

XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

LA ASOCIATIVIDAD: DINAMICA COLECTIVA DE NEGOCIOS PEQUEÑOS, EN MEDIO DE LA COMPETENCIA NEOLIBERAL.

LUIS GUILLERMO LOPEZ R.

Cita:

LUIS GUILLERMO LOPEZ R. (2015). *LA ASOCIATIVIDAD: DINAMICA COLECTIVA DE NEGOCIOS PEQUEÑOS, EN MEDIO DE LA COMPETENCIA NEOLIBERAL. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/539>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Ponencia. MESA 42. XI JORNADAS DE SOCIOLOGIA

LUIS GUILLERMO LÓPEZ R.

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE BOGOTÁ-COLOMBIA

FACULTAD DE SOCIOLOGÍA.

LA ASOCIATIVIDAD: DINAMICA COLECTIVA DE PEQUEÑOS NEGOCIOS, EN EL MARCO DE LA COMPETENCIA NEOLIBERAL.

La asociatividad para el trabajo se establece a partir de sujetos trabajadores con explotaciones económicas gerencialmente independientes, relativa autonomía financiera y articulados a un proyecto empresarial construido colectivamente.

La construcción colectiva es un reto en los marcos del capitalismo, pues la ideología individualista, la proclama constante del empresario exitoso, proactivo y competitivo hacen de los sujetos empresariales una especie de personalidades aparte del mundo laboral. Lo anterior, sumado a la discriminación laboral y social sobre micro-empresas hace a otros extraños y contradictorios en una comunidad productiva.

La construcción de confianza y la acción colectiva, dos presupuestos de la asociatividad de las MIPYMES, micros, pequeñas y medianas empresas, se deteriora con el espíritu individualista, discriminante y competitivo, impidiendo proyectos conjuntos innovadores, únicos que pueden permitir el crecimiento humano, técnico, dialogante con la naturaleza, sin afanes depredadores desmedidos de la misma, de forma que la unión de esas economías independientes constituya la fuerza cambiante, vigilante y de sobrevivencia colectiva: un cardumen empresarial; resiliente, innovador, crítico y proponente, con movimientos innovadores rápidos, pero sin desarticularse como colectividad. Ejemplos aproximativos en Bogotá-Colombia: la joyería y la las redes informales de arreglo de autos en Bogotá.

Asociatividad, trabajadores, discriminación laboral, dialogante, innovador.

Durante el proceso de construcción del mundo de la vida laboral emergen diversos sujetos en espacios diferenciados articulados a través de sinnúmeros de relaciones sociales y de negocios, con explotaciones económicas de diversos tamaños en transacciones permanentes en las cuales se venden y compran servicios y bienes de formas muy diversas en pro de beneficios particulares en todos los casos, con la amenaza constante de profundas transformaciones de su hábitat urbano en función

de los más de 50 proyectos de renovación urbana que ya hay y se extienden por la ciudad.

En una primera instancia en esta investigación se aborda el contexto histórico social y económico que brindan las particularidades de sectores de la ciudad de Bogotá-Colombia y en este transcurrir la inserción del modelo neoliberal con sus secuelas para el ejercicio de los pequeños negocios. 2. Seguidamente se analizan los sujetos y sus negocios en un proceso de observación participativa, con referencias de casos, en el sector de la joyería y su proyección hacia los intentos de asociatividad en conflicto con las asociaciones ya establecidas de grandes negocios. 3. Se presentan las particulares problemáticas de los sujetos trabajadores y sus talleres de mecánicos, latoneros, pintores, soldadores, tapiceros, etc., que hace más de treinta años mantienen sus negocios. Sus crisis, sus conflictos políticos y las razones por las cuales se mantienen en redes de amistad, pero no van más allá en un proceso asociativo. 4, Finalmente un análisis sobre la problemática de la asociatividad de los pequeños negocios en medio de un acelerado proyecto de renovación y desarrollo urbano que es la apropiación del territorio con fines de construir viviendas para negocios, ventas de apartamentos, despojando de sus lugares la actividad laboral.

Las capitales siempre fueron y serán el centro administrativo, pero además el centro de los negocios y por ello son espacios de diversidad cultural, étnica y política; la gente acude en función de posibilidades de inversión, de compra-venta; por lo regular, en las ciudades así como se aglomera la gente se aglomeran las oportunidades de negocios.

