



**Mailyn Medina**  
mailynmedina@yahoo.es

## **Estrategias para la Creación de Redes de Colaboración entre Empresas Cooperativas Venezolanas**

La investigación está dirigida a brindar información en cuanto a las estrategias para la concreción de Redes de Colaboración a empresas con forma jurídica de cooperativas, por lo que es importante conocer la definición de éstas, para ello acuda a la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas de la República Bolivariana de Venezuela en su artículo 2; además esta investigación puede servir también de referencia para cualquier otro tipo de empresas en especial pequeñas y medianas empresas.

### **1. Concepto de Redes de Colaboración.**

Se pueden definir según Sebastián (2000:97) como asociaciones de interesados que tienen como objetivo la consecución de resultados acordados conjuntamente a través de la participación y la colaboración mutua. Asimismo se cita a González (2010) el cual toma lo definido por Sáez y Cabanelas (1997) "...voluntaria y recíprocamente el compartir algún recurso y/o conocimiento de tipo tecnológico, comercial o financiero con el objeto de desarrollar una estrategia que redunde en ventajas competitivas para los cooperadores". Lo que quiere decir que en la cooperación implícitamente están integrados por lo menos uno de estos actores, proveedores, clientes y la competencia como aliados y fuente de información.

### **2. Por qué Constituirse en Redes de Colaboración**

Caravaca y González (2009) consideran que estas contribuyen a la creación de un entorno social que propicia el dinamismo económico y favorece el desarrollo, así pues,

Subirats, (2002) citado por González (Ob. Cit) “aquellos territorios y comunidades que cuenten con esta base social y la aprovechen mejor, o sepan generar mecanismos para hacerla aflorar y para consolidarla, serán los mejor preparados para afrontar colectivamente su futuro”

Para Fernández y Arranz (1999: 33) la cooperación trae consigo: Reducción de los costos de transacción, cuyo aumento se produce al aumentar la incertidumbre en los mercados económicos; Obtener un mayor volumen y presencia en el mercado, a través de los acuerdos con los competidores, proveedores o clientes; Buscar la eficiencia en ciertas actividades que realiza la empresa mediante la externalización, cuando los costos internos son mayores; y acceder a bienes específicos que no posee la empresa pero que complementa la actividad.

Hay evidencias de que las empresas que forman alianzas estratégicas son más rentables, así lo deja ver Díaz y Lorenzo (2005:28) ya que la relación con proveedores clientes ofrece ventajas técnicas, financieras, coespecialización aprendizajes mutuos logran realizar los procesos productivos de manera más eficiente. Por su parte Bonomie y Melian (2007: 9) dice que la red como forma organizativa permite a las empresas diseñar estructuras, aprovechar sinergias, adquirir poder de negociación frente a los compradores y proveedores, aprovechar economías de escalas, crear barreras a la entrada.

Por su parte desde [http://euc2c.com/es/?page\\_id=126](http://euc2c.com/es/?page_id=126) consideran que la conformación de redes de colaboración beneficia a las empresas de la siguiente manera:

- . Aumenta la productividad y rentabilidad; Mejorar las habilidades de los empleados; Levantar la moral de los empleados a través de la formación y el desarrollo; Garantizar que un número creciente de empleados obtengan una cualificación acreditada y reconocida a nivel nacional; Acceder al soporte y la orientación; Obtener ventajas de la

planificación proactiva; Acceder a la financiación; Compartir información en interés de la formación y el desarrollo.

Todo lo anterior puede permitir tener una posición de dominio en el mercado y contar con una estructura de empresa grande.

Ahora bien, por lo relevante de las actividades que desarrolla EuC2C es importante describirlas. Esta es un grupo de diversos sectores de organizaciones comprometidas en hacer que las empresas europeas sean más innovadoras y competitivas a largo plazo. Un organismo nacional sin fines de lucro dedicado al desarrollo de las PYME.

