

# UNA APROXIMACIÓN AL PERFIL DE LOS ESTUDIANTES DEL MASTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA SOCIAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

**XV Congreso de Investigadores en Economía Social y Cooperativa**  
*Las Cooperativas y la Economía Social en un entorno de recuperación económica*

**Vanessa Campos-Climent**  
**Joan Ramon Sanchis-Palacio**  
IUDESCOOP Universitat de València



## RESUMEN

El Master Universitario en Economía Social (Cooperativas y Entidades no lucrativas) de la Universitat de València cumple ya cuatro años de funcionamiento. Puede ser el momento apropiado para realizar un estudio sobre su gestión a partir de las estadísticas generadas durante dicho período de funcionamiento. La comunicación se centra en el análisis del perfil que mantienen los estudiantes del Master referido a su procedencia geográfica, tipo de titulación académica, relación laboral y otros aspectos más que pueden ayudar a diseñar una caracterización de estos estudiantes.

**PALABRAS CLAVE:** Master, Economía Social, Perfil de estudiantes, Prácticas en empresas.

## 1. INTRODUCCIÓN

La formación universitaria en temas de Economía Social y Cooperativa es cada vez más necesaria por la necesidad que tienen este tipo de organizaciones de mejorar sus niveles de eficiencia. Es por ello que están proliferando cursos de formación dirigidos a este tipo de entidades y a recién titulados que desean especializarse en este campo. Los estudios de postgrado son los que marcan la diferenciación formativa del estudiante universitario con los nuevos planes de estudios de Bolonia, lo que ha generado una oferta masiva de estos. Sin embargo, los postgrados en Economía Social son realmente escasos, sobre todo aquellos que se desarrollan con un enfoque de Administración y Dirección de Empresas. Este es el caso del Máster Universitario en Economía Social (Cooperativas y Entidades no lucrativas) de la Universitat de València que cuenta ya con cuatro ediciones como master oficial reconocido por el Ministerio de Educación.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el perfil del estudiante que cursa el Máster en Economía Social de la Universitat de València con el fin de obtener conclusiones útiles al respecto. Para ello, se realiza un análisis descriptivo sobre los orígenes universitarios, procedencia geográfica, género y formación previa que presentan los estudiantes que han cursado nuestro máster. Asimismo, se analizan también las estadísticas obtenidas sobre la realización de las prácticas externas del máster y el Trabajo Final de Máster.

El Master de Economía Social organizado por el IUDESCOOP se imparte en la Universitat de València desde el curso 2010-2011 con una duración de un año y con un total de 60 créditos europeos (ECTS) (<http://www.iudescoop-formaempleo.es/master-economia-social/>). La última edición incluida en este trabajo corresponde al curso 2013-2014.

Este master incluye: 30 créditos de materias troncales básicas con conocimientos jurídicos (mercantiles y laborales), fiscales, contables, de administración y dirección de empresas, de economía y de políticas públicas; 15 créditos de materias de especialidad en empresas sociales de mercado (diferentes clases de cooperativas, sociedades laborales y mutualidades) y en empresas de no mercado o sin ánimo de lucro (asociaciones y fundaciones); 9 créditos de prácticas externas en empresas de la Economía Social; y 6 créditos correspondiente al trabajo final de Máster (Chaves y Sanchis, 2011).

Pero el elemento diferenciador del Master en Economía Social de la Universidad de Valencia son principalmente los mecanismos que se utilizan para facilitar la inserción laboral de sus estudiantes, sobre todo por lo que hace referencia al trabajo autónomo o autoocupación. Hay que diferenciar entre dos tipos de mecanismos de inserción laboral, los mecanismos académicos y los mecanismos prácticos. Entre los mecanismos académicos incluimos: la realización del trabajo final de Master desde una perspectiva de proyecto empresarial y la realización de seminarios impartidos por profesionales y directivos de empresas de la Economía Social relacionados con los proyectos sociales que dinamizan estas empresas.

