

## **Incidencia de las cooperativas de ahorro y crédito sobre el crecimiento económico de las pymes del sector comercial de la comuna 13 en Santiago de Cali, 2014**

Henry Hurtado Bolaños<sup>1</sup>

Diana Patricia Moreno<sup>2</sup>

Javier Hoyos Hoyos<sup>3</sup>,

### **RESUMEN**

El objetivo de la presente investigación fue evaluar la contribución de las Cooperativas de Ahorro y Crédito para el fortalecimiento económico y comercial de las PYMES ubicadas en la comuna 13 Distrito de Agua Blanca en la ciudad de Cali, 2014. La Comuna 13 de Cali posee características de vulnerabilidad social enmarcadas por una alta densidad de habitantes, índices de desempleo e inseguridad, bajos niveles de escolaridad y de desarrollo económico.

Se desarrolló en la ciudad de Cali durante el último trimestre de 2014. Se hizo un trabajo de campo basado en la población de PYMES existentes en la comuna 13, datos obtenidos de la Cámara de Comercio de Cali. Se trazó una encuesta dirigida a la población seleccionada de PYMES que permitió obtener indicadores concluyentes sobre la incidencia de las Cooperativas al desarrollo económico de las Pymes en la Comuna 13 de Cali, basados en un estudio descriptivo, transversal, no experimental, cuantitativo y relacional.

---

<sup>1</sup> Administrador de Empresas, Especialista en Administración de Salud, Magíster en Ciencias de la Organización, profesor Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [henry.hurtado@unad.edu.co](mailto:henry.hurtado@unad.edu.co),

<sup>2</sup> Moreno, Diana Patricia, licenciada en Lenguas Modernas, Psicóloga, estudiante de Maestría en Administración de Organizaciones, docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, - UNAD. [diana.morenob@unad.edu.co](mailto:diana.morenob@unad.edu.co)

<sup>3</sup> Hoyos H, Javier, Administrador de Empresas, estudiante de Maestría en Administración de Organizaciones de la UNAD

**Palabras claves:** Pymes, crecimiento, desarrollo.

### **ABSTRACT**

This investigation was about the Credit Union contribution to the economical and comercial strenghten of SMEs located in the 13th commune in the Agua Blanca's district in Cali 2014.

Distric 13 from Cali has social vulnerability characteristics due to high density of inhabitants, high unemployment indexes, high insecurity indexes, low levels of literacy and low levels of economic development.

This research was developed in Cali, last trimester of 2014. Field work was made based on the existent population of SMEs, data obtained from the commerce chamber of Cali.

We traced a survey addressed to a selected sample of SMEs that allowed to get concluding indicators about the incidence of Corporations on economic development of SMEs in the 13th commune of Cali, based on a descriptive study, cross-sectional, non-experimental, quantitative and relational study.

**Keybords:** SMEs, growth, development.

## INTRODUCCION

Jones y Wicks (1999) en su Teoría de los Stakeholders estudiaron los grupos de interés, en la gestión empresarial, en el caso de la investigación, estos grupos de interés corresponden a las pequeñas empresas, comunidad organizada y sector social. La teoría de los *stakeholders* se remonta al memorándum internacional del Instituto de Investigación de la Universidad de Stanford, publicado en 1963 (citado en Freeman, 1984). Aquí se define a los *stakeholders* como aquellos grupos que mantienen la existencia de la organización. La palabra clave en este concepto es la “sobrevivencia”; es decir, sin esos grupos la organización no sobrevivirá. Freeman (1984) relacionó *stakeholders* y planificación estratégica, señalando que la misión de la empresa debe considerar a los *stakeholders*. A partir de su propuesta el concepto comenzó a tener una dimensión en la vida organizacional; cierto número de escuelas se han fundamentado en su trabajo (Carroll, 1989; Brenner y Cochran, 1991; Hill y Jones, 1992).

Freeman (1984) propuso un marco teórico para el análisis de los *stakeholders*. Este análisis comprende tres niveles: racional, proceso y transaccional.

En el nivel racional, un entendimiento de quienes son las partes interesadas (*stakeholders*) de la organización y cuáles son sus roles en el desarrollo de la organización. Para el análisis a este nivel, Freeman (1984) usa un mapa genérico de *stakeholder* donde se localizan los principales *stakeholders*.

En el nivel de proceso es necesario entender como la organización de manera implícita o explícita gestiona sus relaciones con sus *stakeholders*, y si esos procesos calzan con el mapa genérico del *stakeholder*.