### **Elementos a tomar en Cuentas para Formar Redes de Colaboración.**

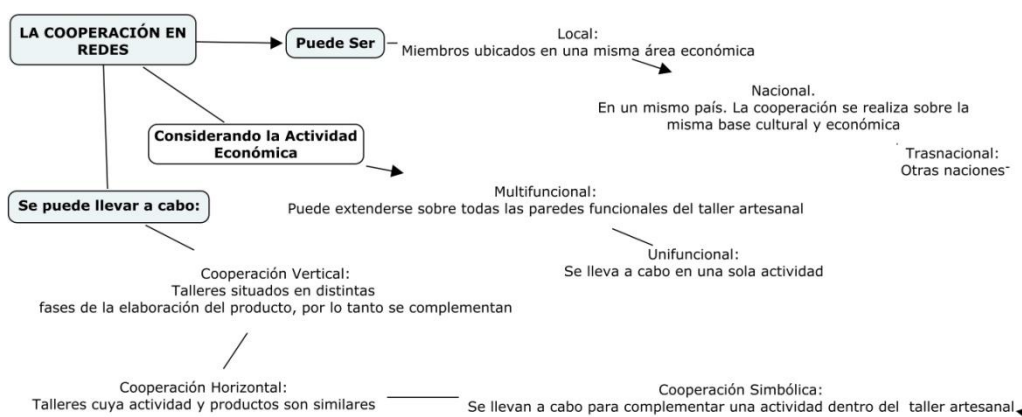
Caravana y González (Ob. Cit) hacen mención a dos tipos básicos para la formación de Redes. La primera formada espontáneamente por un reagrupamiento de empresas locales entorno a un grupo de proyectos comunes de naturaleza económica, estas se materializan generalmente por contratos o acuerdos, que en ocasiones forman parte del proceso de cooperación y aprendizaje colectivo, la otra forma de constitución de redes son las compuestas por aquellas instituciones económicas, centro de transferencias tecnológica y de formación y todos aquellos representantes de la sociedad civil que intervienen tanto para apoyar las actuaciones colectivas de las empresas como para impulsar el desarrollo de las comunidades.

Una vez constituidos es necesaria la creación de programas permanentes entre artesanos, talleres artesanales, o cualquier forma de cooperativa, universidades, industria, gobierno; por lo que el éxito de las redes dependerá de la capacidad de sus participantes de comunicarse directamente entre sí. Gil y Bedolla (2009: 216), establecen que “cuando el volumen de las comunicaciones se incrementara y fuera constante se podrían crear entonces organizaciones virtuales neoartesanales. Como

ejemplo de proyectos que trabajen en esta dirección, se encuentra el proyecto Cluster Netz que emplean las PYMES en Austria”.

Ahora bien, hay que pensar que mucho de estos empresario se encuentran en lugares diferentes, ante esta limitante Gil y Bedolla (Ob. Cit) manifiestan que “las redes virtuales se vuelven una herramienta de comunicación que potenciaría las actividades de estos artesanos y de sus comunidades”, encontrando de esta manera otro beneficio para la conformación de redes.

Gráfico No. 1. **DISTINTAS FORMAS DE COOPERACIÓN**



Fuente: Adaptación de Gil y Bedolla (2009)

Los autores sugieren distintas alternativas paseándose desde el tipo de actividad económica, la manera de llevar a cabo la cooperación y según la localización de los artesanos, estas son modalidades que se pueden adoptar según la conveniencia de las circunstancia que rodea a cada red. Es importante destacar que los flujos de una red no sólo tiene que ver con la producción sino también con el intercambio de información.