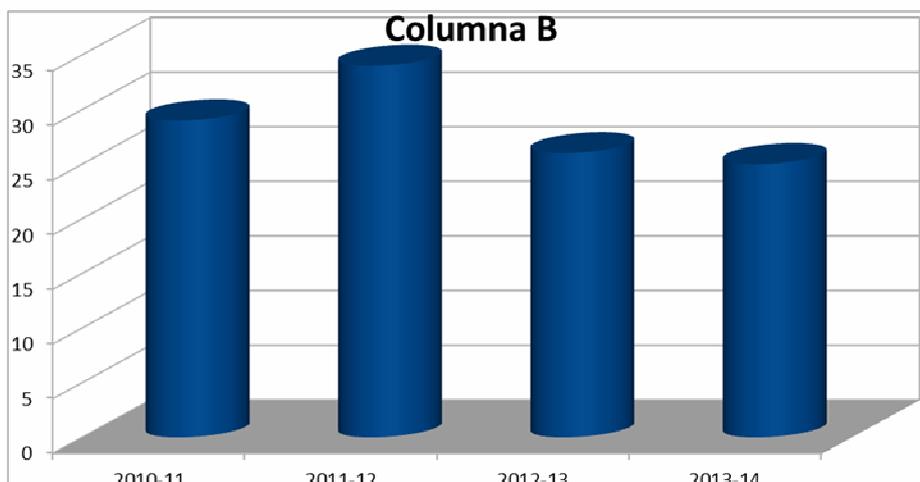
Entre los mecanismos prácticos de inserción laboral se incluyen las prácticas externas. Las prácticas externas consisten en la realización, por parte del estudiante, de 250 horas en una empresa de la Economía Social, mediante un contrato gestionado por la Fundación Universidad-Empresa ADEIT de la Universidad de Valencia. Las prácticas pueden ser remuneradas o no, pero lo más importante de estas es que el estudiante tenga la oportunidad de poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante el primer cuatrimestre del curso y, sobre todo, pueda participar de manera directa en la administración y dirección de una empresa de la Economía Social. El número de empresas es suficiente porque todos los estudiantes del Master suelen llevar a cabo las prácticas y corresponden tanto al sector de mercado de la Economía Social (cooperativas, sociedades laborales y mutualidades) como al sector no lucrativo (asociaciones y fundaciones). El estudiante cuenta con un tutor o tutora de la empresa, así como con un tutor o tutora del Master (que coincide con su tutor de trabajo final de Master), el cual se ocupará de orientarlo en la realización de las prácticas. A la finalización de las prácticas, el estudiante deberá elaborar un informe sobre las actividades llevadas a cabo en la empresa, que deberá ser aceptado por sus tutores, tanto la de la empresa como del Master. Cabe la posibilidad de que el informe pueda servir como material para la elaboración del trabajo final de Master.

## **2. PERFIL DEL ESTUDIANTE DEL MASTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA SOCIAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA**

Transcurridos cuatro cursos académicos desde que se iniciaría la primera edición del Master Universitario en Economía Social, puede ser el momento oportuno de analizar algunos de sus principales aspectos, entre ellos, el perfil del estudiante que ha venido cursando este master durante dicho tiempo. Para ello, se considerarán las siguientes variables: origen y procedencia del estudiante (si pertenece a la Universitat de València o a otra universidad distinta, si es nacional o extranjero y si realizó previamente el MADES o no), formación previa (titulación de grado de la que procede) y género.

Durante los cuatro cursos académicos del Máster, han pasado por el mismo 114 estudiantes, lo que supone una media por curso de 28,5 estudiantes. Su distribución por cursos queda reflejada en el Gráfico 1.