Finalmente, en el nivel transaccional se debe de entender el conjunto de transacciones entre la organización y sus *stakeholders*, y deducir cuál de esas transacciones calza con el mapa genérico del *stakeholder* y con los procesos organizacionales de los *stakeholders*.

Mitchell et. al. (1997) propusieron una teoría de identificación de *stakeholders* que permite operacionalizar el concepto basándose en su énfasis, en función de la presencia simultánea de ciertos atributos en actores que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización.

Las Cinco Fuerzas de Porter, es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad, también llamado Modelo de Competitividad Ampliada de Porter, se constituye en una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector al que pertenece. El modelo propuesto por Porter (1979), perfila un esquema simple y práctico para formular un análisis de cada sector industrial. A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman la estructura de la industria. Estas fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, o sea, el atractivo de la industria. De su análisis se deduce que la rivalidad entre los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, la crean a ella como una quinta fuerza.

Para emprender un análisis del Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es preciso tener en cuenta que “existen dos dimensiones del entorno empresarial: el macroambiente, el cual comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico); y el sector (conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios), cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector”, (Baena et al., 2003).

Es preciso conocer los principales elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial:

- **Competidores Directos:** Aquellas empresas que ofrecen el mismo bien o producto, en el caso de la investigación corresponde a la bancarización.

- **Clientes:** Conjunto formado por los compradores de los bienes y servicios, es decir, las pymes del sector en estudio.

- **Proveedores:** Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.

- **Productos Sustitutivos:** Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado, los sustitutos son los bancos con sus diferentes líneas de crédito y el prestamista ilegal.

- **Competidores Potenciales:** Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un sector determinado, otras cooperativas.

Jensen y Meckling (1976) plantearon la teoría de la agencia como alternativa para solucionar los conflictos que pueden surgir entre los intereses de la administración y los de los accionistas, así como justificar la existencia de la empresa como un mecanismo coordinador de la actividad económica. Con la aplicación de esta teoría se consigue una correcta adecuación de las distintas tareas de la empresa al trabajo. La Teoría de la Agencia supone que los individuos tienen racionalidad limitada, actúan de forma oportunista, ya que buscan maximizar su propia función de utilidad en las relaciones contractuales y tienen distintas predisposiciones para asumir riesgos. Se concibe a la empresa como un nexo de contratos, es decir, un conjunto de contratos suscritos por individuos, para maximizar su función de utilidad particular.



## **METODOLOGIA**

Fue un estudio descriptivo, cuantitativo, no experimental, transversal y relacional, se trabajó con una población de 30 pymes de la comuna 13 de Cali; utilizando una encuesta estructurada tipo Lykert (Ver anexo 1).

Se midió la confiabilidad con el Alpha de Croanbach obteniendo un índice superior al 0,75 en cual es aceptable. Los datos los recopiló el grupo investigador.

La información se procesó en SPSS, se obtuvieron tablas de frecuencia y correlación.

### **Prueba Alpha de Croanbach**

Se realizaron 10 encuestas a las siguientes pymes:

Sujeto 1: Oyola Sociedad

Sujeto 2: Alvan Unidos

Sujeto 3: Seleccionadora Procampo

Sujeto 4: Impormaderas Ltda. Oriente

Sujeto 5: Ventas Por Mayor

Sujeto 6: Distribuidora Marruecos

Sujeto 7: Riascos Muñoz Rosalía

Sujeto 8: Mercahogar Surtimos

Sujeto 9: Fundación La Mujer

Sujeto 10: Comercializadora Julean SAS



**Prueba Alpha de Croanbach**

**Calculo Alfa de Crombach**

Número de ítems:

10

SUJETOS/ ÍTEM	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	SUMA DE LOS SUJETOS
Sujeto 1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	14
Sujeto 2	4	1	1	4	1	4	1	4	4	1	25
Sujeto 3	1	1	1	2	1	1	1	4	2	1	15
Sujeto 4	2	1	1	1	2	4	1	3	3	3	21
Sujeto 5	2	1	1	1	1	2	1	1	4	1	15
Sujeto 6	1	1	2	2	2	4	2	4	2	1	21
Sujeto 7	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	22
Sujeto 8	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	14
Sujeto 9	2	2	2	2	2	4	2	5	2	2	25
Sujeto 10	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	12
VARIANZA	1,06667	0,17778	0,26667	0,9	0,26667	1,51111	0,17778	1,28889	1,28889	0,72222	24,7

Varianza total



$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

1,1 K/K-1



recolección de datos. Es un número entre 0 y 1. Si es 1 es totalmente confiable; si es 0 no es confiable.