Bogotá también generó esas posibilidades, desde antes de la constitución del 91 ya se integraban en las localidades diferentes tipos de actividades. En la actualidad y desde el 91 la ciudad tiene 20 localidades. Las localidades son administradas por alcaldías menores elegidas democráticamente, coordinadas por la alcaldía Mayor de la Ciudad, igualmente elegido por voto popular.

En cada localidad existen sinnúmero de barrios y de pequeños negocios que son parte del tejido social, cultural y político de ese territorio, las localidades constituyen

territorios urbanos con características muy particulares que crean las relaciones sociales asociativas con sentidos de dominación-subordinación, representaciones colectivas, tendencias emancipatorias y conflictos.

Con base en los anteriores categorías las veinte localidades de Bogotá son significativas para quien llega a la ciudad por la diversidad cultural de espacios y ofertas de bienes y servicios. Para citar algunos casos, la localidad de Los Mártires es un caso para analizar. En esta localidad, parte del Centro Histórico de la Ciudad, en la cual se encuentra el obelisco donde fusilaron próceres de la Independencia como Policarpa Salavarrieta y otros, es considerada en la actualidad un territorio marginal controlado por pequeños negocios de talleres y repuestos para automotores en un lugar llamado “la playa”, barrio la Estanzuela.

En la Estanzuela los negocios callejeros de reparación de automotores se articulan con los vendedores de repuestos, comidas rápidas, desayunos y almuerzos. Los repuestos son de todo tipo, nuevos y usados, importados y nacionales, cada quien sabe qué hacer y cómo relacionarse con los demás para hacer efectivo su negocio, la aglomeración de bienes y servicios en función solo del sector automotriz los hace efectivos, son redes informales de sobrevivencia con códigos y representaciones colectivas muy claras como lealtad, apoyo y comisión en dinero o en invitaciones a tomar cerveza o almorzar, dependiendo el tipo de apoyo y la oportunidad con el cual el mismo fue prestado.

Al lado de la Estanzuela en la misma localidad de Los Mártires existe un lugar llamado la calle del Broonks. Son varias manzanas en las cuales existe la economía subterránea de venta de drogas y estupefacientes de todo tipo. Este sitio fue intervenido por la fuerza pública durante la actual administración del alcalde Gustavo Petro, pero, aunque la acción parecía ser contundente, el corazón de los negocios ilícitos y de la economía subterránea continúa existiendo.

Muy cerca de la Estanzuela, ya en lo que se llama la Plaza de los Mártires existe el Batallón Presidencial y el templo católico llamado la Iglesia de Los Mártires. Lo anterior, conforma un modelo clásico de economías marginales en las cuales se articulan redes de subsistencia informales, con redes de economía subterránea y

entidades institucionales estamentales como ejército e Iglesia Católica formando parte de este Centro Histórico. Un espacio en el cual el imaginario urbano le dice a un ciudadano desprevenido que puede ser objeto de diversas agresiones, sino sabe relacionarse con los actores de este tipo de lugares.

Entre los diversos actores de la Estanzuela como de otros lugares se pueden dominantes- subordinados en función de la influencia que por la antigüedad o distribución de bienes o servicios algunos pueden tener sobre otros. De forma especial los grupos de comerciantes de repuestos dueños de cafeterías o restaurantes adquieren en el conjunto mayor influencia con sus decisiones sobre los demás actores, que en cierta forma se subordinan a ellos.

De igual forma, el sentimiento de independencia en cada actor está presente; ninguno permite una subordinación absoluta, ni permiten una invasión de su lugar de trabajo o sitio de permanencia, pues lo consideran en sí misma una agresión o un conflicto en un grado agudo, del cual pueden quedar consecuencias y deseos posteriores de venganza. Los conflictos son tan agresivos en algunos casos que uno o ambos contrincantes pueden resultar herido o lesionado.

En contraste con la anterior, otras localidades tienen, de forma predominante otras representaciones colectivas en el imaginario social del ciudadano bogotano. Es el caso de la Localidad de Usaquén. Esta localidad tiene barrios exclusivos como Santa Ana Oriental y el sector de Santa Bárbara donde se asentaron grupos económicamente solventes y poderosos, al igual habitantes pertenecientes a estamentos militares de altas graduaciones que construyeron o tomaron viviendas en este sector.