**Gráfico 1.**  
**Evolución de la matrícula de estudiantes del Máster**

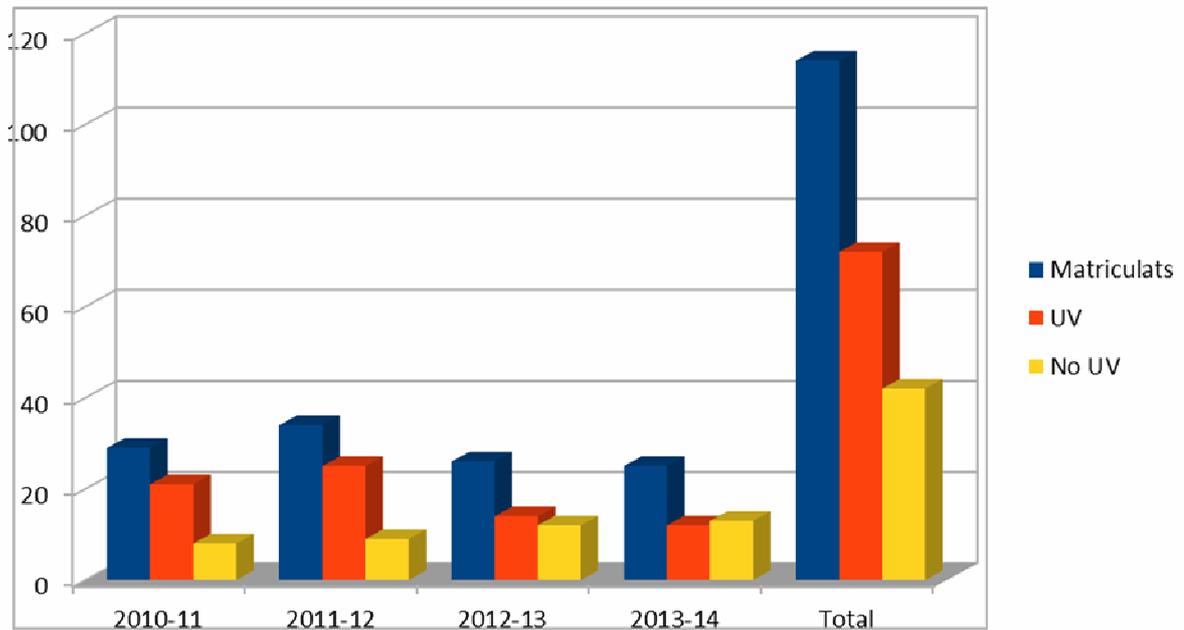


Fuente: elaboración propia

Se ha de tener en cuenta que el máximo de alumnos establecido es de 30, aunque algún curso se ha superado dicha cifra (concretamente el segundo curso se superó en cuatro estudiantes). Se puede observar que durante los dos últimos cursos académicos se ha producido un descenso en el número de estudiantes. Mientras en los dos primeros años, el número de matrícula se sitúa en los niveles máximos establecidos (30 estudiantes), en el dos últimos años se sitúa por debajo de dicho tipo. Esto es debido a que en el curso 2012-2013 se toma la decisión, por parte de la Generalitat Valenciana, de duplicar las tasas de matrícula de los másters de las universidades valencianas, y en el curso 2013-2014 vuelven a aumentar en un 20%. Esta decisión política ha afectado a todos los másters de la Universitat de València; incluso algunos de ellos se han situado en un número de alumnos inferior a los 10, lo que supone su desaparición. Sin embargo, el Máster Universitario en Economía Social ha aguantado la caída de la matrícula por la subida de las tasas, manteniendo su número por encima de los 20 estudiantes. Esto demuestra que el Máster Universitario en Economía Social sigue siendo un curso de postgrado demandado por los estudiantes.

En relación con el origen de los estudiantes que realizan el Máster, el Gráfico 2 muestra la división entre estudiantes procedentes de la propia Universitat de València y estudiantes que proceden de otras universidades distintas. Este dato es importante para valorar el grado de aceptación del máster tanto dentro como fuera de nuestra universidad.

**Gráfico 2.**  
**Origen de los estudiantes del Máster**

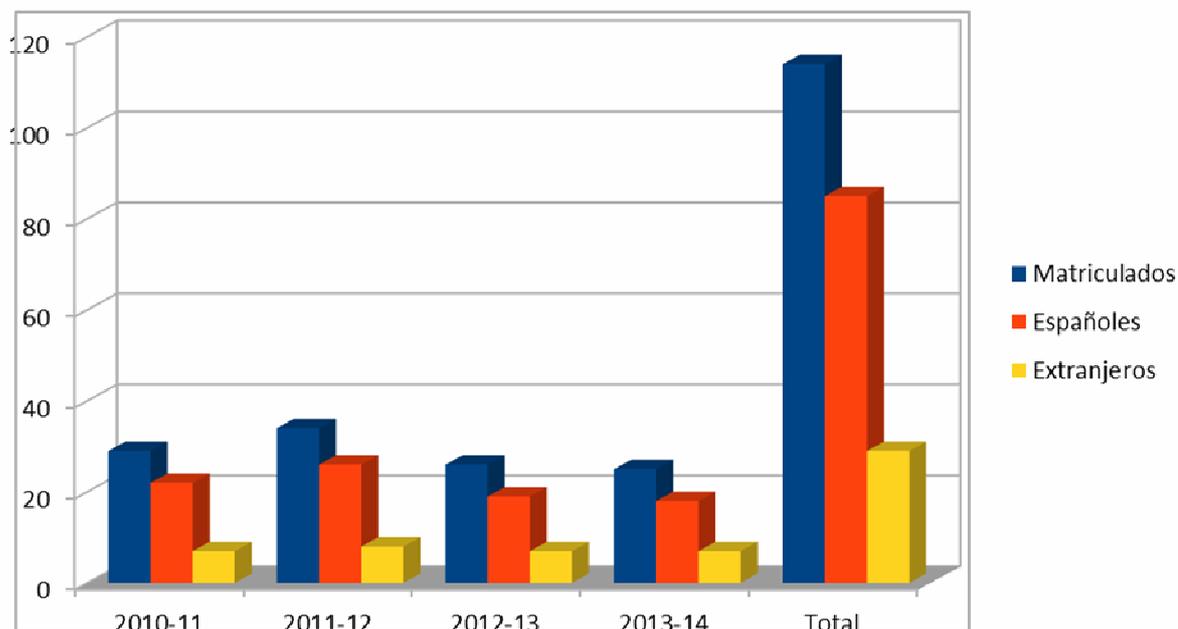


Fuente: elaboración propia

Sobre el total de los 114 matriculados, el 63% proceden de la Universitat de València y el 37% restante proceden de otras universidades distintas. Por cursos académicos, se observa una tendencia descendente en el peso de los estudiantes procedentes de la la Universitat de València, que bajan del 72-73% de los dos primeros cursos al 48% el último curso, por lo que llegan incluso a ser minoritarios en este último curso 2013-2014. Estos datos demuestran que el Máster Universitario de Economía Social de la Universitat de València tiene una buena acogida también fuera de su contexto organizativo, quizás debido a su carácter pionero (fue uno de los primeros masters oficiales implantado en España), único en toda la Comunidad Valenciana y uno de los pocos existentes en todo el Estado español.

Para profundizar en el aspecto relacionado con el nivel de repercusión del máster fuera de la Comunidad Valenciana, puede ser interesante analizar la procedencia geográfica de sus estudiantes. Así, en primer lugar, el Gráfico 3 representa el porcentaje de españoles y de extranjeros que han cursado el máster.