Σ  
Varianza de los ítems

El rango aceptable está entre 0,7 y 1,0

Alfa de Cronbach



## RESULTADOS

### Distribuciones de frecuencias.

*Tabla 1. Clase de sociedad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Unipersonal	11	36,7	36,7	36,7
	Anónima	11	36,7	36,7	73,3
	Limitada	7	23,3	23,3	96,7
	En comandita	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 60% de las pymes de la comuna 13 de Cali son de responsabilidad limitada.

*Tabla 2. Incidencia de Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	70,0

Neutral	6	20,0	20,0	90,0
En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

El 70% de las pymes de la comuna 13 de Cali, indican que las Cooperativas de ahorro y Crédito inciden con el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio.

**Tabla 3. La producción que realiza su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	3	10,0	10,0	96,7
	Neutral	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 96.7% de las pymes de la comuna 13 de Cali están de acuerdo en que la producción de su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad.

**Tabla 4. Su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	----------------------	-------------------------

Válidos	Totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	50,0
	De acuerdo	10	33,3	33,3	83,3
	Neutral	4	13,3	13,3	96,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 83.3 % de las pymes de la comuna 13 de Cali indican que su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región.

***Tabla 5. Las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	50,0
	De acuerdo	12	40,0	40,0	90,0
	Neutral	1	3,3	3,3	93,3
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 90% de las pymes de la comuna 13 de Cali están de acuerdo que las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad.



**Tabla 6. Su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	De acuerdo	12	40,0	40,0	66,7
	Neutral	2	6,7	6,7	73,3
	En desacuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 66.7% de las pymes de la comuna 13 de Cali indican que su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito.

**Tabla 7. La capacidad de producción de su empresa depende de la demanda de los clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	23	76,7	76,7	76,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	No contesta	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 96.7% de la pymes de la comuna 13 de Cali indican que la capacidad de producción de su empresa depende de la demanda de los clientes.

**Tabla 8. El crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	53,3
	Neutral	6	20,0	20,0	73,3
	En desacuerdo	7	23,3	23,3	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 53.3% de las pymes de la comuna 13 de Cali indican que el crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito.

**Tabla 9. El propósito de su empresa es el mejoramiento de la productividad y competitividad apoyadas por el apalancamiento financiero de las cooperativas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	6	20,0	20,0	60,0
	Neutral	5	16,7	16,7	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

El 60 % de las pymes de la comuna 13 de Cali indican que el propósito de su empresa es el mejoramiento de la productividad y competitividad apoyadas por el apalancamiento financiero de las cooperativas.

**Tabla 10. En su comunidad su empresa es reconocida por su gestión**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	2	6,7	6,7	93,3

Neutral	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

El 93.3 % de las pymes de Cali indican que en su comunidad su empresa es reconocida por su gestión.

### Tablas.

		La producción que realiza su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad		
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral
Inciden las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio	Totalmente de acuerdo	11	1	
	De acuerdo	7	1	1
	Neutral	5	1	
	En desacuerdo	2		
	Totalmente en desacuerdo	1		

De 30 encuestados de las pymes de la comuna 13 de Cali, 20 están de acuerdo en que la producción que realiza su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad y que Inciden las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio.

		Las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad			
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo
Su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región	Totalmente de acuerdo	7	5	1	2
	De acuerdo	5	5		
	Neutral	2	2		
	En desacuerdo	1			

De 30 encuestados de las pymes de la comuna 13 de Cali, 22 están de acuerdo que Las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad y que su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región.

		Su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito			
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo
Considera que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial	Totalmente de acuerdo	6	6	1	4
	De acuerdo	2	6	1	3
	Neutral				1

De 30 encuestados de las pymes de la comuna 13 de Cali, 20 están de acuerdo con que Su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito y Considera que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial.

		El propósito de su empresa es el mejoramiento de la productividad y competitividad apoyados por el apalancamiento financiero de las cooperativas				
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito	Totalmente de acuerdo	7			2	
	De acuerdo	4	2			1
	Neutral	1	1	4		
	En desacuerdo		2	1	4	
	Totalmente en desacuerdo		1			

De 30 encuestados de las pymes de la comuna 13 de Cali, 13 coinciden en que el propósito de su empresa es el mejoramiento de la productividad y competitividad apoyados por el apalancamiento financiero de las cooperativas y que el crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito.



