

# COOPERATIVISMO Y CONDUCTA EMPRENDEDORA

POR  
FRANCISCO DÍAZ BRETONES\*

## RESUMEN

En las dos últimas décadas existe un interés cada vez mayor de los científicos sociales hacia el fenómeno de la creación de compañías y, sobre todo, hacia los perfiles de los empresarios. Sin embargo, en estos estudios han sido olvidadas un tipo de organización: las cooperativas de trabajadores. Éstas poseen una importancia económica y social enorme, aunque son escasos los estudios sobre ellas, principalmente, desde una perspectiva psicosocial. Dada la inexistencia de estudios previos sobre conducta emprendedora en cooperativistas de trabajo asociado, en el presente trabajo primero analizaremos cuáles han sido las dimensiones estudiadas en la literatura como más representativas de los empresarios en general, para posteriormente ver su correspondencia a una muestra específica de presidentes de cooperativas andaluzas de trabajo asociado. En las conclusiones analizaremos las semejanzas y diferencias de nuestros resultados en este tipo de empresario con respecto a los aportados por otros autores con empresarios que no desarrollan su actividad en la llamada «economía social».

## ABSTRACT

In the last two decades every time is bigger the interest toward the phenomenon of the creation of companies and, mainly, toward the profiles of the entrepreneurs. However, in these studies they have been forgotten an organization type: the cooperatives. These possess an enormous economic and social importance, although they are scarce the studies on them, mainly, from a psychosocial perspective. So the nonexistence of previous studies on entrepreneurship behavior in this cooperatives, we will analyze which the dimensions have been studied in the literature like more representative of the owners in general and later see their correspondence to a specific sample of

---

\* Universidad Autónoma de Tamaulipas. México. Unidad Académica de Trabajo Social y Ciencias para el Desarrollo Humano. Centro Universitario Victoria.

presidents of Andalusian cooperatives (Spain). In the conclusions we will analyze the likeness and differences of our results in entrepreneur's type with regard to those contributed by other authors with entrepreneurs that don't develop their activity in the know «social economy».

## 1. INTRODUCCIÓN

Vivimos un auténtico interés acerca del autoempleo y la pequeña empresa. Su importancia es cada vez mayor tanto en su número (más del 20% de los trabajadores son pequeños empresarios o autónomos) como en su alta tasa de crecimiento (cada año inicia su actividad más de 1,5 millones de empresarios) o en su peso social y económico (generan uno de cada tres puestos de trabajo), principalmente en países como España, Bélgica y Portugal, así como en los territorios de la antigua Alemania del Este (CEDEFOP, 1992).

En líneas generales, este fenómeno ha sido estudiado por diversas disciplinas, aunque son en las áreas de la Economía y de la Psicología donde se han realizado la mayoría de los trabajos.

Sin embargo, en este análisis del fenómeno de creación de empresas ha sido olvidada un tipo de organización peculiar, aunque de gran importancia social: las cooperativas de trabajadores (RODRÍGUEZ, 1985). Al igual que el resto de las empresas, también éstas han sufrido un incremento en los últimos años, sobre todo en España, donde están el 41,9% de los cooperativistas de la Unión Europea (EUROS-TAT, 1993) y, especialmente, en la región de Andalucía (ver Tabla 1).

TABLA 1  
EVOLUCIÓN DEL COOPERATIVISMO EN ANDALUCÍA (1955-1996)

Provincia	1955	1960	1965	1970	1975	1981	1991	1996
Almería....	1.164	2.267	4.620	6.336	3.398	9.751	60.608	12.451
Cádiz .....	3.192	4.652	8.032	12.083	3.458	9.415	38.445	23.612
Córdoba ..	10.168	15.782	22.715	27.408	5.503	10.695	121.303	91.220
Granada ..	17.289	19.138	22.354	27.558	5.095	12.034	54.954	79.449
Huelva .....	7.954	11.023	13.640	17.845	5.085	7.813	66.384	35.726
Jaén .....	6.168	11.932	18.209	22.930	7.022	17.483	108.635	104.022
Málaga.....	2.501	6.020	11.388	15.944	6.705	13.376	63.639	51.603
Sevilla.....	6.161	8.035	13.054	20.447	10.203	19.176	69.450	49.368
<b>Total .....</b>	<b>54.597</b>	<b>78.849</b>	<b>114.012</b>	<b>150.551</b>	<b>46.469</b>	<b>99.743</b>	<b>583.418</b>	<b>447.451</b>

FUENTES:

- Indicadores sociales y económicos de España. Ministerio del Portavoz del Gobierno.
- Censo de Sociedades Cooperativas Andaluzas (1991, 1996).