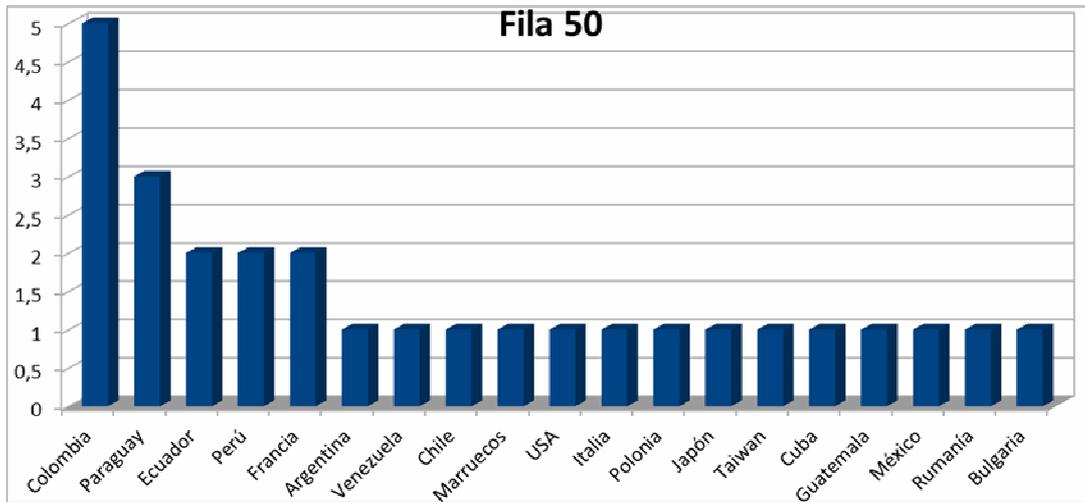
**Gráfico 3.**  
**Procedencia geográfica de los estudiantes del Máster**



Fuente: elaboración propia

Sobre el total de los 114 matriculados, las tres cuartas partes de los alumnos son españoles y el 25% restante son extranjeros; proporción que ha variado ligeramente (en un punto porcentual) durante los dos últimos cursos. Un 25% de estudiantes extranjeros demuestra que el Máster Universitario en Economía Social de la Universitat de València también tiene acogida en el exterior de España, lo que nos obliga a analizar cuáles son los países de procedencia de nuestros estudiantes. El Gráfico 4 refleja la gran diversidad (19 países diferentes) de la procedencia de los estudiantes extranjeros del Máster, originarios de 4 continentes distintos (Europa, América, África y Asia). Destacan en primer lugar los estudiantes procedentes de países latinoamericanos, principalmente de Colombia (17% del total de extranjeros), Paraguay (10%), Ecuador y Perú (7% cada uno) y Argentina, Venezuela, Chile, Guatemala, Cuba y México (3,4% cada uno). En segundo lugar cabe destacar los procedentes de Europa: Francia (7%) y Italia, Polonia, Bulgaria y Rumanía (3,4% cada uno). Y en tercer lugar destacan los procedentes de Asia: Japón y Taiwan (3,4% cada uno). También hemos recibido estudiantes procedentes de USA y de Marruecos. Por tanto, tenemos un más universitario que no solo es reconocido en España sino también a nivel internacional, en especial, en Latinoamérica.

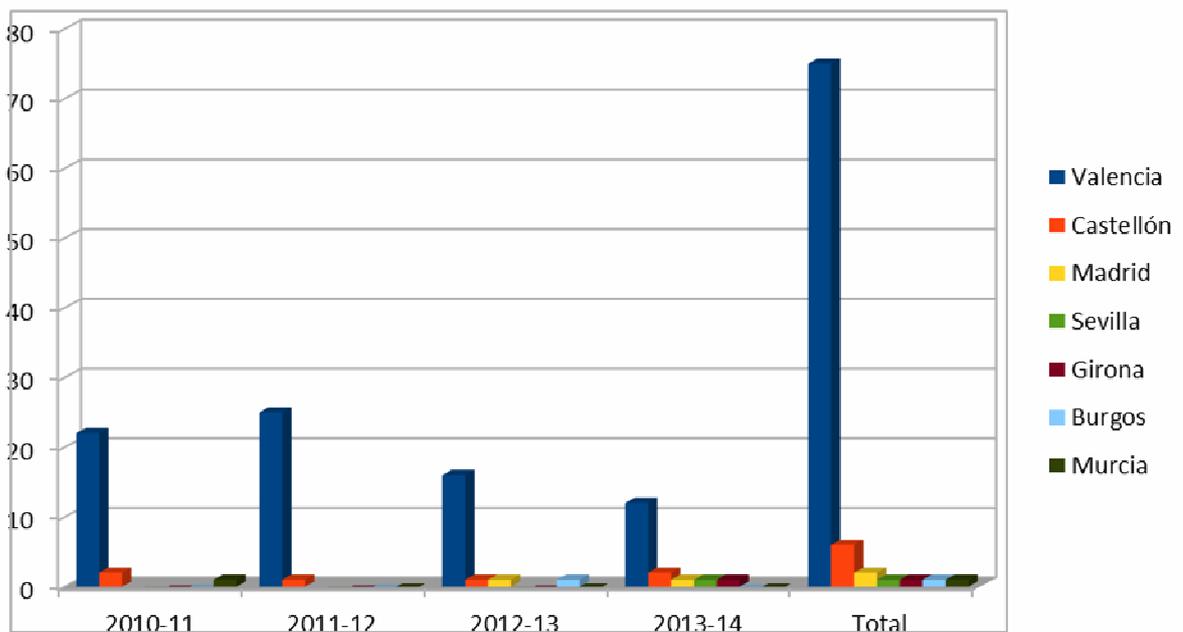
**Gráfico 4.**  
**País de origen de los estudiantes extranjeros del Máster**



