

El papel de la Universidad en el emprendimiento de organizaciones solidarias cooperativas

Gloria Silvana Montañez-Moya*

* Doctora en Planeación Estratégica, Máster en Ciencias de la Educación, profesora titular del Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México. Correo electrónico: gloriam@profesores.valles.udg.mx

Recibido: 1 de julio del 2016

Aprobado: 22 de enero del 2017

Cómo citar este artículo: Montañez-Moya, G.S. (2017). El papel de la Universidad en el emprendimiento de organizaciones solidarias cooperativas. *Cooperativismo & Desarrollo*, 111 (25), xx-xx.

Resumen

Propósito: el emprendimiento solidario representa una de las bases del progreso de la sociedad actual, por tanto, los objetivos de este artículo son identificar la percepción de los estudiantes universitarios sobre deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear empresa propia, las motivaciones para crear una sociedad cooperativa y conocer el papel de la Universidad en el fomento de la actividad empresarial. **Descripción:** se presenta de forma independiente los temas para sensibilizar al lector en cuanto la importancia de la educación emprendedora cooperativa. **Punto de vista:** se considera pertinente establecer una reflexión en la vida universitaria, que permita, entre otras cosas, visualizar las bondades que generan las cooperativas para el bienestar de la sociedad. **Conclusiones:** la existencia del deseo e intención de los estudiantes próximos a egresar, hacia la creación de empresa y esta, deberá tener la forma jurídica de sociedad cooperativa, con el fin de favorecer la viabilidad de la misma.

Palabras Clave: cooperativa, emprendedores, emprendimiento social, organización solidaria, Universidad.

Introducción

Hoy en día las organizaciones solidarias del mundo, contribuyen al bienestar y progreso de los países en los que operan en cuanto a la seguridad del empleo, mejoras en las condiciones de trabajo, salarios competitivos y apoyan servicios comunitarios. La crisis generalizada debido a la desigualdad social, ha puesto la mirada hacia la creación de las organizaciones solidarias como alternativa de solución, afirma Izquierdo (2009).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), es un organismo especializado de las Naciones Unidas, que considera que las organizaciones solidarias son importantes para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de las mujeres y hombres en el mundo y uno de sus objetivos, es el promover la inclusión de la enseñanza cooperativa en todos los niveles de los sistemas nacionales de educación.

La Alianza Cooperativa Internacional (ACI), organismo máximo del Movimiento Cooperativo a nivel mundial informo que cerca de mil millones de personas alrededor del mundo, están vinculadas a las cooperativas y publicó en el Monitor Cooperativo Mundial 2015, que las 300 cooperativas y mutuas más importantes se dividen en los siguientes sectores: 40% de cooperativas y mutuales aseguradoras, 32% de agricultura e industria alimentaria, 17% de comercio, 5% de banca y servicios financieros, 3% en la industria y suministros básicos, 2% de sanidad y servicios sociales, y 1% de otras cooperativas no catalogadas.

En dicho informe, se observa que el continente europeo es el que cuenta con la mayor cantidad de las organizaciones solidarias cooperativas, las cuales se ubican principalmente en España, Italia, Finlandia, Francia y Alemania. Y en el continente americano, los países con mayor experiencia en cooperativas son Estados Unidos, Colombia, Ecuador y Brasil.

Mientras tanto, en México las organizaciones solidarias cooperativas se han desarrollado lentamente, presentan limitado acceso al financiamiento, siendo uno de los obstáculos para su formación y funcionamiento. Las organizaciones del ámbito pesquero son referencia del éxito económico y con repercusión trascendental en sus comunidades

Es indudable que las organizaciones solidarias cooperativas surgen de la figura de una o más personas, que mediante sus esfuerzos, conocimientos y fuerzas creadoras constituyen el futuro de la organización. El comportamiento emprendedor, viene suscitado por diversos factores, no se pretende aquí abarcar todos aquellos elementos que, de una u otra forma, podrían condicionar la predisposición de los estudiantes hacia las organizaciones solidarias cooperativas.

Con base en la investigación adelantada, los objetivos de este artículo son: identificar la percepción de los estudiantes universitarios en torno a la deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear

una empresa propia, específicamente, las motivaciones para emprender una sociedad cooperativa así como determinar el papel de la Universidad en el fomento del emprendimiento social.