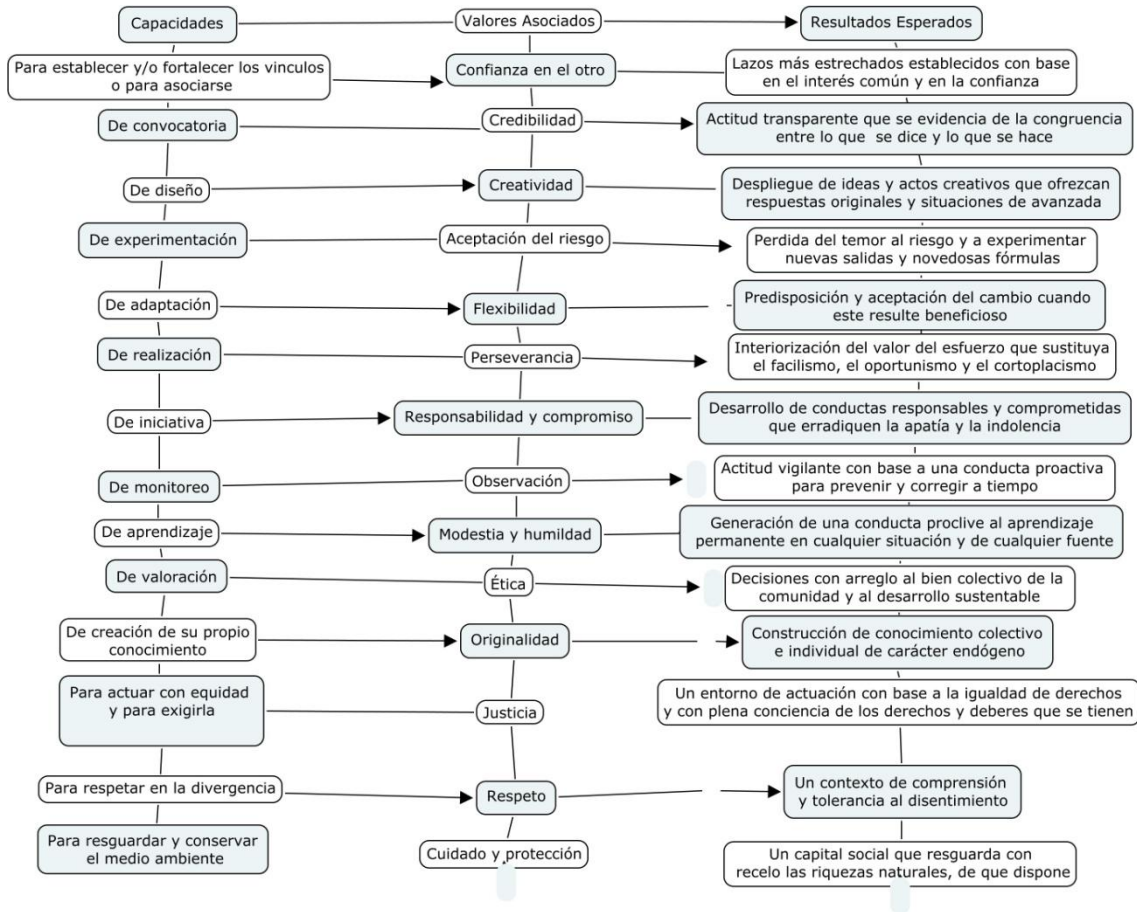
Colmenares y Delgado citados por Colina y Rojas (2010) señalan que entre las modalidades de asociación están las redes de servicios, las cuales se establecen entre personas con igual profesión que se organizan y asocian para cubrir las necesidades de clientes. Y continúan diciendo que:

De igual forma se observa una escala de niveles determinados por fases, donde el compromiso se acrecienta conforme se van profundizando los lazos entre las personas que integran estas redes. Inicia con una elemental fase de avizoramiento de oportunidades para el aprovechamiento de actividades productivas y se establecen los acuerdos preliminares, sigue con el reconocimiento de intereses, de valores en común y de expectativas, hasta llegar a la fase de entablar un compromiso en la compartición de responsabilidades, recursos, proyectos y otros; que al ser compartidos por todos los integrantes de la red, crean unos nexos más sólidos y la red se torna efectiva en sus objetivos.

Esto llama a reflexionar que se debe producir la concientización, uso y aprovechamiento estratégico de las fortalezas como grupo social y no de manera individual para ello es necesario profundizar sus capacidades de relacionarse.

Por su parte, Colina y Rojas (2010) muestran las características que deben poseer los integrantes de las redes y los resultados esperados, además esto puede servir de base para ser considerado a la hora de constituirse en redes

**Gráfico 2. Capacidades colectivas existentes y/o requeridas para el empoderamiento del capital social de la Comunidad de las Peonías y el establecimiento de las Redes de Innovación Socio Productiva**



Fuente: Colinas y Rojas (2010).

Con el desarrollo de cada una de esas capacidades lleva implícito ciertos valores que son necesarios para alcanzar el éxito de la asociación y de los acuerdos que se establezcan. En tal sentido vale la pena todos los esfuerzos requeridos para poder obtener los resultados señalados en el gráfico 2 y así garantizar una posición ventajosa de la cooperativa de artesanías.

Sebastian (Ob. Cit: 104-105) sostiene que para constituir una red se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos: Concreción en los objetivos de la red, Selección adecuada de los integrantes, Coparticipación y consenso en el desarrollo de la red, existencia de un plan de acción de acuerdo a las necesidades de la red, Coordinación y Gestión eficiente, Actitud proactiva y cumplimiento de los compromisos, Esquema de financiamiento claro y el acuerdo de los asociados, Acuerdos sobre la utilización de los resultados, Sentimiento de compartir beneficios, Adecuada disposición de sobrellevar las diferencias culturales. Estas consideraciones vienen a complementar las mencionadas anteriormente en vista de que sólo coinciden con Colina y Rojas en lo proactivo y compromiso de los asociados.