Fuente: elaboración propia

Por otra parte, la procedencia de los estudiantes españoles es también diversa, aunque la mayoría proceden de la Comunidad Valenciana y más concretamente de la provincia de Valencia. Además de estudiantes de las provincias de Valencia (86% del total de españoles) y de Castellón (7%), hemos tenido también estudiantes de Madrid (2,3%), Sevilla (1,15%), Girona (1,15%), Burgos (1,15%) y Murcia (1,15%).

**Gráfico 5.**  
**Procedencia geográfica de los estudiantes españoles del Máster**

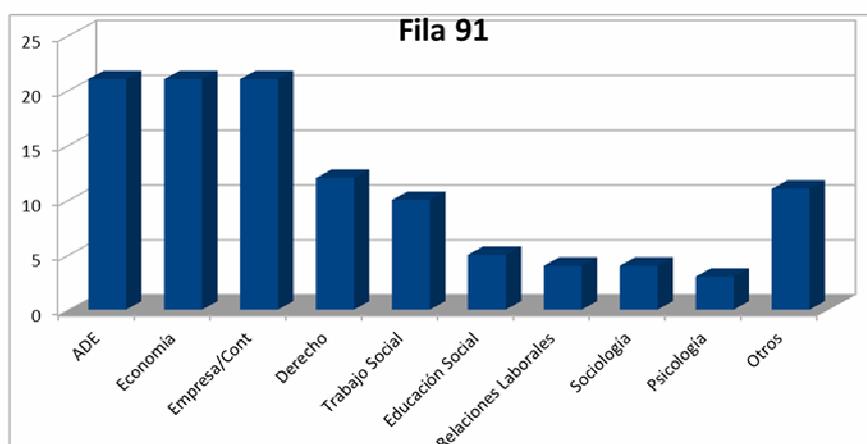


Fuente: elaboración propia

Otra de las variables relevantes en el análisis del perfil de los estudiantes del Máster Universitario en Economía Social de la Universitat de València es la formación universitaria de la cual proceden, diferenciando por una parte entre la titulación universitaria de la que parten (diplomatura, licenciatura o grado) y por otra si proceden del Máster propio en Administración y Dirección de Empresas y Entidades no lucrativas de la Economía Social (MADES), que es el título originario del cual surgió el actual Master oficial Master MAES.

Respecto a la titulación universitaria, según muestra el Gráfico 6, hay tres titulaciones predominantes con un peso cada una de ellas del 18,4% del total que son las titulaciones de Administración y Dirección de Empresas (ADE), Economía y Empresariales/Finanzas y Contabilidad. Estas tres titulaciones representan casi el 60% del total de los estudiantes matriculados, por lo que podemos afirmar que el perfil formativo del estudiante del Máster es un perfil de empresa o economía. Esta preponderancia de estudiantes de titulaciones de empresa/economía se mantiene a lo largo de todos los cursos académicos. No obstante, en un segundo nivel de importancia se sitúan otras titulaciones como Derecho (10,5%), Trabajo Social (8,8%), Educación Social (4,4%), Relaciones Laborales (3,5%), Sociología (3,5%) y Psicología (2,6%), todas ellas titulaciones propias del área jurídica y social. En un tercer nivel se sitúan titulaciones muy diversas y de procedencias heterogeneas como Periodismo, Pedagogía, Políticas, Literatura, Ingeniera Industrial y Topografía. Por tanto, podemos afirmar también que el Master Universitario en Economía Social tiene una aceptación bastante amplia entre múltiples áreas de conocimiento.