Revisión literaria

Para el desarrollo de este estudio es necesario identificar los fundamentos teóricos de las organizaciones solidarias cooperativas, el emprendimiento social y el rol de la Universidad en el fomento de la actividad emprendedora.

La organización solidaria cooperativa

En la actualidad en el sistema capitalista neoliberal, predominan las organizaciones tradicionales de capital, sin embargo el nuevo papel que se le exige a las organizaciones, va más allá de la producción de los bienes y servicios. Por ello las organizaciones, deben adaptarse a las demandas de la sociedad, la cual está cada vez más preocupada por los procesos y resultados de la actividad empresarial, debido al cuidado ambiental, el mercado competitivo, la justicia laboral, la conducta ética, entre otros.

En las últimas décadas la economía solidaria (también conocida como economía social), ha logrado gran reconocimiento al ser un movimiento que promueve el comercio justo, cooperativo y ecológico, al generar un conjunto de beneficios sociales y culturales.

Las organizaciones de economía solidaria son “organizaciones sociales conformadas por una comunidad de personas asociadas en forma libre, voluntaria y consciente para la producción de bienes, prestación de servicios y autorrealización de sus miembros” afirman Orrego y Arboleda (2006, p.102). Estas organizaciones persiguen los objetivos: social, económico y sociopolítico según Melián (2010):

El social, mediante la inserción socio laboral de colectivos en régimen de exclusión, el económico, mediante la realización de una actividad económica con niveles de eficacia y eficiencia empresarial, y el sociopolítico, mediante el desarrollo de un proyecto que contemple la inclusión social y la participación activa de todos los agentes implicados en la empresa (p. 35).

Aunado a lo anterior, las cooperativas no tienen como objetivo principal el beneficio económico, éste es un instrumento o el medio que garantiza los fines sociales que pretenden.

Las clases de organizaciones de economía solidaria son: las cooperativas, asociaciones y fundaciones que realizan actividades económicas. La forma más común de las organizaciones solidarias es la cooperativa, la cual no es empresa pública ni empresa tradicional capitalista, sino que es empresa de propiedad conjunta económicamente administrada, se diferencia claramente la organización cooperativa de otro tipo de organización capitalista, según Martínez (2009).

La ACI define la cooperativa como “una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente gestionada”. Entonces, se reconoce, el carácter voluntario y asociativo de la cooperativa, bajo la cual sustentan su cultura empresarial y se fundamenta en valores éticos, por ello la ACI señalo los principios cooperativos y son:

- Adhesión Voluntaria y Abierta.
- Gestión Democrática por parte de los Socios
- Participación Económica de los Miembros
- Autonomía e Independencia
- Educación, Capacitación e Información
- Cooperación entre Cooperativas
- Preocupación por la Comunidad

Estos principios, hacen referencia sobre la esencial de la cooperativa, la cual es formada y controlada por los asociados, quienes reflejan cooperación, colaboración y compromiso con la cooperativa y con la comunidad en la cual está inserta.

Mencionan Laville y Nyssens (2001) las características de las cooperativas entre las que se incluyen: su condición de empresa de interés general por su finalidad de servicio a la colectividad y la existencia de estructuras con múltiples roles. Los participantes asumen diferentes roles como grupo de interés, y se entiende que esta singularidad cooperativa facilitan el desarrollo en estas organizaciones de la responsabilidad social, por la capacidad de estas empresas para integrar las necesidades de los referidos grupos de interés y para establecer con ellos sólidas relaciones basadas en la participación, según Vargas y Vaca (2005), por ello la cooperativa se fundamenta bajo el enfoque de los grupos de interés y según la literatura es un modelo intrínseco a la naturaleza de éstas.

En la tabla 1 se muestran las diferencias entre la organización tradicional de capital y la organización solidaria.

Tabla 1. Diferencias entre las dos organizaciones

Organización solidaria	Organización tradicional de capital
Beneficio social con la prestación del servicio	Beneficio financiero del propietario del capital
Enfoque multidireccional de los participantes	Enfoque unidireccional de los participantes
Cooperación	Competencia
Inclusión socio laboral	Exclusión socio laboral

Colectividad	Individualidad
Igualdad	Desigualdad
Articulación social y medioambiental	Desarticulación social y medioambiental

Elaboración propia fuentes varias

Es evidente las ventajas que origina una organización solidaria, al perseguir la generación de empleo estable y de calidad, la inserción social por el trabajo y la conservación del medio ambiente, entre otros. Este tipo de organización se desarrolla en un contexto en el que la persona, el grupo y el trabajo son la principal prioridad, y el beneficio se destina a fines sociales y colectivos, o bien a la propia estructura.