### **3. Casos de Redes:**

Erin y Otros (2000) presentan la experiencia de fabricantes de productos orgánicos con 13 casos exitosos en México. Uno de ellos un grupo de mujeres interesadas en el consumo de productos elaborados de manera natural, para ello se concretó la red de productores y compradores y se hace un mercado semanal. Los otros casos están disponibles en:

[http://scholar.google.es/scholar?start=10&q=redes+artesanales+exitosas&hl=es&as\\_sdt=2000](http://scholar.google.es/scholar?start=10&q=redes+artesanales+exitosas&hl=es&as_sdt=2000). En cuanto a los resultados obtenidos por esta asociación estos autores mencionan:

Todo esto ha provocado un fuerte crecimiento y, hoy en día, cuenta con la participación de más de 70 familias. El trabajo actual no sólo se concentra en acopiar y distribuir los productos, también incluye visitas de los consumidores para asegurar la calidad orgánica de la producción. P.(4)

Bisang y Gutman (2005) señalan la existencia de redes agroalimentarias que participan en el MERCOSUR, mencionando que el éxito radica entre otras cosas porque han logrado “impulsar una reinserción competitiva de estas actividades en los mercados

mundiales” al mismo tiempo que han impulsado procesos de acumulación y desarrollo con mayores impactos locales y regiones.

Steinhauf y Huber. (1996). Presentan un estudio realizado a los artesanos de San Pedro de Monsefú, Perú, para lo cual manifiestan que estas redes han logrado afianzar la comercialización de sus productos en todo el Perú gracias a que “el modelo de entrelazamiento suprarregional se desarrollo a partir de una lógica y experiencias locales y a través de la ampliación de esas redes locales se crean otras de larga distancia a nivel étnico”, a pesar de que los cambios, movilizaciones son decisiones que se toman desde cada familia está abierto el ingreso a las redes oras personas o grupos.

Díaz y Lorenzo (2005: 39), muestran varios casos de conformación de redes en los que destacan pequeños productores de calzados en León México que para hacerle frente a la competencia China se han organizado en redes de proveedores y compartiendo esfuerzo en desarrollo de productos y coordinando flujo de producción con tecnología de información y redes de consumo para la adquisición del cuero.

Un caso a mencionar son las cooperativas de frutas dulces de Cataluña España, según estudio de Montegut y Cristóbal (2010) en el cual exponen:

...un 32,6% de las cooperativas de fruta analizadas están integradas en alguna entidad de segundo grado. La mayor parte de las que contestan están asociadas a ACTEL . A nivel de comparación, en la Comunidad Valenciana aproximadamente el 67% de las cooperativas están integradas en estructuras de segundo grado. Domingo Sanz y De Loma-Ossorio (1991) cuantifican en su trabajo que el 36,4% de las almazaras cooperativa andaluzas se encuentran integradas en una cooperativa de segundo grado o superior. Para la provincia de Córdoba el porcentaje es del 77,97% (Pérez Rojas, 1997).

De lo anterior concluyen los autores que comparando con otras asociaciones en otras ciudades de España el grado de asociatividad de la cooperativa de fruta es baja, aunque no deja de ser importante ese 32,6% de integración. La integración está focalizada en la comercialización de productos, además de recibir asesorías en temas agrícolas,



contables, jurídicos e información general de asuntos de interés por parte de la federación que las agrupa.

En otra investigación realizada por Benito (2009) en España sobre redes de colaboración en PYMES afirma que sólo el 7,75 de los microempresarios encuestados pertenecen a redes de empresas, sin embargo el 49,5% considera que en el futuro las microempresas se organizaran en redes de colaboración como una manera de potenciarse. Este estudio arrojó que el 58,03% de las microempresas que pertenecen a redes están ubicadas en Madrid, Andalucía y Valencia; pertenecientes en un 67,74% al sector servicio.