Este sector de Usaquén tiene entre otros lugares el Centro Comercial Santa Bárbara y el centro Internacional en el cual están ubicadas varias embajadas, edificios de empresas, casa principales de bancos nacionales y extranjeros. Ahora, es interesante observar como en pleno parque de Usaquén sus alrededores se llenan de espacios de donde concentran artesanos en lugares definidos y publicitados para la venta. Todos se asocian para mantener un espacio de ventas de los más diversos

objetos suntuarios y culturales que se ofrecen cada ocho días. Uno de esos lugares se llama “Toldos de San Pelayo”.

Los Toldos de San Pelayo son un lugar de ventas callejeras y artesanales, empezaron siendo un “mercado de las pulgas”, en el cual cada quien vendía aquello que tenía guardado en los sótanos o buhardillas y que ya no quiere usar ni conservar. La administración local generaba un permiso y los actores comerciales se encontraban para el intercambio. Por lo general los acuerdos entre los artesanos hacen que los sitios se conserven durante varios años como un espacio de mercado irregular mediante la administración asociativa para garantizar el mismo espacio y el mismo lugar a los más diversos vendedores de cosas muy diferentes entre sí; creando toda una informalidad organizada y administrativamente permitida como parte de las representaciones colectivas en la localidad.

Pero, Usaquén y el lugar de los Toldos de San Pelayo, constituye un espacio de aglomeración de negocios, asociados por la defensa del mismo espacio y lugar, que atrae por lo folclórico y enriquecido culturalmente, con riesgos mínimos, casi nulos, para todos los visitantes que buscan oportunidades de negocios o simples compras pasajeras y por gustos de una masa de compradores, por lo general, todos con deseos de disfrutar el paso de varias cuadras alrededor del Parque de Usaquén.

Así, en sus más diversas localidades con formas de asociatividad particulares que componen las más diferentes representaciones colectivas, formas de conflictos, dominación-subordinación entre los diversos actores, Bogotá es una ciudad entretejida en esa mezcla entre los lugares residenciales, parques industriales, espacios recreativos y Centros Históricos en los cuales se mezclan el comercio con la residencia y los museos o casas de valor patrimonial histórico y en algunas grandes Centros Comerciales en los cuales los productos chinos y extranjeros compiten con los nacionales por satisfacer a precios variados las posibilidades del consumo. Todo se puede vender y comprar. Hay compradores y ofertas de todo tipo, dejar hacer y dejar pasar resurge como el lema de neo-liberalismo en el cual la identidad y la racionalidad dependen de la forma como se consume y de qué se consume. (Canclini, 1998)

Las redes de negocios informales asociativas de la joyería y afines en el Centro Histórico de la Candelaria.

La Candelaria es la localidad histórica de Bogotá; en esta se conjugan las más diversas actividades. Hay por sus alrededores y calles, algunas empedradas, casonas con vestigios de los tiempos coloniales, las chicherías (sitios donde vendía chicha), hasta hoteles reconocidos para albergar turistas. Tiene además, cerca de diez universidades, varias salas de teatro, sinnúmero de parqueaderos, una gran biblioteca nacional, muchas casas de instintos poetas y escritores, varios museos, es el lugar que resume la esencia de los bogotanos y lo nacional.

Entre las varias calles de la Candelaria se encuentra la Calle de los Plateros, también denominada carrera 6°. Como su nombre lo dice esta calle se encargaba de trabajar la plata y hacer con ella vajillas, cubiertos y otros utensilios desde la época de la colonia española, cuando los virreyes gobernaban, estamos hablando de los siglos XVII y XVIII.

A esta calle y otras que posteriormente se fueron anexando grupos de joyeros que se especializaron no solo en plata, sino también en oro y posteriormente en esmeraldas. Pues, el oro también llegó a Santafé de Bogotá para ser marcado, pesado y enviado al rey de España, era el aporte del virreinato a la corona.

Las esmeraldas llegaron después cuando un banco La Caja de Crédito Agrario se instaló en los límites de la Candelaria sobre la calle 13 y prestaba a los vendedores de esmeraldas un servicio de cajuelas de seguridad para guardar las piedras preciosas que vendían en la calle o que se iban a incrustar en las joyas que se hacían en los talleres de la Candelaria.