Quizá una de las posibles causas de esta desatención pueda deberse a que las teorías económicas clásicas, y marxistas en particular, no han distinguido entre capitalista y empresario, de manera que uno era sinónimo del otro. De esta manera, el cooperativista no es entendido como un subtipo de empresario (por carecer de capital) sino como un trabajador cuya motivación principal es escapar de situaciones de marginalidad laboral, social o económica.

Será más recientemente cuando empiecen los conceptos de capitalista y empresario a diferenciarse. La obra de J. A. SCHUMPETER sentará las bases de las futuras teorías económicas del empresario. Para el autor, la esencia del empresario será la de ser portador de mecanismos de cambio, lo que denominará «nuevas combinaciones» (SCHUMPETER, 1978), siendo, por tanto, el empresario (o emprendedor) quien dirija la realización de tales combinaciones, mientras que la característica esencial del capitalista será la asunción del riesgo (proporcional al capital expuesto). De esta manera, el riesgo, según SCHUMPETER, nunca recaerá sobre el empresario como tal, sino sobre el dueño del capital, o sea, sobre el capitalista o accionista.

Con esta nueva concepción podemos analizar a los cooperativistas como un subtipo de empresario dinamizador activo, con motivaciones positivas hacia la creación y generación de riqueza y no solamente negativas o de mantenimiento de situaciones precarias.

Asumiendo por tanto que la motivación principal del empresario no es exclusivamente de orden económico, se han empezado a estudiar, desde diversas ramas de la Psicología y la Sociología fundamentalmente, otras causas que expliquen el fenómeno a partir de conceptos tales como valores, motivaciones personales o condicionamientos ambientales o familiares. Se tratará, pues, de analizar otros factores sociales y personales, independientes de la posesión de capital o de la existencia de financiación, que expliquen la motivación diferencial de estas personas hacia la creación de empresas frente a otros grupos de población.

Desde este punto de vista, la mayoría de los estudios se han centrado en determinar la existencia de un perfil específico de los empresarios que incluyera aspectos biográficos y familiares.

Una de las variables más estudiadas y con mayor arraigo ha sido la influencia del entorno familiar (COLLINS y MOORE, 1964) y, especialmente, el apoyo durante la fase de creación de la empresa. La mayoría de los estudios al respecto se han centrado en analizar la importancia que ejerce en la conducta empresarial la existencia de progenitores empresarios en la familia. Varias han sido las explica-

ciones dadas a esta relación, bien debido a que la existencia de un ambiente social propicio aliente la creación de empresas (JACOBOWITZ y VIDLER, 1982; SHAPERO y SOKOL, 1982; GENESCA y VECIANA, 1984), bien desde la teoría del aprendizaje social, en la cual los roles paternos influirán en la decisión de las carreras profesionales de sus hijos (SCHERER, *et al.*, 1991), o bien cómo la existencia de modelos de referencia pudiera animar a los descendientes a iniciar conductas emprendedoras (JACKSON y RODEY, 1994). En las cooperativas este hecho pudiera ser importante dada la especial vinculación de este tipo de empresas hacia las personas y éstas a su vez hacia al territorio o la comunidad donde se insertan GARCÍA-GUTIÉRREZ (1991).

Otra de las variables mayoritariamente estudiadas acerca de la conducta empresarial ha sido el determinar si la existencia de cargas familiares pudiera ser otro de los factores que motiven al trabajador a autoemplearse por cuenta propia.

En este sentido, diversos autores han observado cómo la mayoría de los emprendedores cuando inician su negocio tienen responsabilidades familiares (BUTLER y HERRING, 1991). Si embargo, de los resultados de los estudios se han encontrado diferencias de género estadísticamente significativas (ROBINSON y SEXTON, 1994; CARR, 1996), de manera que pudiera ser que en los hombres la existencia de hijos les produce un mayor deseo de estabilidad que se traduce en una mayor tasa de autoempleo, mientras que en las mujeres provoca la necesidad de desarrollar trabajos más flexibles y compatibles con el cuidado de hijos.