En definitiva se deduce que la organización solidaria cooperativa es gestionada de un modo responsable y transparente, involucrando a los grupos de interés afectados por su actividad, de tal manera se trata de organizaciones socialmente responsables, cuya finalidad es la calidad de vida y desarrollo de las personas.

Emprendimiento tradicional versus emprendimiento social

El emprendimiento es un campo de estudio significativo afirma Toledano (2006), y el concepto implica tanto la tarea de crear una empresa, como la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

De acuerdo con Salinas y Osorio (2012) “el emprendimiento como opción de vida lo realizan personas que poseen habilidades de fácil comunicación, capacidad de liderazgo y actitud positiva para identificar ideas y oportunidades, y que analizan los factores exógenos y endógenos” (p.132). Por factores exógenos se refiere a cuestiones económicas, sociales, ambientales y políticas; y por factores endógenos se entiende, como la capacidad de disponer de recursos humanos, materiales y financieros. En esta línea, hay que destacar las aportaciones de Nueno (1996) para quien el empresario actual se identifica con el término emprendedor, definiendo a éste como aquel individuo que tiene una especial sensibilidad para detectar oportunidades de negocio y para ponerlas en marcha, aun cuando no disponga los recursos necesarios para ello.

Desarrollaron Krueger y Brazeal (1994) después de analizar algunos estudios (Shapero y Sokol, 1982; Azjen, 1991), un modelo sobre el “potencial empresarial”, de acuerdo con los autores, dentro de las percepciones personales, se encuentran el deseo percibido (grado en el que un individuo encuentra atractiva la creación de empresa) y la viabilidad percibida (grado en el que un individuo cree que es capaz de poner en marcha una empresa), que actúan sobre las actitudes y estas a su vez, influyen en la intención final de crear una nueva empresa.

Refieren Neck, Brush y Allen (2009), que el emprendimiento tradicional focaliza sus operaciones en una misión económica y buscan el impacto económico, por lo que no poseen una misión social explícita más allá de gestionar un negocio rentable.

A diferencia del emprendimiento social, el cual se sitúa en medio del emprendimiento tradicional (también llamado comercial) y del emprendimiento filantrópico, afirman Dees y Anderson (2006). Los autores señalan que es debido a que sus clientes se dividen entre aquellos que pagan precios de mercado, precios subvencionados y los que no pagarán; su capital proviene de una combinación de donativos y del mercado de capitales; su fuerza de trabajo se constituye por voluntarios y empleados con sueldos y sus proveedores cobran precios de mercado, hacen descuentos especiales o donativos en especie.

Existe un elemento común en las definiciones de emprendimiento social: el compromiso de resolver problemas sociales, con métodos empresariales, comenta De Pablo (2006), este compromiso implica generar un cambio social y mejorar la calidad de vida de las personas. Garantiza el emprendimiento social, ingresos estables mediante el aprovechamiento de habilidades y capacidades emprendedoras de la población, de acuerdo con Lucena, Hernández y Zapata (2008). Define Kliksberg (2011) tres factores para identificar al emprendedor social:

- Valores éticos: un emprendedor tiene que ser una persona, altruista, solidaria, empática, que defienda la sostenibilidad ecológica y la justicia social, que conozca sus debilidades y fortalezas, sepa transformar las amenazas en oportunidades, y de esta manera avanzar en la consecución de sus objetivos.
- Conocimiento/detección de las necesidades sociales: existen muchas necesidades en la sociedad, que los mismos ciudadanos no pueden o no cuentan con los recursos necesarios para satisfacer. Un buen emprendedor social debe tener claro qué necesidades existen, cuáles no están cubiertas y si es capaz de satisfacer alguna de ellas y cómo obtener los recursos o materiales necesarios para solucionar dicho problema.
- Comunidades de relaciones: el emprendedor social no está sólo, no emprende sólo, sino que debe aprender de forma colaborativa, transmitir el conocimiento y recibir.

