionalizadas (aún distantes y “disfuncionales en los comportamientos” de acuerdo a sus sistemas simbólicos: *ethos*).

<sup>4</sup> En la misma reflexión se presentan los estudios multiculturales asimétricos en la organización donde el conflicto es la parte más “visible”, pero el choque y resultado de las interpretaciones del *ethos* pocas veces se tocan.



**TABLA 1.** Giro de las empresas y tipo de organización familiar, único dueño, varios socios o institución pública.

Giro	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	N/C	Total
Panadería y pastelería	70	18	1	0	89
Alimentos	23	8	6	2	39
Tortillería	29	9	1	0	39
Elaboración y venta de cajeta y dulces tradicionales	29	4	0	0	33
Fabricación y reparación de muebles	13	9	0	0	22
Textiles	12	8	1	0	21
Fabricación y venta de Artesanías	16	2	0	0	18
Herrería	8	9	0	0	17
Fabricación y venta de nieves y paletas	12	4	1	0	17
Industrial mecánica (metales)	6	6	3	0	15
Materiales para construcción	9	1	1	0	11
Carpintería	5	4	1	0	10
Productos lácteos	8	1	0	1	10
Industria química	2	2	2	0	6
Fabricación de empaques de cartón y sus derivados	5	0	0	0	5
Abarrotes	3	2	0	0	5
Fabricación y diseño de muebles metálicos	3	1	1	0	5
Metalmecánico (automotriz)	0	2	3	0	5
Torno y soldadura	3	2	0	0	5
Reparación de bombas para pozo profundo	4	0	0	0	4

(continúa)

(continuación)

Giro	Empresa de relación familiar	Empresa de dueño único	Empresa de varios socios	N/C	Total
Fabricación, reparación y venta de zapatos	4	0	0	0	4
Imprenta	3	1	0	0	4
Servicios	0	1	1	1	3
Elaboración y comercialización de cristal y vidrio	2	1	0	0	3
Purificadora y venta de agua para consumo	1	0	0	1	2
Compra-venta de carne (carnicería)	2	0	0	0	2
Mercería	2	0	0	0	2
Fabricación, venta, alquiler y reparación de lonas	2	0	0	0	2
Cancelería	1	0	1	0	2
Fabricante de persianas y cortinas	1	0	0	0	1
Sacos plásticos	0	0	0	1	1
Compra-venta de semillas y granos	1	0	0	0	1
Carbonería	0	1	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	1	0	1
Fabricación y venta de hielo	0	1	0	0	1
Reparación y producción de gatos hidráulicos	1	0	0	0	1
Elaboración de prótesis	0	1	0	0	1
Compra-venta de materiales reciclados	0	1	0	0	1
Talabartería	0	1	0	0	1
Venta de pasto	1	0	0	0	1
Papelería	1	0	0	0	1
Sistemas de riego	1	0	0	0	1
Renta de equipo de cómputo e internet	0	1	0	0	1
Tienda departamental	0	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>286</b>	<b>102</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>420</b>

Fuente: Elaboración de los autores.