Quizá la existencia de cargas familiares vaya aparejada a una determinada edad, cuestión esta que explique el rango de edad en el que una persona toma la decisión de crear una empresa, el cual los autores sitúan en el intervalo entre 30 y 35 años (PETROF, 1980; HISRICH y BRUSH, 1984; HISRICH, 1990; JACKSON y RODEY, 1994), aunque también habrá que tener en cuenta otros factores de índole profesional y personal, tales como que es en ese período de edad cuando la persona ha adquirido suficiente experiencia laboral y confianza en sí mismo, aunque todavía no ha llegado a una situación de prestigio o de gran responsabilidad dentro de su anterior empresa.

## **2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Teniendo en cuenta, por tanto, las diversas investigaciones realizadas en empresarios individuales y no existiendo estudios similares so-

bre cooperativistas, el objetivo general de nuestro estudio fue analizar las variables biográficas y familiares que configuran el perfil del empresario cooperativista.

Para la consecución de estos objetivos nos planteamos dar respuesta a las siguientes hipótesis:

- H1. Los socios cooperativistas tienen familiares empresarios de referencia.*
- H2. La acción de emprender el negocio cooperativo estará asociada a la existencia de responsabilidades familiares del emprendedor.*
- H3. Los promotores de las cooperativas emprenden su negocio a una edad madura, personal y profesionalmente, en torno al rango de edad entre 30 y 35 años.*

### **3. METODOLOGÍA**

Dado que algunas de las hipótesis hacían referencia a estados o procesos históricos en el momento de crear la cooperativa, y con el fin de evitar posibles contaminaciones por efecto del recuerdo, el estudio se centró en las cooperativas de trabajadores recién constituidas en la región de Andalucía y concretamente en sus presidentes, por ser éstos la máxima figura de gestión interna de la misma.

Sin embargo, ya es conocida la complejidad de contar con empresarios en investigaciones psicosociales; por ello se comprende que la mayoría de los estudios en el campo organizacional se desarrollen con muestras de estudiantes universitarios o empresarios realizando cursos de formación, a pesar de los problemas metodológicos que conlleva en alguno de los casos (JUNG, 1979). Para el presente estudio tomamos como referencia los datos recogidos en el último Censo Oficial de Sociedades Cooperativas de Andalucía (JUNTA DE ANDALUCÍA, 1997), a pesar de las numerosas deficiencias señaladas en otros estudios (BAREA y MONZÓN, 1992).

En nuestro trabajo de campo también vimos reflejadas tales dificultades, debiendo descartarse registros del Censo por los siguientes motivos:

- Por dirección errónea, domicilio particular o traslado del domicilio social: 86 cooperativas.
- No quisieron contestar: 12 cooperativas.
- Han desaparecido, cambio de sociedad jurídica, no funcionan o están todavía en constitución: 17 cooperativas.

Finalmente, la muestra del estudio quedó constituida por 38 presidentes de cooperativas de trabajadores en Andalucía. Las características fundamentales de la muestra fueron:

### **Sexo**

Varones: 73,7% (n=28).  
Mujeres: 26,3% (n=10).

### **Ubicación de la empresa**

Urbana: 36,8% (n=14).  
Rural: 63,2% (n=24).

### **Sectores de actividad**

Servicios: 34% (n=13).  
Industriales: 29% (n=11).  
Construcción: 24% (n=9).  
Agroalimentarias: 13% (n=5).

Para la recogida de datos se utilizaron técnicas de entrevista estructurada con el presidente de la cooperativa en los domicilios sociales de las empresas. Los datos se recogieron entre los meses de diciembre de 1997 y febrero de 1998.

Para el tratamiento de los datos utilizamos estadísticos no paramétricos con el fin de obtener diversos descriptivos de frecuencia a través del paquete informático SPSS (versión 7.5).

## **4. RESULTADOS**

Realizadas las entrevistas, los datos obtenidos revelaron que los cooperativistas entrevistados no provienen en su mayoría de ambientes familiares emprendedores que le sirvan de referencia y estímulo. Si realizamos un contraste de proporciones a las respuestas obtenidas entre el grupo de los que manifestaron no tener ningún familiar empresario y los que sí lo tenían (ver Tabla 2), podremos observar una relación negativa significativamente entre ser cooperativista y la existencia de familiares empresarios en general.