Por su parte Pineda y Flores (2008) en un estudio realizado en el municipio Sucre del estado Falcón Venezuela destacan los resultados que se obtienen por la conformación de la Red de Investigación y Desarrollo en producción y procesamiento de sábila, esta red está constituida por Sector Gubernamental, la Asociación de Productores de Sabía y el sector de Investigación y Desarrollo, en los cuales se obtuvieron los siguientes resultados: Integración de diferentes actores, cursos dictados con más de 196 horas de capacitación, generación de 2 líneas de investigación con 5 proyectos, la creación de 10 de los 14 equipos necesario para el procesamiento de la penca de sabía, 2 licencias o patentes en la generación de los equipos. Mediante una matriz dofa estos autores demuestran que la creación de esta red abrió las puertas a una cultura organizacional comprometida con la cooperación.

La experiencia de la conformación de redes de colaboración ha traído consigo un sin número de beneficios que ha permitido a las organizaciones ocupar posiciones ventajosas o por lo menos mejorarlas; además que exige el desarrollo de un capital social que también fortalece los lazos de las comunidades.

#### **4. Tendencias y Posibles Escenarios a Tener en Cuenta por las Cooperativas:**

Luego de la revisión de la literatura se seleccionó como tendencias importantes a considerar: Las Redes de Colaboración y el Desarrollo de Ventajas Competitivas, son tendencias que están siendo consideradas por las organizaciones a nivel mundial. Esto debido a los procesos de globalización donde las fronteras se abren ampliando los mercados para la comercialización de los productos y la disposición oportuna de información que beneficia los procesos de producción e interacción; pero esas fronteras también están abiertas a aumentar el número de competidores, por lo que el desarrollo de estrategias que permitan obtener ventajas competitivas es predominante si se desea subsistir en el mercado.

En un estudio realizado por Casacoff (2000) en el que señala que las pequeñas y medianas empresas para potenciarse se consolidan en redes de colaboración y al respecto mencionan lo siguiente:

Estas tendencias siguen las huellas de la estrategia originalmente desarrollada por Toyota, en donde se busca operar con un bajo grado de integración vertical apoyado en proveedores con los cuales se mantienen relaciones durables y de cooperación, que llegan, incluso, al planeamiento conjunto de la producción y el desarrollo compartido de los nuevos productos y sus partes (Coriat, 1992a). A su vez, la firma proporciona a sus proveedores asistencia técnica y financiera, y en muchos de ellos mantiene una participación accionaria. P. (21).

La cita anterior deja ver como las grandes empresas también se han beneficiado de las redes de colaboración y son ejemplos seguidos inclusive por pequeñas empresas.

En tal sentido Hernández (2001) sostiene que:

Se acepta casi por unanimidad que uno de los mayores obstáculos que impide el desarrollo de las PyME no es su tamaño, ni los canales de abastecimientos o de comercialización, sino el hecho de actuar aisladas en el proceso productivo. En el actual contexto de globalización, liberalización financiera y cambio tecnológico continuo, las PyME no pueden sobrevivir en forma aislada; es necesario crear un ambiente de colaboración. Esta cooperación puede manifestarse por medio de redes o integraciones verticales y horizontales.

Por los beneficios empresariales que traen consigo las redes de colaboración existen variadas investigaciones en torno a este aspecto en virtud de que puede ser considerado

como un elemento para desarrollar ventajas competitivas, como lo deja ver la cita anterior.

Tolentino y Mejias (2007) señala como las naciones se han asociado para obtener beneficios comunes, y dejan ver que esta es una tendencia que traspasa las fronteras y al respecto dicen: “En la última década, tanto los países centroamericanos como la Unión Europea han mostrado mayor disposición a negociar acuerdos bilaterales de conformidad con las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC)”. Y continúan diciendo: “Es importante tener presente que para la Unión Europea suscribir un Acuerdo de Asociación con Centroamérica forma parte de una tendencia global de negociar acuerdos regionales al no lograrse avances sustantivos en la OMC”. Con lo anterior se muestra las tendencias a la conformación de redes que organizaciones internacionales han considerado como motor dinamizador de sus economías.

Existen cooperativas que han entendido la importancia para el desarrollo de ventajas competitiva que en un porcentaje considerado se han asociado, es el caso de las cooperativas agrarias de Catalunya España un 85% están asociadas a la Federación de Cooperativas Agrarias de Catalunya (FCAC) Salla y Otros (2007). Con relación a la competitividad y el mercadeo de pequeñas empresas en la región zuliana, Ferrer (2007:476) acota: ... un gran número de empresas situadas en el nivel micro que buscan simultáneamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y proactividad, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua.