En la tabla 2 se establece una comparativa entre los dos emprendimientos y permite evidenciar las ventajas del emprendimiento social.

Tabla 2. Características de los dos emprendimientos

Emprendimiento social	Emprendimiento tradicional
Busca resolver problemas sociales	Busca beneficio económico
Liderazgo democrático	Liderazgo estructurador

Considera la autoridad un privilegio de servicio	Considera la autoridad un privilegio de mando
Valores sociales	Valores personales
Vinculación emocional en la relación laboral	Desvinculación emocional en la relación laboral

Elaboración propia fuentes varias

Es importante mencionar que no sólo existen diferencias entre ambos, también existe algunas similitudes, como el riesgo de emprender que está ligado a la inversión, a la incertidumbre del mercado e incluso al fracaso de la organización.

Cabe resaltar, la importancia del emprendimiento social como impulsor del cambio social, al transformar las realidades de los problemas sociales, con una visión integral y holística para generar beneficios a la sociedad, a través de la gestión responsable, con liderazgo y compromiso ante los grupos de interés.

La Universidad en la formación emprendedora

La educación y la formación superior deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas, enfatiza la Comisión Europea (2003).

Cada vez es mayor el consenso que existe en el rol de la Universidad como formadora de emprendedores. Laukkanen (2000) considera que para las universidades, el hecho de formar emprendedores, se podría considerar la “tercera obligación”, en el mismo tenor, de acuerdo con Alvarez y Jung (2004), cuánto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las instituciones de educación, más probabilidades habrá que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y de esa forma contribuir al desarrollo de la economía.

La formación de emprendedores es fundamental para la sociedad en su conjunto, a tal punto, que no debería de enseñarse sólo en las Escuelas de Negocios sino que debería de abarcar a toda la Universidad, enfatiza Gibb (2002). En el mismo tenor menciona Izquierdo (2009), que debe ser un requisito indispensable el formar a la niñez y juventud en la ayuda mutua, en la colaboración recíproca, en la transformación de la actual economía de mercado en una economía de servicios de motivar la superación del individuo para ello se requiere de la enseñanza cooperativa.

El papel de la Universidad en el proceso de generación de nuevos emprendedores no debería limitarse a la mera formación académica sino que le correspondería ir más allá, comentan Benavides y otros (2004). Deberán dejar el paradigma tradicional de preparar empleados y no empresarios, se requiere el fomento del espíritu emprendedor. El éxito en la potenciación de la práctica emprendedora dependerá en parte, de la voluntad de emprender de los estudiantes, según Toledano (2006).

De acuerdo con Salinas y Osorio (2012) “la integración cuatripartita entre Universidad, Gobierno, Comunidad y Empresas del entorno es fundamental para construir escenarios cooperantes...y se puedan observar acciones como: Semana Mundial del Emprendimiento, Programa Empezar, Programa de Capital Semilla, Proyecto Empezar Joven, Empezar en Femenino, Empezador cooperativo, etc.” (p.134).

En cuanto al tema de las empresas solidarias cooperativas, la ACI hace hincapié en el principio de Educación, Capacitación e Información, sobre la necesidad de la enseñanza de la dinámica de las cooperativas, la cual debe dirigirse a los socios, directivos y trabajadores. En México según Fritz-Krockow (1986), la educación e investigación cooperativa es el aspecto más crítico del desarrollo cooperativismo, debido a que son limitadas y esto dificulta el fomento del emprendimiento social en dicho país.

Por lo anterior, se parte de la premisa del papel protagónico que adquiere la Universidad, y la postura que asume ya sea al fomentar o limitar las inquietudes emprendedoras. Ahora bien, si la Universidad no fomenta el espíritu empresarial, se dificulta a los estudiantes acceder al mercado laboral, y depende en gran medida de las motivaciones de emprender de los estudiantes.

Metodología

En el presente apartado, se explica la manera en cómo se desarrolla el trabajo para lograr los objetivos de la investigación.

Diseño de la investigación. El estudio es no experimental y es transeccional. Es de naturaleza exploratoria-descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), se pueden combinar ambas dimensiones.