TABLA 2  
FAMILIARES EMPRENDEDORES

	Empresario	Cooperativista
<b>A) Nadie.....</b>	<b>65,8 %*</b>	<b>68,4 %**</b>
<b>B) Algún familiar.....</b>	<b>34,2 %</b>	<b>31,5 %</b>
B.1 Padres.....	2,6 %	2,6 %
B.2 Hermanos .....	15,8 %	18,4 %
B.3 Tíos.....	13,2 %	2,6 %
B.4 Otros.....	2,6 %	7,9 %

\*  $p < 0.05$     \*\*  $p < 0.01$

Resultados muy parecidos obtuvimos en cuanto a la existencia de familiares cooperativistas, dado que la mayoría de los encuestados manifestaron no tener ninguno, y de los que sí lo tenían (31,6% restante), el 18,4% era un hermano o hermana, en algunos casos socio de la misma cooperativa del encuestado.

Con respecto a la profesión de los padres, tampoco se encontraron antecedentes empresarios, de manera que sólo un 27% de los encuestados poseen padres empresarios y un 10,8% madres empresarias, aunque en todos los casos se trata de pequeños agricultores, no teniendo, por tanto, relación con la actividad desempeñada por la cooperativa.

TABLA 3  
PROFESIÓN DE LOS PADRES

	Padre	Madre
Asalariado .....	70,3%	10,8%
Empresario.....	27,0%	10,8%
No asalariado/no empresario..	2,7%	78,4%

Si analizamos la coincidencia de que ambos (padre y madre) sean empresarios o cooperativistas, tendríamos como afirmativos un 13,2% de las respuestas, siendo la más frecuente que ninguno de los dos sea emprendedor o propietario de ninguna empresa (47,4% de los encuestados).

Analizadas las respuestas en función del género de los encuestados, tampoco observamos relación entre madres empresarias e hijas cooperativistas, ni padres empresarios e hijos cooperativistas.

En cuanto a la existencia de responsabilidades familiares del cooperativista como posible motivador en la creación de la empresa, preguntados en el estudio acerca de su situación familiar sólo el 31,6% de los cooperativistas encuestados contestaron estar solteros y, por ende, sin responsabilidades familiares. Pero además, entre los casados (el 68,4% restante de la muestra) sólo un 23,7% de sus parejas ingresan dinero (algunos como socios dentro de la misma cooperativa), por lo que en la mayoría de los casos el encuestado era la única fuente de ingreso en la unidad familiar.

Sobre si tenían hijos menores de 18 años, de los 68,4% casados el 17,4% no tenían descendencia, mientras que el restante 82,6% tenían una media de 2,45 hijos, de los que vivían en casa un promedio de 1,6.

TABLA 4  
COOPERATIVISTAS CON HIJOS

Sin hijos.....	17,4%
Con hijos .....	82,6%**

\*\* p<0.01

La tercera hipótesis, acerca de si los promotores de las cooperativas emprenden su negocio en una edad madura, la edad media de los entrevistados fue de 32,12 años, aunque el rango de mayor frecuencia fue el comprendido entre los 28 (el valor modal) y los 35 años, el cual representa el 52% de la muestra.

Si diferenciamos la edad en función del género, la edad media en los varones se eleva a 34,06 años, con un intervalo de confianza al 95% entre 30,59 y 37,53 años. En el caso de las mujeres, la edad media disminuye a 25,17 años con un intervalo de confianza al 95% también inferior (entre 23,49 y 26,85 años), no existiendo diferencias apreciables en la edad de comienzo en cooperativas urbanas y no urbanas (31,63 años en los cooperativistas urbanos y 31,64 años en los rurales).

## 5. SUGERENCIAS

En este trabajo hemos acotado el perfil del cooperativista con similitudes con el resto de los empresarios, aunque con matices distintos. Por todo creemos que deberá potenciarse la creación de cooperativas como un elemento suficientemente válido para aquellos em-

prendedores que deseen crear su propia empresa. En este sentido, deberán promocionarse las actividades o programas formativos encaminados a promover el autoempleo, mediante la utilización de técnicas motivacionales y de creación de equipos de trabajo, aunque no tanto de manera indiscriminada, sino acotando el perfil de la población diana de la acción formativa. En concreto, deberán tenerse en cuenta criterios de género, biográficos, formativos y psicosociales en general para la selección de los candidatos que disfruten de las citadas acciones formativas.