## Correlación de Pearson.

*Tabla 11. Correlaciones*

		Clase de sociedad	Inciden las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio	La producción que realiza su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad	Su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región	Las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad	Considera que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial	Su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito	La capacidad de producción de su empresa depende de la demanda de los clientes	El crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito
Clase de sociedad	Correlación de Pearson	1	,256	,287	-,171	,204	-,144	,126	,025	,378(*)
Inciden las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio	Correlación de Pearson	,256	1	-,011	-,101	,496(**)	-,136	,181	-,158	,364(*)
La producción que realiza su empresa depende del crecimiento económico de la comunidad	Correlación de Pearson	,287	-,011	1	-,045	,325	-,044	,281	-,067	-,080
Su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región	Correlación de Pearson	-,171	-,101	-,045	1	-,244	,231	-,321	-,134	-,092
Las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad	Correlación de Pearson	,204	,496(**)	,325	-,244	1	-,095	,436(*)	-,120	,511(**)
Considera que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial	Correlación de Pearson	-,144	-,136	-,044	,231	-,095	1	,226	-,063	,119
Su empresa ha	Correlación de	,126	,181	,281	-,321	,436(*)	,226	1	,128	,318

recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito	Pearson									
La capacidad de producción de su empresa depende de la demanda de los clientes	Correlación de Pearson	,025	-,158	-,067	-,134	-,120	-,063	,128	1	,176
El crecimiento económico y social de su pyme depende de las cooperativas de ahorro y crédito	Correlación de Pearson	,378(*)	,364(*)	-,080	-,092	,511(**)	,119	,318	,176	1
El propósito de su empresa es el mejoramiento de la productividad y competitividad apoyados por el apalancamiento financiero de las cooperativas	Correlación de Pearson	,233	,458(*)	-,252	-,308	,339	-,222	,124	-,177	,434(*)
En su comunidad su empresa es reconocida por su gestión	Correlación de Pearson	,389(*)	,103	,271	-,090	,000	,351	,217	-,034	,210

\* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

## ANALISIS

**A-** La correlación de Pearson que mide la “Incidencia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio” y “Las cooperativas como empresa que ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad”, es altamente significativa, con un indicador de 0,496

**B-** La Incidencia de si “su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito” y “ si considera que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial”, es significativa con un indicador de 0,226

**C-** “La producción que realiza su empresa que depende del crecimiento económico de la comunidad”, y “Su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región”, no es significativa con un indicador de -0,045

**D-** La “Incidencia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio”, y “en su comunidad su empresa es reconocida por su gestión”, es significativa con un indicador de 0,103

**E-** “La capacidad de producción de su empresa que depende de la demanda de los clientes” y si “su empresa ha recibido apoyo de cooperativas de ahorro y crédito”, es significativa con un indicador de 0,128

## DISCUSION

Según la encuesta, el 70% de las pymes de la comuna 13 de Cali indican que las Cooperativas de ahorro y Crédito inciden con el mejoramiento de la productividad y competitividad de su negocio.

El 90% de las pymes encuestadas están de acuerdo que las cooperativas como empresa ayudan al crecimiento económico y social de las pymes de la comunidad, existe alta correlación con su producción asociada de forma dependiente al crecimiento económico de la comunidad y al aporte de las cooperativas de ahorro y crédito en su función principal.

Existe una correlación ampliamente significativa sobre la incidencia de las cooperativas de ahorro y crédito al mejoramiento de la productividad y competitividad, tanto como al crecimiento económico y social de la pymes. También muestra amplia correlación con el apoyo recibido de las cooperativas basado en el apalancamiento financiero que estas ofrecen.

El 83.3 % de las pymes encuestadas indican que su empresa incide competitivamente en el crecimiento económico de la región y que el 96.7% de las pymes comuna 13 de Cali indican que la capacidad de producción de su empresa depende de la demanda de los clientes.

El 93.3 % de las pymes de Cali indican que en su comunidad su empresa es reconocida por su gestión, encontrándose amplia correlación sobre que las cooperativas facilitan el crecimiento comercial de las pymes.

## REFERENCIAS

Brenner y Cochran (1991). The stakeholder of the firm. Ontario: Philosophy Documentary Center.

Carroll, A. (

Jones, T. y Wick, A. (1999). Convergent stakeholder theory. The Academy of anagement review.

Freeman, E. y otros (1984). Stakeholder theory, the state of the art. Cambridge: Cambridge University Press.

Hill, C. y Jones T. (1992). Stakeholder Agency Theory. Journal of management studies, volumen 29, número 2.

Mitchel, R. y otros (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. Academy of management.

Porter. M. (1979). Las cinco fuerzas de Porter.

Jensen, M. y Meckling, W. Theory of the firm: managerial behavior, agency cost and ownership structure, Foundations of Organizational Strategy.