Población y muestra. En el Centro Universitario de los Valles, de la Universidad de Guadalajara, los estudiantes que cursan la licenciatura en Administración en los tres últimos semestres, son en total 104 (sep. 2015), y se determinó encuestar a estos grupos, por ser los próximos a egresar al mercado laboral.

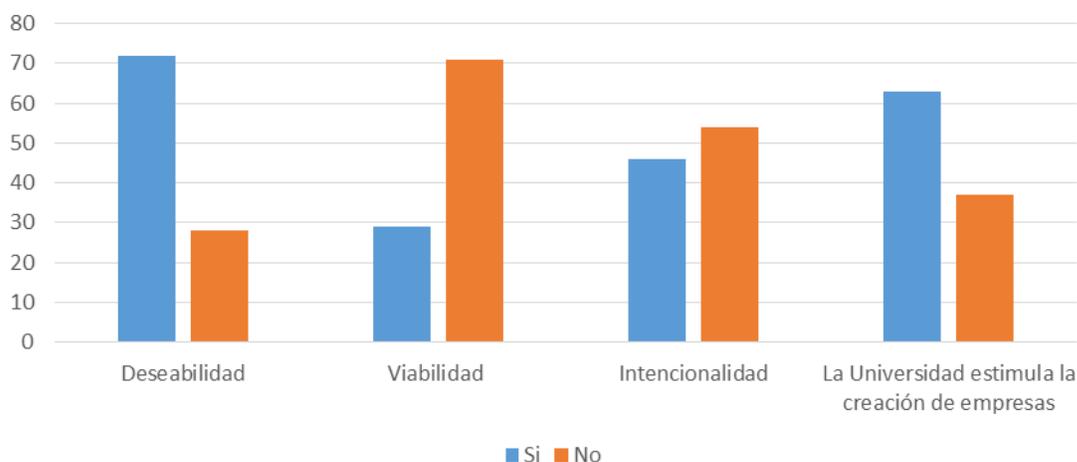
Instrumento de medición. Para obtener la información se decidió por la encuesta personal empleando un cuestionario en el que se mide la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de los encuestados de emprender una empresa, las motivaciones para crear una organización solidaria cooperativa y su percepción sobre el papel de la Universidad como estimuladora del emprendimiento.

Resultados. La caracterización de los encuestados es la siguiente: el 54% son del género femenino, el 62% no cuenta con experiencia laboral y solo el 18% tienen un familiar que es empresario. Se analizaron las respuestas de los encuestados.

Respecto a los resultados obtenidos en la encuesta, como se observa en la Gráfica 1, que la mayor puntuación es para la percepción de la deseabilidad, debido a la manifestación del deseo de convertirse en empresarios, en cambio en la percepción de la viabilidad, se evidencian valores menores, expresan los encuestados que las condiciones actuales del entorno no son favorables para la creación de una empresa propia. Se percibe que cerca del 50% de los encuestados reflejan intención de crear una empresa.

Se expone también la opinión que tuvieron los encuestados al cuestionarles si consideran que la carrera tiene mayor énfasis en educar empleados o emprendedores, expresando el 63% que la Universidad si los estimula para emprendimiento durante su trayectoria escolar y aseguran tener los conocimientos y habilidades que les permitirán crear una empresa propia.

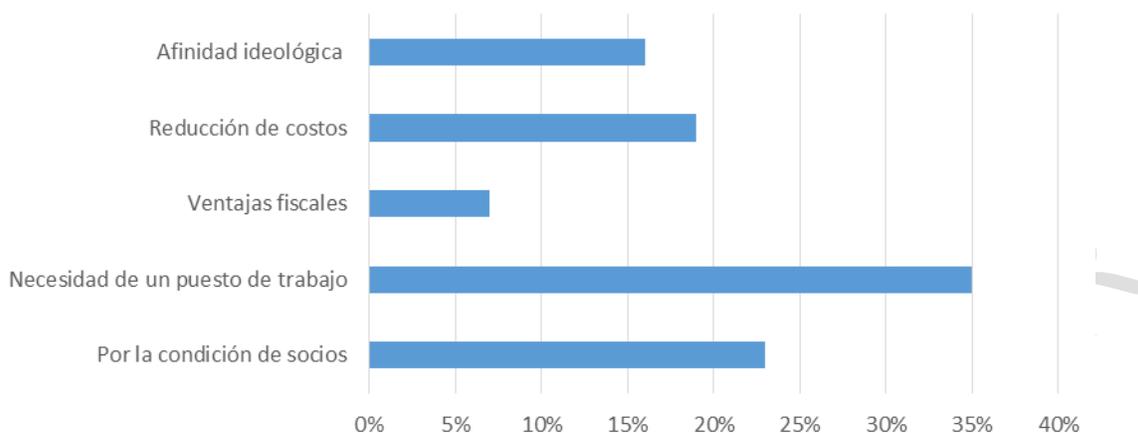
Gráfica 1. Percepciones para emprender una empresa