En este sentido, dado el carácter grupal de este tipo de organizaciones, los programas formativos destinados al fomento del cooperativismo deberán contar con personal multidisciplinar que, además de las áreas jurídicas y económicas, oriente, anime y promocióne grupos de trabajo cooperativos desde el abordaje de las ciencias sociales, especialmente desde el campo de la Psicología.

## 6. CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos en nuestro estudio, observamos que los cooperativistas no provienen de ambientes familiares empresariales que sirvan de referente o estímulo, ya que de los que manifestaron contar con algún miembro empresario en estos casos eran hermanos o hermanas, a diferencia de los resultados encontrados en empresarios no cooperativistas.

Se trataría, por tanto, de emprendedores de primera generación de origen obrero o asalariado en general (la mayoría de los padres son trabajadores por cuenta ajena). Esta ausencia de modelos empresariales en el entorno familiar puede ser uno de los motivos por los que éstos deciden crear una empresa cooperativa, mitigando así la incertidumbre que pudiera generar una nueva aventura en cualquier tipo de sociedades individualistas, ya que la adopción de decisiones percibidas como arriesgadas son más preferidas en grupo que de manera individual (KOGAN y WALLACH, 1967). Este hecho explicaría las diferencias con respecto a los empresarios quienes, o bien heredan el negocio familiar, o bien lo inician bajo la influencia de algún familiar empresario cercano, tal como vimos que ocurría en la mayoría de los estudios revisados.

Tampoco hemos encontrado relaciones filiales en función del género (padre e hijo o madre e hija). Este posible origen familiar obrero o asalariado pudiera explicar la motivación principal del cooperativista: su obsesión por el puesto de trabajo, aun cuando esté desempeñando alguno antes de crear la cooperativa.

En resumen, el fenómeno del cooperativismo representa una cantera de formación de nuevos empresarios, donde éstos deberán desarrollar habilidades no aprendidas ni observadas en el entorno familiar.

Por lo que se refiere a la idea de que los promotores de las cooperativas emprenden su negocio en una edad madura, de los datos obtenidos podemos extraer varias conclusiones. En primer lugar, de manera global, encontramos una relación entre nuestros resultados y los encontrados por otros autores con respecto a empresarios, de manera que la edad media en la que los emprendedores inician su negocio está en torno a los 30 años. Una posible explicación podría ser el que es en esta edad cuando la persona alcanza su mayor madurez profesional y personal, se sienten seguros de su valía y profesionalidad ante la incertidumbre del nuevo negocio, naciendo un deseo de establecerse por su cuenta, con independencia de las fluctuaciones del mercado de trabajo.

Otro factor explicativo podría ser la existencia de responsabilidades familiares: será en edades maduras cuando la persona desarrolle en mayor medida nuevas responsabilidades que le inciten a buscar nuevos contextos laborales. En el caso de nuestra muestra, dos tercios estaban casados, si bien entre éstos sólo una minoría de sus cónyuges tienen un trabajo remunerado (a veces dentro de la cooperativa). Por tanto, en la mayoría de los casos, es el cooperativista la única persona que ingresa dinero en la unidad familiar.

En cualquier caso, a pesar de que la existencia de responsabilidades familiares es uno de los motivadores que empujan al emprendedor a iniciar su negocio, no debemos confundirlo con el deseo de ganar dinero. Es decir, el aumento de la unidad familiar no implica una necesidad manifiesta de ganar más dinero ni de obtener un puesto de trabajo que ya ocupaba anteriormente, sino que este aumento de responsabilidades motivará al trabajador asalariado a buscar situaciones laborales más estables donde, además, en algunos casos, permita la incorporación de algún miembro familiar.