**Gráfico 6.**  
**Titulación universitaria de los estudiantes del Máster**



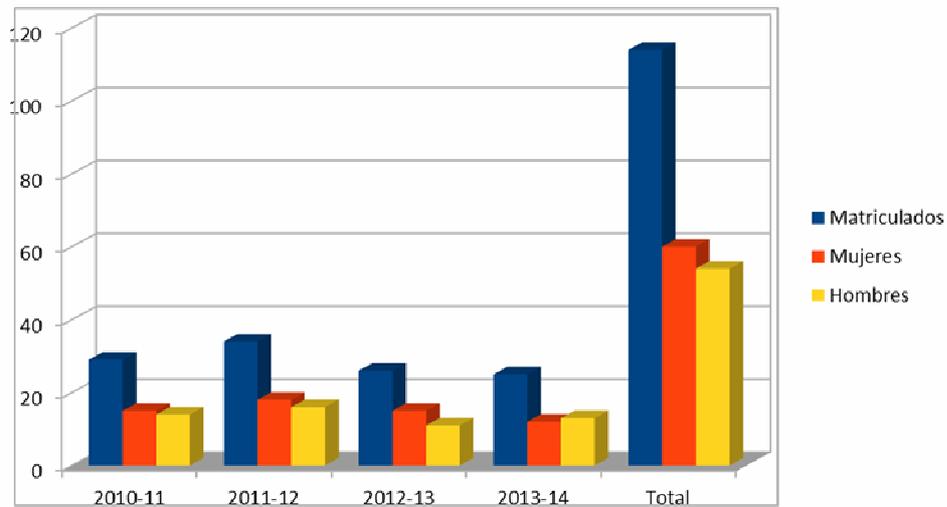
Fuente: elaboración propia

Por último, conviene señalar también el interés por el Máster por parte de aquellos estudiantes que en años anteriores realizaron el Master propio MADES. Sin ser una cifra elevada, el 8% de los estudiantes matriculados procedían del Master MADES.

Para finalizar con el análisis del perfil de los estudiantes del Máster, a continuación se consideran otras dos variables significativas: el género y la especialidad elegida.

Respecto al género, el Gráfico 7 muestra una mayoría de mujeres sobre hombres aunque con una ligera diferencia. Solamente en el último curso (2013-2014), se observa un porcentaje mayor de hombres sobre mujeres.

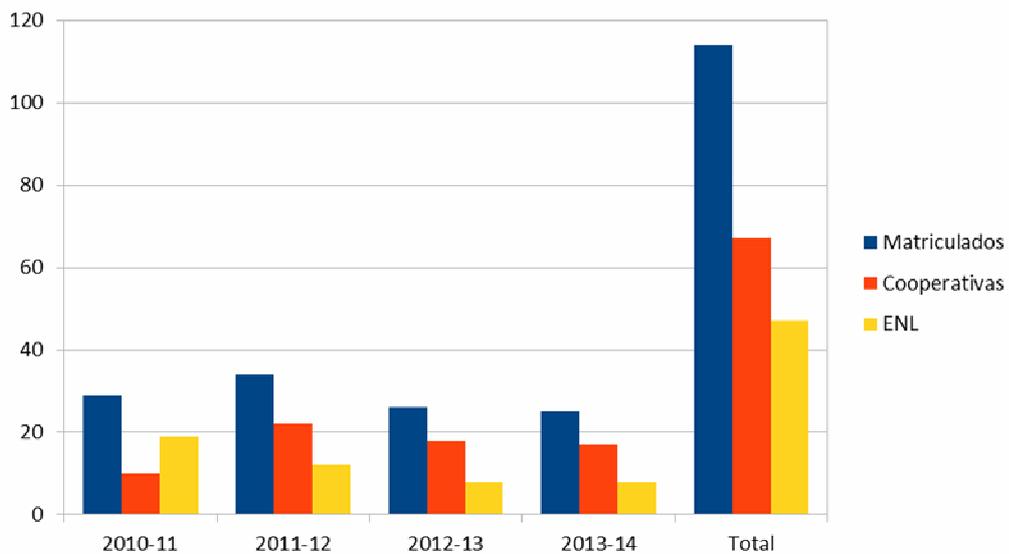
**Gráfico 7.  
Género de los estudiantes del Máster**



Fuente: elaboración propia

Finalmente, la especialidad elegida mayoritariamente por los estudiantes ha sido la de cooperativas, según se ofrece en el Gráfico 8. Así, el 59% del total de estudiantes matriculados en el Máster han elegido la especialidad de cooperativas (Cooperativas y Sociedades Laborales) frente a la especialidad de Entidades No Lucrativas (ENL). Sólo en el primer curso 2010-2011 se produjo una preferencia por la especialidad de ENL (65,5%). La preferencia por la especialidad de cooperativas va aumentando a partir del curso 2011-2012, aunque en el último curso (2013-2014) se produce un ligero descenso.