- Alba Carlos, Bizberg y Helene Ilán Riviere** (comps.) (1998), *Las regiones ante la globalización*, México: Cemca/Ostrom/El Colegio de México.
- Achbar Mark, Jennifer Abbott y Joel Bakan** (2006) (documental), *La corporación*, México: Distrimax.
- Arce, Carlos, Enrique Cabrero y Alicia Ziccardi** (coordinadores) (2005), *Ciudades del siglo XXI: ¿competitividad o cooperación?*, México: Miguel Ángel Porrúa/Cide//Cámara de Diputados LIX Legislatura.
- Alonso Luis, Enrique** (1999), *Trabajo y ciudadanía (estudios sobre la crisis de la sociedad salarial)*, España: Editorial Trotta.
- Barfield, Thomas** (editor) (2000), *Diccionario de antropología*, México: Siglo XXI.
- Bannock, Graham, R. E. Baxter y Ray Rees** (1990), *Diccionario de economía*, 2a ed., México: Trillas.
- Baurmann, Michael** (1998), *El mercado de la virtud. Moral y responsabilidad social en la sociedad liberal*, España: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre** (2001), *Las estructuras sociales de la economía*, Argentina: Manantial.
- \_\_\_\_\_ (1986), *El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos*, 9a ed., México: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_ (1980), "El capital social. Notas provisionales", en *Actas de investigaciones en ciencias sociales*, vol. 31, Francia Centro de Sociología Europeo.
- Boltvinik, Julio**, "Economía moral", *La Jornada*, México.
- Brunet, Ignasi y Antonio Morell** (1998), *Clases, educación y trabajo*, España: Trotta.
- Castells, Manuel** (1997), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, vol. 1, México: Siglo XXI, vol. i.
- Cohendet, P.** (2003), "Innovation et théorie de la firme", en P. Mustar y H. Penan, *Encyclopédie de l'innovation*, Francia: Économica, pp. 383-403.
- Contreras, Ricardo** (2007), "Plataforma para la planeación estratégica hacia las sociedades de conocimiento. Estrategia para las empresas regionales". Disponible en Internet desde: <http://www.eumed.net/tecscat/index.htm>
- \_\_\_\_\_ (coordinador) (2007), *Informe de Necesidades Sociales en Guanajuato*. Disponible en Internet desde: <http://www.eumed.net/libros/2007a/246/index.htm>
- \_\_\_\_\_ (coordinador) (2007), "Esbozo de la crisis de eficiencia y la emergencia de otros modelos de gestión", *Gaceta Ideas de Concyteg*, núm. 23, México: Disponible en Internet desde: [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)
- \_\_\_\_\_ (2001), *Pre-tensión de ciencia (censurada desde la razón instrumental). Reflexión crítica sobre los obstáculos epistemológicos en las denominadas "ciencias administrativas"*, México: Universidad de Guanajuato.
- \_\_\_\_\_ y Alejandra López (2009), *Diagnóstico de las necesidades de las empresas manufactureras en Celaya*, España: Universidad de Málaga. Disponible en Internet desde: [www.eumed.net/libros/2009a/493/](http://www.eumed.net/libros/2009a/493/)
- \_\_\_\_\_ y Alejandra López (2008), "Exploración sobre el capital cultural (escolar) del microempresario en México y algunas reflexiones sobre su importancia en la competitividad", *Memorias del Tercer Congreso Estatal, Segundo Nacional y Tercero Internacional de Sistemas de Innovación para la Competitividad 2008*.
- \_\_\_\_\_ y Rafael Regalado (2008), *Potencialidades y problemas en empresas de participación familiar en las Mipymes (estudio local en Celaya, Guanajuato)*, Disponible en Internet desde: [www.eumed.net/libros/2008c/437/](http://www.eumed.net/libros/2008c/437/)
- Durston, John y Eduardo López** (2006), "Capital social y gestión participativa en la cuenca de Pátzcuaro", *Revista de la Cepal*, núm. 90, México: Artículo encontrado en Internet.
- Dyer, J. H. y H. Singh, H.** (1998), "The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive", en *Academy of Management Review*, núm. 23, 4, Estados Unidos, pp. 660-679.