De esta forma se fueron formando varias redes con el mismo propósito: ir creando de forma poco planificada una cadena de producción de la joyería, que también negociaba partes de estas como oro y esmeraldas. Por lo tanto, terminaron por configurarse varios núcleos de redes con autonomías y conexiones entre sí: Por un lado el núcleo de la red de plateros y orfebres con raíces coloniales, por otro lado un red de “comisionistas” o vendedores de esmeraldas que inicialmente se ubicaba

sobre la carrera séptima con calle 13, pero que posteriormente abrieron locales y se mezclaron con los joyeros en La Candelaria. Un tercer núcleo de redes se conformó como parte de la cadena de producción de joyas: los vendedores de herramientas e insumos diferentes al oro y la plata, para la joyería.

Según investigaciones realizadas por López y Lombana (2003), la actividad de las redes informales de negocios en el caso de la joyería opera con una serie de actividades básicas que van desde la elaboración de las “ligas” o aleaciones, ensamble, engaste y tratamiento final de la joya.

Muy pocos son los joyeros integrales López y Lombana (2003) que hacen todo el proceso, muchos de los talleres de joyería establecen lazos con otros para engastar o colocar la piedra preciosa en la joya o para rodinar, si la joya lo necesita o para hacer aleaciones especiales. La especialización en alguno de estos oficios les permite a los joyeros ser reconocidos en la red y ser prestigiosos en algunos casos.

La característica más importante de las redes de negocios informales de joyeros en La Candelaria es que muchos de ellos están atados a la tradición histórica de la localidad y aunque mantienen un conflicto permanente con los dueños de las grandes joyerías colombianas, no dependen de ellos y algunos se han organizado en núcleos más cerrados que les permite crear espacios de mayor seguridad para sus negocios.

Cuando la red se ha tratado de organizar para tratar de llegar a las fuentes de oro y asegurar materia prima en la minas de donde se produce el conflicto con los comerciantes de FENALCO, la Federación Nacional de Comerciantes, pues algunos comerciantes controlan la circulación de oro y plata desde la minería antioqueña o desde otros lugares del país en donde se produce oro.

Ahora, cuando el territorio de los joyeros se ve amenazado ellos se movilizan, pero no lo hacen por otras reivindicaciones; además, hay entre ellos pugnas por el liderazgo al interior de la red y algunos han logrado vínculos con las universidades de la Localidad y hecho proyectos conjuntos; otros tiene más vínculos con políticos y participaron en discusiones del código nacional minero. Las tensiones entre

líderes fragmentan políticamente la acción de la red en la lucha por sus reivindicaciones. Las redes informales de negocios tienen una dinámica conflictiva, efímera en la composición de sus miembros y en algún grado fragmentada, en el posterior análisis se amplía este aspecto.

Las redes de negocios de los talleres de reparación de vehículos de “BARRIOS UNIDOS”, una red sin tradición colonial.

Las redes de negocios de autos en la localidad “Barrios Unidos” Bogotá, se inició hacia los años 80s. Los antiguos pobladores se fueron y otros se murieron, el lugar fue ocupado por dueños de talleres que en alquiler o por compra de las viviendas instalaron luego sus negocios de arreglo de carros.

Los tamaños de los negocios diferentes, con diversas ofertas de servicio, constituyeron manzanas completas, al punto que en una manzana, cuatro cuadras formando un cuadrado, se pueden encontrar en algunos casos veinte talleres de diversas especialidades. Las manzanas de los barrios y sus antiguos límites se fundieron y ya muy pocos saben de la existencia los mismos, la localidad Barrios Unidos, es ahora la entidad con autoridad, alcaldía y controladora del espacio público.

En territorio de la localidad los talleres se mezclan con residencias, ventas de comida preparada y cantidad de sitios para la venta de repuestos de autos, actividades colaterales como tapicería, lujos para los mismos, limpieza, etc.

Entre algunos de los propietarios de talleres se establecen apoyos e intercambios de servicios a los clientes. Cuando un mecánico necesita un electricista o un latonero o un soldador sabe exactamente a quién acudir y por qué razones y allí envían al cliente. La aglomeración de ofertas de servicio permite que un cliente pueda encontrar las más diversas ofertas de soluciones para su vehículo en el mismo espacio y en diversos lugares.