**Gráfico 8.  
Especialidades elegidas por los estudiantes del Máster**



Fuente: elaboración propia

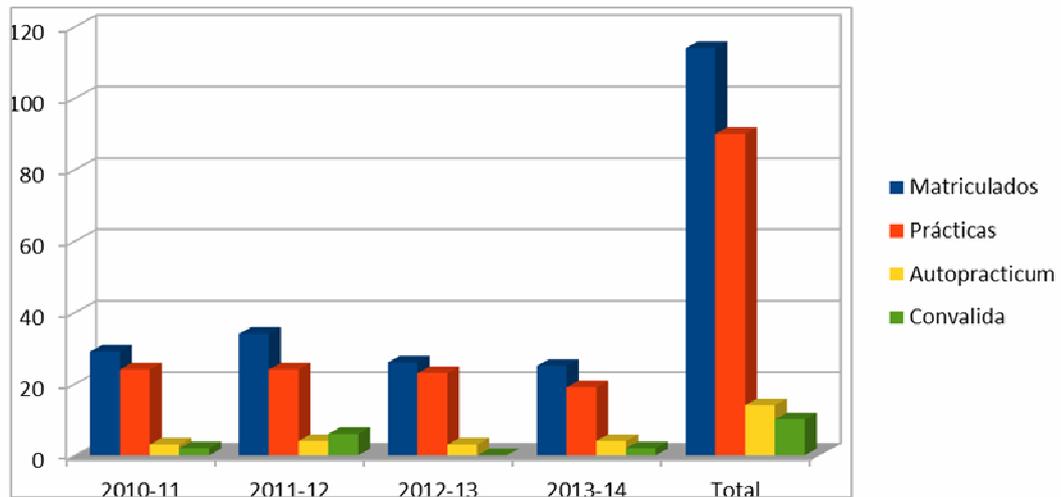
### **3. PRÁCTICAS EXTERNAS Y TRABAJO FINAL DEL MÁSTER**

Puede resultar interesante analizar también algunos datos clave relacionados con dos de los aspectos más importantes del Plan de estudios del Máster: las prácticas externas, que son obligatorias y que suponen 250 horas de trabajo en una organización de la Economía Social (lo que equivale a 9 créditos ECTS); y el Trabajo Final de Máster, trabajo obligatorio que el estudiante tiene que realizar y defender a la finalización de sus estudios del Máster y que representa 6 créditos ECTS.

Para la realización de las prácticas externas, la Comisión de Coordinación Académica del Máster realiza una labor de captación de organizaciones de la Economía Social dispuestas a acoger a los estudiantes. El estudiante tiene que realizar obligatoriamente las prácticas a no ser que solicite la convalidación en el caso de que acredite dos años mínimos de trabajo en una entidad de la Economía Social en puestos relacionados con los contenidos del máster. Por tanto, el estudiante deberá elegir entre el listado de empresas que le ofrece la dirección del Máster o bien realizar un autopracticum, que es cuando el estudiante propone él una empresa en la que realizar las prácticas, bien porque desempeña algún tipo de colaboración con ella o bien porque él mismo ha sido quien ha localizado la empresa. En todos los casos, las prácticas se desarrollan mediante un convenio escrito que gestiona la Fundación Universidad-Empresa ADEIT de la Universitat de València.

Por tanto, una primer cuestión a considerar es cuál es el número total de estudiantes del máster que realizan las prácticas externas del mismo, tal como muestra el Gráfico 9. Del Gráfico se desprende que aproximadamente el 80% de los estudiantes realizan las prácticas que ofrece la propia dirección del máster, el 12% las realiza mediante el autopracticum (se buscan ellos mismos la empresa) y el 8% solicita su convalidación por tratarse de personas que llevan varios años trabajando en organizaciones de la Economía Social. Los porcentajes por cursos académicos son muy similares en el caso de los autopracticum, pero sin embargo varían bastante en el caso de las convalidaciones, pues depende de que en la matrícula se incluyan estudiantes que proceden del mundo de la Economía Social o tienen experiencia laboral previa. De ello se deduce, la importancia de que la dirección del máster realice y consiga una relación apropiada de organizaciones donde realizar las prácticas.

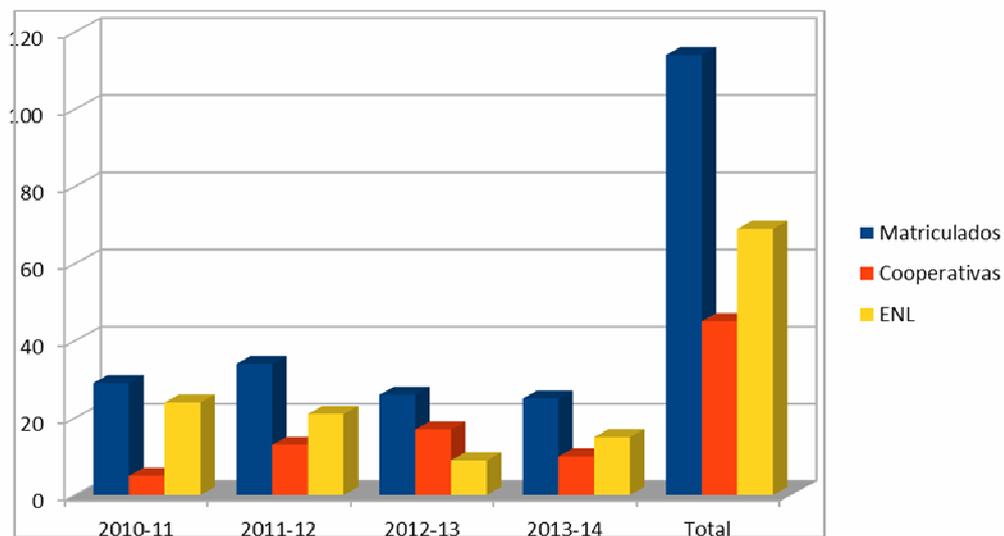
**Gráfico 9.**  
**Estudiantes del Máster que realizan las prácticas externas**