Ahora bien ante estas tendencias inminentes las cooperativas pueden enfrentarse a los siguientes escenarios para los cuales deben estar preparadas para hacerle frente:

- Las cooperativas asumen conformar Redes de Colaboración para ser competitiva. Las redes de colaboración generan ventajas competitivas a las cooperativas permitiéndole mejor posición en el mercado. Este es un cuadro

ideal en vista de que cuando esta organización internaliza todos los beneficios que le puede brindar la asociación estratégica entre empresas se puede afirmar que desarrollara habilidades que le permitirá ganar en la competencia.

- Las cooperativas asumen conformar Redes de Colaboración. La resistencia al cambio y la falta de acceso a las redes no permite la generación de ventajas competitivas. Este supuesto trae consigo la dificultad de que a pesar de acceder asociarse llevarla a cabo se hace difícil en vista de que los gerentes cooperativos se enfrenten a su cultura de arraigo, donde la desconfianza entre los miembros está presente. Existiendo resistencia a incorporar herramientas tecnológicas que facilitan la carrera competitiva. Lo anterior se puede corroborar con lo afirmado por Ferrer (ob. cit) en cuanto a la capacidad gerencial un 65% de las empresas delegan los cargos directivos a propietarios y familia de propietarios, que aunado a la falta de cualificación para los cargos, distorsiona los potenciales de competencia del talento humano. Asimismo, señala el autor, en cuanto a la estrategia gerencial para enfrentar el entorno competitivo sólo dedica un liderazgo en costos de 79%.
- Las cooperativas se niegan a conformar redes de colaboración. Pero existe en el mercado cooperativas que usan las redes para desarrollar ventajas competitivas. Como se señalo en párrafos anteriores la negación a contar con otras empresas que le permitan a las cooperativas tener la estructura de empresa grande con un poder negociador tanto con los clientes como con los proveedores estaría renunciando a los múltiples beneficios de la mismas; además se le dificultaría la comercialización de sus productos, porque tienen que tener presente que no están sola en el mercado. Pero existen cooperativas que si se han beneficiado de

las redes y han logrado ser competitivas, convirtiéndose en importantes competidores directos.

- Las cooperativas no toman iniciativas en la conformación de redes de colaboración y tampoco tienen interés en aplicar estrategias competitivas. Este último escenario al que se pueden enfrentar estos empresarios es una situación indeseable si se desea tener éxito en la estrategia empresarial. La cooperativa se tendrá que enfrentar sola a un sin fin de debilidades que las caracteriza, estas pueden ser combatidas con la conformación de redes, pero al negarse a asumir esta estrategia, sin lugar a dudas se estará negando también ser competitiva.

Lo anterior se resume en el siguiente gráfico:

Grafico 3. **Matriz Tendencias y Escenarios Cooperativa Artesanal.**



Fuente: Elaboración propia. (Mailyn Medina – Andrés Peraza)

## BIBLIOGRAFÍA

- Ampudia, María (2006). **Referentes teórico-conceptuales y desarrollo de redes de las Pymes en el contexto local-regional-global** Nósis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, agosto-diciembre, año/vol. 15, número 030. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Ciudad Juárez, México pp. 229-256. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx>. [Consulta: 2009, febrero 25]
- Benito, Sonia. (2009). El Papel de las Microempresas en el Desarrollo Económico Regional: Las Redes de Cooperación Empresarial en España. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos. No. 99.
- Bisang y Gutman.(2005) **Redes Agroalimentarias y Acumulación: Reflexiones sobre la experiencia reciente en el Mercosur.** Disponible en <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/ld1073.pdf>. [Consulta: 12/07/2010]
- Bonomie y Meleán. (2007). **Redes Empresariales como Estrategia de Cooperación en el Sector Avícola del Estado Zulia.** Revista Compendium Vol. 10 No. 019. Disponible en [www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista19/01\\_Bonomie\\_Melean.pdf](http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista19/01_Bonomie_Melean.pdf). [Consulta: 07/07/2010]
- Caravaca y González. (2009). Las Redes de Colaboración Como Base del Desarrollo Territorial. Revista electrónica Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-289.htm>. [Consulta: 05/07/2010]
- Colina y Rojas. (2010). **Redes de Innovación Socio Productivas en el Desarrollo Endógeno: Caso Las Peonías.** Revista de Ciencias Sociales. [online]. ago. 2008, vol.14, no.2. Disponible en [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000200007&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000200007&lng=es&nrm=iso). ISSN 1315-9518. [Consulta: 03/07/2010]
- Díaz y Lorenzo. (2005). Procesos de Negocios de PYMES Insertas en Redes de Colaboración. Academia Revista Latinoamericana de Administración No. 34. Colombia. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=71603403> [Consulta: 20/07/2010].
- Erin y Otros.(2000). **Experiencias de la Red Mexicana deTianguis y mercados orgánicos.** Disponible en [http://scholar.google.es/scholar?start=10&q=redes+artesanales+exitosas&hl=es&as\\_sdt=2000](http://scholar.google.es/scholar?start=10&q=redes+artesanales+exitosas&hl=es&as_sdt=2000). [Consulta: 10/07/2010].
- Ferrer, J. (2007) **La competitividad desde el mercadeo social: conjunción estratégica para el fortalecimiento de la pequeña industria zuliana.** Revista Ciencias Sociales (Ve) Vol. XIII No. 3 Sept- Dicb. 2007 p. 468-483. Disponible: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/280/28011681008.pdf> . [Consulta: 15/08/2010].