Sin embargo, debemos señalar diferencias de género que explican motivaciones distintas en la decisión de crear la empresa, de manera que entre las mujeres la existencia de estas responsabilidades no es un motivador importante, como podemos observar tanto por la edad con la que crearon la cooperativa como por los años de experiencia previa. Recordemos que en la literatura consultada la existencia de responsabilidades familiares era un factor importante en las mujeres emprendedoras, de manera que iniciaban un negocio como salida profesional compatible con el cuidado de hijos principalmente. Sin embargo, en el caso de las cooperativistas, no sólo no suelen empre-

der la cooperativa transcurrido el período maternal, sino que se incorporan al campo empresarial con relativa juventud y ausencia de hijos (el 60% de la muestra de mujeres no tienen hijos, frente al 35,7% de los hombres). Este dato confirma, en cualquier caso, cómo los hijos constituyen un freno al desarrollo profesional de las mujeres, no afectando de igual manera a los hombres.

En resumen, los resultados obtenidos parecen indicar que las variables sociales y personales tienen también una incidencia relevante para la comprensión del fenómeno cooperativo.

Por lo tanto, podemos concluir que el perfil del presidente de cooperativa de trabajadores es el de un trabajador en torno a 30-35 años de edad, sin experiencia empresarial previa en su familia más cercana, siendo su motivación fundamental para la creación de la cooperativa el asegurar un puesto de trabajo, por lo que elegirá la fórmula asociativa frente a otro tipo de empresas como medio para aminorar la incertidumbre que el nuevo negocio le genera *a priori*.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAREA, J.; MONZÓN, J. L. *Libro Blanco de la Economía Social en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo, 1992.
- BUTLER, J. B.; HERRING, C. Ethnicity and entrepreneurship in America: Toward an Explanation of Racial and Ethnic Group Variations in Self-Employment. *Sociological Perspectives*, 34(1), 1991, p. 79-94.
- CARR, D. Two paths to self-employment. *Work and occupations*, 23(1), 1996, p. 26-53.
- CEDEFOP. *Creación de empresas: políticas de apoyo y papel de la formación*. Luxemburgo: CEDEFOP Documento, 1992.
- COLLINS, O. F.; MOORE, D. G. *Entreprising Man*. MSU Business Studies, 1964.
- EUROSTAT. *Profil statistique des organisations coopératives, mutualistes et associatives de la Communauté Européenne*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la UE, 1993.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. La economía social o la economía de las empresas de participación. En: *Memoria de María Ángeles Gil Luezas*. Madrid: Alfa Centauro, 1991.
- GENESCA, E.; VECIANA, J. M. Actitudes hacia la creación de empresas. *Información Comercial Española*, 611, 1984, p. 147-155.
- HISRICH, R. D. Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 1990, p. 209-222.
- HISRICH, R. D.; BRUSH, C. G. The woman entrepreneur: Management, skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22, 1984, p. 30-37.

- JACOBOWITZ, A.; VIDLER, D. C. Characteristics of entrepreneurs: Implications for vocational guidance. *Vocational Guidance Quarterly*, 30, 1982, p. 252-257.
- JACKSON, J. E.; RODKEY, G. R. The attitudinal climate for entrepreneurial activity. *Public Opinion Quarterly*, 58, 1994, p. 358-380.
- JUNG, J. *El dilema del experimentador*. México: Trillas, 1979.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. *Censo de sociedades cooperativas y sociedades anónimas laborales de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía, 1997.
- KOGAN, N.; WALLACH, M. A. The risk-shift phenomenon in small decision groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 1967, p. 75-84.
- PETROF, J. V. Entrepreneurial Profile: A Discriminant Analysis. *Journal of Small Business Management*, 18(4), 1980.
- RODRÍGUEZ, A. El cooperativismo: una alternativa a un mundo en crisis. En J. F. Morales et al. (Ed.) *Psicología Social Aplicada*, Bilbao: DDB, 1985.
- ROBINSON, P. B.; SEXTON, E. A. The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of Business Venturing*, 9, 1994, p. 141-156.
- SCHERER, R. F.; BRODZINSKI, J. D.; WIEBE, F. A. Assessing perception of career role-model performance: the self-employed parent. *Perceptual and Motor Skills*, 72, 1991, p. 555-560.
- SCHUMPETER, J. A. *Teoría del desenvolvimiento económico*. [1911]. México: Fondo de Cultura Económica, 1978.
- SHAPERO, A.; SOKOL, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. H. Vespers (Eds.) *Encyclopaedia of entrepreneurship*. Englewood, NJ: Prentice-Hall, 1982, p. 72-90.