Por otro lado, entre los más allegados las herramientas y aparatos se prestan para trabajar cuando se necesitan, tanto como mano de obra o una revisión y concepto o consejo de cómo operar cuando alguno no sabe cómo hacer para solucionar un

problema técnico. Ahora, aquí en la definición de asuntos técnicos es de anotar que si bien hay alguna actividad manufacturera en un 95% es prestación de servicios de arreglo de automotores y los repuestos e insumos como aceites, grasas, siliconas, etc., son producidos por empresas multinacionales o nacionales. De esta forma, los pequeños negocios no son otra cosa que puntos de venta y servicios de productos nacionales o internacionales articulados a través de marcas, algunos pequeños incentivos y posibilidades de mantener trabajos informales

Al interior de la red los dueños de talleres se diferencian porque algunos no son informales, facturan y tienen grandes talleres con todos los elementos necesarios. Estas asimetrías generan diversos prestigios en la estructura de la red, contribuyendo a las tensiones y fragmentación de la misma. Pues aquellos que poseen lazos con factores de poder externos, como políticos y alcaldías locales con los cuales hacen acuerdos políticos para recaudo de votos, logran el apoyo para mantener la aglomeración de talleres, aún por infringiendo normas de uso del espacio público, de esta forma la asociatividad pareciese dictar sus propias normas para mantener el espacio de trabajo y los negocios, pero a la hora de la verdad es la influencia de unos pocos que por su peso específico en la red pueden nuclear al resto, nuevamente en torno a la defensa del territorio y su finalidad.

Ahora, contra esta red de talleres de reparación de autos, al igual la red del Barrio La Estanzuela antes reseñada, pesa el estigma social, pues los dueños de grandes negocios de autopartes, aunque pueden surtir en parte la dinámica de estos mercados a trayendo y vendiéndoles partes importadas, los ven como espacios en los cuales la actividad ilegal se mezcla con la ilegalidad y el delito en algún grado. De esa forma, los grandes comerciantes y aseguradoras manejan una doble moral con las redes de arreglo de carros, pues, de un lado los condenan y de otro los convierten en sus socios. Las aseguradoras les venden carros estrellados o dados por pérdida total que los talleres reconstruyen o de los cuales extraen algunos repuestos, por ejemplo.

Aspectos analíticos teóricos con base en los casos estudiados y el conflicto urbano.

Con base en los casos presentados y teniendo en cuenta que todos son pequeños negocios en red que compiten dentro de un entorno económico neoliberal, lo interesante, es observar cómo los grandes negocios de empresas transnacionales y nacionales contribuyen a la creación de estos espacios informales en su mayoría y de servicios en gran parte, aquí no hay propiamente actividad manufacturera, para expandir la venta de sus productos.

Es decir, los servicios prestados por los talleres de autos específicamente no funcionarían sin la presencia de las marcas y productos de las empresas nacionales y transnacionales que nutren con sus productos la actividad de estas microempresas y pequeños negocios. Marcas como DTK, Mobil, Goodyear, Simoniz, baterías MAC, etc., están relacionadas con la actividad de estos talleres, sin ellas no podrían prestar el servicio.

En la globalización los negocios grandes y pequeños se relacionan, los unos crecer con sus ventas en claro oscuro de la informalidad e ilegalidad y los otros para sobrevivir, de esa manera la asociatividad para la defensa del territorio institucionaliza el uso de marcas y un negocio donde todo vale en términos de consecución de un producto o un repuesto. Algunas partes usadas se remanufacturan, y se hacen servir nuevamente.

De igual forma en las redes de joyería la gran empresa proveedora de oro es el Banco de la República de Colombia, pero igual se consigue oro italiano de contrabando, piedras semipreciosas o zirconios comprados de contrabando, diamantes que ingresan sin certificados y una variedad de productos químicos y herramientas que no son fabricadas en el país.

Así, los mercados y espacios informales se nutren del contrabando, de la formalidad y de los productos y servicios de empresas transnacionales que mantienen su record de productos relacionados con este espacio y en los cuales estos se

convierten en garantías de prestación del servicio o de manufactura de un producto como es el caso de la joyería.

DISCUSIONES PROPUESTAS.