- Gil y Bedolla (2009). **Redes Dinámicas Neo-artesanales. Aplicaciones de la Teoría de Redes Sociales para el Estudio del Arte Popular en México.** Disponible en [http://revista-redes.rediris.es/html-vol17/vol17\\_10.htm](http://revista-redes.rediris.es/html-vol17/vol17_10.htm). [Consulta: 04/07/2010].
- González, Tania (2007). **Redes de Cooperación Empresarial Internacionales vs Redes Locales.** Revista Venezolana de Gerencia Vol 12 No. 37. Disponible en [http://www.scielo.org.ve/scielo.phd?scrip=sci\\_arttext&pid=S131599842007000100002&lng](http://www.scielo.org.ve/scielo.phd?scrip=sci_arttext&pid=S131599842007000100002&lng). [Consulta: 08/07/2010].
- Hernández (2001). **Elementos de Competitividad Sistémica de las Pequeñas y Medianas Empresas (pyme) del Istmo Centroamericano.** Naciones Unidas. Disponible en [www.elsalvadorcompite.gob.sv/Competitividad%20Pyme%20Centroamerica%20%20Cepal.pdf](http://www.elsalvadorcompite.gob.sv/Competitividad%20Pyme%20Centroamerica%20%20Cepal.pdf). [Consulta: 12/08/2010].
- Kosacoff, B. ( 2000). **Cambios Organizacionales Y Tecnológicos en las Pequeñas y Medianas Empresas. Repensando el Estilo de Desarrollo Argentino.** Disponible en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/13019/CambiosPymes.pdf>. [Consulta: 10/08/2010].
- Montegut y Cristóbal (2010). **Análisis Empresarial de las Cooperativas del Sector de la Fruta Dulce de Cataluña.** REVESCO Revista de Estudios Cooperativos. Tomo 101
- Pineda y Flores (2008). **Impacto del Programa “Redes Innovativas Productivas” sobre las Capacidades de la Red de Sábila del Estado Falcón.** Espacio Abierto Asociación Venezolana de Sociología, vol. 17 No. 001. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/122/12217107.pdf>. [Consulta: 20/07/2010].
- Salla y Otros (2007). **Caracterización de las Almazaras Cooperativas Catalanas.** REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos.
- Sebastián, J. (2000). **Redes de Colaboración Como Modelo Organizativo y Funcional.** Universidad Nacional de Quilmes Argentina. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/907/90701503.pdf>. [Consulta: 05/07/2010].
- Steinhauf y Huber. (1996). **Redes Sociales en una Economía Étnica: Los Artesanos de la Costa Norte del Perú.** Disponible en [http://www.ifeanet.org/publicaciones/boletines/25\(2\)/269.pdf](http://www.ifeanet.org/publicaciones/boletines/25(2)/269.pdf). [Consulta: 20/07/2010].
- Tolentino y Mejias (2007). **Análisis y Propuestas del Sector Pesquero Artesanal de Centroamérica ante el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea.** El Salvador. Disponible en <http://www.observatoriocaue.com/html/boletinesdossier/ccsica/Boletin6.pdf>. [Consulta: 15/08/2010].