Nota. Basado en los estudios de Krueger y Brazeal (1994); Urbano (2003) y Toledano (2006).

Se muestra en la Gráfica 2, similitudes en los resultados de los artículos revisados, los motivos más relevantes que tienen los encuestados para seleccionar la forma jurídica de sociedad cooperativa, son la necesidad de un puesto de trabajo y por la condición de socios, aparecen con menor mención la afinidad ideológica y las ventajas fiscales.

Gráfica 2. Motivaciones para elegir la organización solidaria cooperativa



Nota. Basado en los estudios de Bretones (2005); Díaz-Foncea y Marcuello (2013)

Por lo anterior expuesto, se deduce que los estudiantes universitarios de la Región Valles de Jalisco, tienen el deseo y la intención de emprender una empresa, en cambio cuestionan la viabilidad de la misma. Aunado a esto, se valora el papel decisivo que desempeña la Universidad para estimular el emprendimiento.

No obstante, al analizar los datos de las gráficas 1 y 2, se percibe que las respuestas de los estudiantes, son sin pretenderlo contradictorias, ya que a pesar del reconocimiento del rol de la Universidad en el fomento del emprendimiento, solo una quinta parte de los estudiantes se inclinan por la organización solidaria cooperativa por su afinidad ideológica, sin embargo identifican que a través de este tipo de organización, pueden lograr una inclusión al mercado laboral.

Conclusiones

El emprendimiento solidario representa una de las bases del progreso de la sociedad actual. Los emprendedores solidarios, se han convertido en un destacado objeto de estudio para los investigadores quienes tratan de encontrar en ellas las características personales más comunes que los motivan. Aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban.

Resulta interesante destacar, la alta proporción de estudiantes que manifiestan sus deseos de emprender una empresa (72%), a diferencia del 29% cree que las condiciones en México son difíciles para la creación de empresas. Resalta que un 63% de los estudiantes está de acuerdo con el hecho que la Universidad es facilitadora en cuanto a la creación de empresas al considera haber adquirido los conocimientos suficientes. De la misma manera el 81% de los encuestados, expreso

que las asignaturas de la licenciatura en Administración, les brinda una información adecuada y precisa a sus necesidades de creación de empresas y fortalecimiento del emprendimiento, esto debido a que los trabajos finales de la mayoría de las materias fueron orientados a la creación de empresas. El 46% de los encuestados afirma que al concluir su formación universitaria tienen la intención de crear una empresa.

Todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión, pero a pesar de esto se orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como el trabajo en grandes empresas, y no están motivados hacia el autoempleo. Se ha logrado impactar positivamente la concepción del emprendedor en la Universidad y los estudiantes se ven motivados a ser parte de quienes crean empresa, uno de los objetivos de la Universidad, deberá ser el facilitar los procesos que conlleven un respaldo para quienes tienen temor de iniciar una empresa.

La universidad puede representar un papel importante al impulsar la iniciativa emprendedora social de los estudiantes, a través de las siguientes actividades:

- Inclusión del emprendimiento social en sus mallas curriculares
- Incorporación en las modalidades de titulación, el desarrollo de planes de negocios o incubadoras de organizaciones solidarias
- Capacitación docente en el área de la enseñanza emprendedora social
- Creación de estructuras de apoyo, como la orientación e infraestructura.

Resulta interesante investigar, por un lado, si la cuestión de género establece diferencia entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes, y por otro lado indagar si las Universidades que promueven el emprendimiento, están enfocadas en todos los tipos de emprendimientos o solo en el tradicional, ya que es indispensable fomentar principalmente el emprendimiento social, como una perspectiva al servicio de las personas, hacia una satisfacción más coherente con el entorno y plena de las necesidades sociales.