A manera de discusiones se presentan las siguientes afirmaciones con el fin de establecer puntos de partida para continuar la investigación.

De esta forma la asociatividad de los pequeños negocios, por defensa de territorio, si bien permite que estos se mantengan en el corazón de la actividad de los negocios se encuentran los productos y servicios de empresas nacionales o transnacionales, sin los cuales los mismos no serían funcionales. El mundo de la globalización al glocalizarse en un ámbito neoliberal articula lo nacional con lo internacional, lo informal con lo formal, las marcas con productos hechizos en un dantesco “cardumen” de pequeños negocios dominados tecnológicamente, que lo único que pueden hacer es subsistir precariamente.

Por otro lado:

Todos los tres núcleos de redes comparten una serie de características:

1. En su gran mayoría son redes informales de negocios, en los cuales pueden participar más de un actor en cada uno de ellos a través de una serie de lealtades establecidas entre ellos. En ese proceso de lealtades cuenta la palabra empeñada, el prestigio como tal de cada uno de los participantes en el cumplimiento de la misma o una situación de conflicto con alto riesgo de su vida incluso, en algunos casos, para los transgresores de los compromisos.
2. A la red se ingresa por referencias de otros que ya son reconocidos por una gran mayoría del núcleo de red y se mantiene por la confianza que cada nuevo actor genera en la misma.
3. La confianza en el caso de Colombia y por algunos estudios hechos en Chile, en América Latina, se fundamenta en grados de parentesco o paisanaje, en la medida en que la socialbilidad es más compleja con extraños. Sin embargo

sobre este aspecto es importante señalar toda confianza se construye sobre la familiaridad (Luhmann, 2000).

4. Las redes de negocio informales también son redes de comunicación y de acción política que convocan a acciones cuando su territorio es amenazado. Por ello proceso de renovación urbana en La Candelaria son concertados, pues estos grupos informales se mueven como un “cardumen de sardinas” a la hora de ser atacados, aunque entre ellos mismos haya diversos tipos de conflictos.
5. Las redes de negocios informales son también espacios de enseñanza-aprendizaje en los diversos oficios. Los parientes más expertos enseñan a otros parientes o paisanos o amigos como hacer una joya o manejar los negocios.
6. En el anterior sentido hay una especie de racionalidad sistémica (Habermas, 1989) que ordena las prácticas, aparentemente caóticas de las redes en un conjunto sincronizado de actividades productivas que le permiten subsistir en medio de dos tensiones: las presiones de la formalidad de los negocios y las ofertas de las economías subterráneas.

Así el mundo de las redes informales que asocia y se forma por un proyecto implícito, la defensa del territorio como mecanismo de sobrevivencia colectiva en el cual acepta una dominación tecnológica, se vale de ella y la articula a sus saberes empíricos considerando las marcas de transnacionales como parte de su trabajo y garantía del mismo.

El mundo informal asociativo se mantiene entonces con base en la estupefacción y el gusto por articularse a espacios tecnológicos de los cuales apenas conoce por partes y cuya reproducción completa tiene brechas tecnológicas muy amplias entre América Latina y el Primer Mundo para poderse reproducir y menos mejorar con el conocimiento actual en el sector manufacturero latinoamericano, brecha de conocimiento en cierta forma establecida, aceptada y promovida desde “El consenso de Washington” por las empresas transnacionales y las burguesías locales.

Referencias bibliográficas.

Habermas, Jurgen (1996) "Aspectos de la racionalidad en Acción". En: Teoría de la acción Comunicativa: complementos y estudios. Editorial REI. México

López Luis Guillermo. (2009) La asociatividad empresarial. Modelo para evaluación del potencial de la misma. Editorial EAN. Bogotá.

López, L G y Lombana R. (2003) Estudio Socio-técnico de las microempresas manufactureras de la Joyería. Localidad La Candelaria 2003. Bogotá. Colombia

López, Luis Guillermo. (2003) La Candelaria: Historia y tradiciones tecnológicas de la joyería. Bogotá Colombia.

López, Luis Guillermo. (2010) "La resistencia de las micorempresas en el ámbito de la Globalización" en: Cuadernos de Sociología. No 48. Facultad de Sociología Universidad Santo Tomás. Bogotá Colombia

Luhmann, Niklas. (2000) La confianza. Editorial Anthropos. Buenos Aires.