- \_\_\_\_\_ (1996) "Specialized supplier networks as a source of competitive advantage: Evidence from the Auto Industry", en *Strategic Management Journal*, 17 (4), Estados Unidos, pp. 271-292.
- De la Garza, Enrique** (compilador) (1999), *Los retos teóricos de los estudios de trabajo hacia el siglo XXI*, México: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales/Universidad Autónoma de Aguascalientes/Agencia Sueca de Desarrollo Internacional.
- Geertz, Clifford** (1973), *La interpretación de las culturas*, España: Gedisa.
- Giménez, Gilberto** (2005), *La teoría y el análisis de la cultura*, México: Conaculta/lc@cult.
- \_\_\_\_\_ (2004), "La cultura popular: problemática y líneas de investigación", en *Revista Diálogos en la Acción*, México.
- Godelier, Mauricio** (1979), *Racionalidad e irracionalidad en economía*, México: Siglo XXI.
- Jiménez, Isabel** (coordinadora) (2005), *Ensayos sobre Pierre Bourdieu y su obra*, México: UNAM-Plaza y Valdez.
- INEGI** (2006), *Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los Establecimientos*, México.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Resumen General. Censos Económicos 2004*, México.
- \_\_\_\_\_ (2005), *Sistema Automatizado de Información Censal 5.0, Censo económico de México 2004*, México.
- \_\_\_\_\_ (2004), *Anuario Estadístico de Guanajuato, tomo II*, México.
- \_\_\_\_\_ (2003), *Encuesta Nacional de Micronegocios. Enamin 2002*, México.
- \_\_\_\_\_ (1999), *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte* (1997), México.
- Hillmann, K. H.** (2001), *Diccionario enciclopédico de sociología*, España: Herder.
- Johannisson, B.** (2000), "Networking and entrepreneurial growth", en Sexton D. et Lanström H. (dir.), *Handbook of entrepreneurship*, Inglaterra: Blackwell, pp. 215-236.
- Julien, P. A.** (2006), *Emprendimiento regional y economía del conocimiento; una metáfora de las novelas policíacas*, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- \_\_\_\_\_ (2003), *Las Pyme: balance y perspectivas, el estado del arte de las Pyme en el mundo*, Colombia: Universidad Icesi.
- \_\_\_\_\_ (2001), "Les PME à forte croissance et la métaphore du jazz. Comment gérer l'improvisation de façon cohérente", en *Revue Internationale PME*, 2001, 14, pp. 3-4, 129-161.
- \_\_\_\_\_, **R. Lachance, R. y M. Morin** (2004), "Réseaux Personnels, d'affaires et informationnels, signaux forts et faibles et innovation", en *La Revue Du Management Technologique*, Numéro spécial, Francia, pp. 7-43.
- Kliksberg, Bernardo** (2000), *Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo*, BID/Departamento de Integración y Programas Regionales. Instituto para la Integración de América Latina.
- \_\_\_\_\_ y **Luciano Tomassini** (compiladores) (2000), *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, Argentina BID/Fundación Felipe Herrera/Universidad de Maryland/Fondo de Cultura Económica.
- Marchesnay, M.** (1993), *Management stratégique*, Francia: Eyrolles.
- Martínez, Ana Teresa** (2007), *Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica*, Argentina: Manantial.
- Molina, Rubén** (2009), *El fuerte crecimiento de la Pyme manufacturera desde la perspectiva de las competencias esenciales*, tesis no publicada que opta por el grado de Doctorado Interinstitucional en Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, generación 2004-2007.
- O'Sullivan, Tim et al.** (1995), *Conceptos claves en comunicación y estudios culturales*, Argentina: Amorrortu.
- Payne, Michael** (compilador) (2002), *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*, Argentina: Paidós.
- Plattner, Stuart** (1991), *Antropología económica*, México: Patria/Conaculta.
- Regalado, Rafael** (coordinador) (2007), *Las Mipymes en Latinoamérica*, Organización Latinoamericana de Administración/Universidad de Guanajuato, Facultad de Ciencias Administrativas/Red Latinoamericana de Investigadores en Administración.
- Rosales, Torres y Ricardo Contreras** (2008), *En torno a las universidades emprendedoras: educación, vinculación, desarrollo y reformulaciones*. Disponible en Internet desde: [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*, trad. Adela Despujol Ruiz-Jiménez y Heriberto Cairo Carou, España: Trama.
- Wallerstein, Innmanuel** (2006), *Análisis de sistemas-mundo. Una introducción*, México: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_ (1998), *Impensar las ciencias sociales*, México: Siglo XXI/UNAM.
- \_\_\_\_\_ (coordinador) (1997), *Abrir las ciencias sociales*, México: Siglo XXI/UNAM.

Visítenos en:  
[www.pearsoneducacion.net](http://www.pearsoneducacion.net)

ISBN 978-607-32-0833-8



9 786073 208338