El sistema cooperativo en México se encuentra estancado debido a las dificultades para obtener financiamiento y a la falta de una política del gobierno, que promueva la formación y desarrollo de este tipo de organizaciones, en comparación con otros países latinoamericanos y europeos.

Por último es importante insistir en el rol de la Universidad en el emprendimiento social, al realizar investigación, análisis y promoción de las organizaciones solidarias cooperativas, de tal manera que se brinden las condiciones necesarias, dado que esta práctica transformadora, contrasta con el modelo convencional de la organización tradicional, y otorga a las personas un valor por encima del capital, al generar empleo y aumentar la calidad de vida.

Referencias

Alianza Cooperativa Internacional (1995). Declaración de identidad cooperativa. Principios cooperativos. Manchester.

Alianza Cooperativa Internacional (2015). Monitor cooperativo mundial. Antalya. www.monitor.coop

Alvarez, R.; Jung, D. (2004). Educational curricula and self-efficacy: entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico. *Frontiers of Entrepreneurship*

Benavides, M.; Sánchez, M.; Lunar, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los

Bretones, F. (2005). Dimensiones psicosociales de los emprendedores empresariales: los cooperativistas de trabajo asociado en Andalucía. Universidad de Granada, Granada.

Comisión de las comunidades europeas (2003): Libro verde. El espíritu empresarial en Europa, Comisión, Bruselas.

Coll, V., & Cuatrecasas, R. (2006). Análisis de los factores que influyen en el proceso de creación de una cooperativa de trabajo asociado. *REVESCO, Revista de estudios cooperativos*, nº 88 p.128-161.

Dees, J. y Anderson, B. (2006). "Framing a theory of social entrepreneurship:

De Pablo, I. (2006). El emprendedor social: una nueva figura en el escenario del Emprendimiento. *Selección de Investigaciones Empresariales*.

Díaz-Foncella, M., & Marcuello, C. (2013). Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 78, pp.53-70.

Fritz-Krockow, B (1986). Evaluación del cooperativismo Mexicano. *Revista de Comercio Exterior*, nº 9, p. 789-796.

Gibb, A. (2002). In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combination of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, nº 3, 233- 269. Doi: <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Editorial Mc Graw-Hill. México

Izquierdo, M. (2009). Problemas de las empresas cooperativas en México que atentan contra su naturaleza especial. Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo, nº 43, p. 93-123. Doi: <https://doi.org/10.18543/baidc-43-2009pp93-123>

Kliksberg, B. (2011). Emprendedores sociales: los que hacen la diferencia. Temas grupo editorial.

Krueger, N., & Brazael, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. Entrepreneurship theory and practice, spring, p.91-104.

Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth. Entrepreneurship & Regional development. Doi: <https://doi.org/10.1080/089856200283072>

Laville y Nyssens, (2001): "¿Hacia la empresa social?", en Laville, J. L., Nyssens,

Lucena, H., Hernández, A. y Zapata, G. (2008). Organización y relaciones de trabajo en Cooperativas Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, vol. 8, núm. 15, pp. 61-91 Universidad de los Andes, Venezuela.

Martínez, J. (2009). El Cooperativismo coexistiendo con la empresa tradicional, orígenes y viabilidad del modelo. Cuadernos de administración, Universidad del Valle, No. 4.

Melián, A. (2010): las empresas de inserción socio laboral creadas por emprendedores sociales. Un análisis Delphi, en Sanchis, J. (dir). Emprendimiento, economía social y empleo. IUDESCOOP, Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia, España

Neck, H., Brush, C. y Allen, E. (2009). "The landscape of social

Nueno, P. (1996): Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas. Bilbao, Deusto.

Orrego C. y Arboleda O. (2006). Las organizaciones de economía solidaria: Un modelo de gestión innovador. Cuadernos de Administración, núm. 34, pp. 97-110 Universidad del Valle, Colombia.

Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía social,

Toledano, N (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. Revista de Educación. nº 34, p. 803-825

Urbano, D. (2003): Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalu-a: un enfoque institucional. Tesis Doctoral.

Vargas, A. y Vaca, R. (2005). Responsabilidad social corporativa y cooperativismo: ventajas y potencialidades. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 53, p. 241-260.

ARTÍCULO SIN EDITAR