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, no resulta fácil conseguir organizaciones dispuestas a colaborar con el máster acogiendo estudiantes. Después de cuatro cursos académicos, hemos detectado las dificultades que esto supone, sobre todo en lo que se refiere a las cooperativas. Resulta más fácil conseguir entidades no lucrativas interesadas en participar en el máster que cooperativas. Esto es un problema, si tenemos en cuenta que la mayoría de estudiantes del máster eligen la especialidad de cooperativas. El Gráfico 10 muestra el peso de cada una de las dos clases de organizaciones de la Economía Social en las prácticas realizadas por los estudiantes del máster. Se puede observar que la mayoría de organización corresponden a Entidades no lucrativas (ENL), concretamente el 60,5%. Solo en el curso 2012-2013 se invirtió la proporción en favor de las cooperativas.

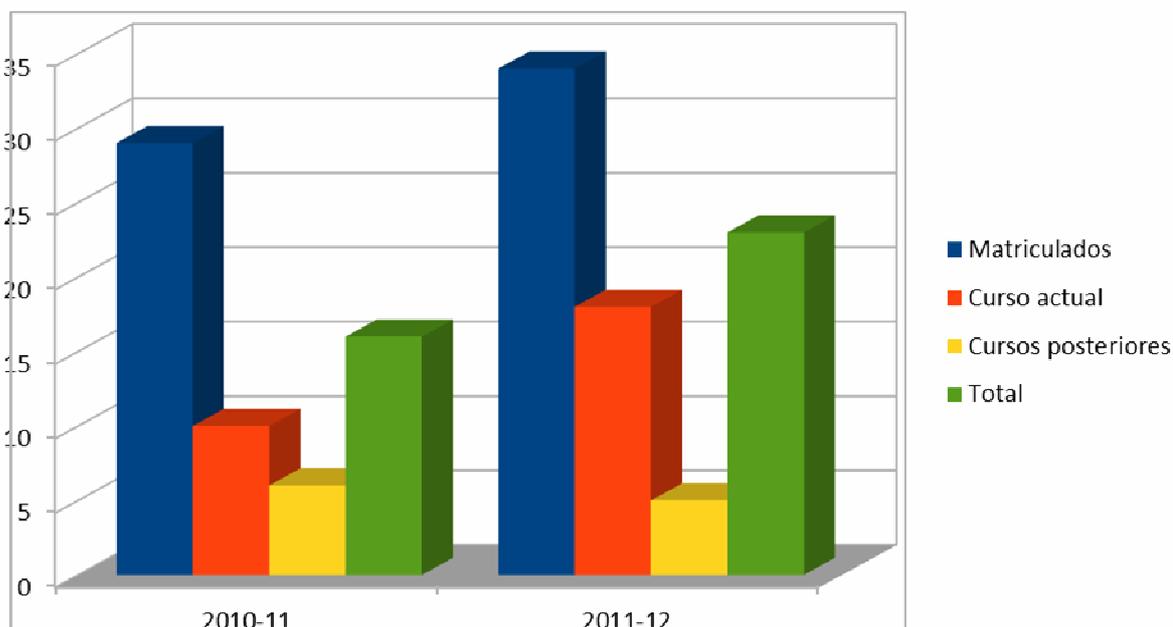
**Gráfico 10.**  
**Tipos de organizaciones en las que se realizan las prácticas del Máster**



Fuente: elaboración propia

Para la finalización del Máster, el estudiante ha de elaborar un Trabajo Final de Master (TFM) que deberá presentar ante un tribunal formado por tres profesores del máster. Para ello cuenta con un tutor o tutora, que es quien lo asesora en su realización. Se ha detectado, durante estos cuatro cursos académicos del máster, que la realización del TFM es la tarea más dificultosa para el estudiante. Un porcentaje significativo de ellos tarda varios años en finalizar el máster porque no consigue defender su TFM dentro del curso académico en el que se matricula por primera vez. Solo se dispone de información completa hasta el curso 2011-2012 (los dos primeros cursos), dado que el curso 2013-2014 aún está en funcionamiento y ni siquiera se ha realizado la primera convocatoria de lectura de los TFM de este curso, que será cuando se presenten también los del curso 2012-2013 que aún no hay finalizado el trabajo. Como se puede apreciar en el Gráfico 11, los porcentajes correspondientes a los estudiantes que han finalizado su TFM (en el curso actual y curso posterior) son del 55% para el primer curso 2010-2011 y del 68% para el segundo curso 2011-2012. Si se considera solamente el porcentaje que finalizaron dentro del mismo curso (en su primera o segunda convocatoria), este es bastante menor: 34,5% para el curso 2010-2011, 53% para el curso 2011-2012 y 58% para el curso 2012-2013. Aún siendo porcentajes bajos que hacen que la ratio de finalización de los estudios (ratio de éxito) se vea perjudicada, se observa una tendencia al alza, sobre todo si se compara el segundo curso con respecto al primero; lo que puede ser explicado por una mejora en la gestión del máster en lo que se refiere a las lecturas de los TFM.

**Gráfico 11.**  
**Estudiantes que han finalizado su TFM**

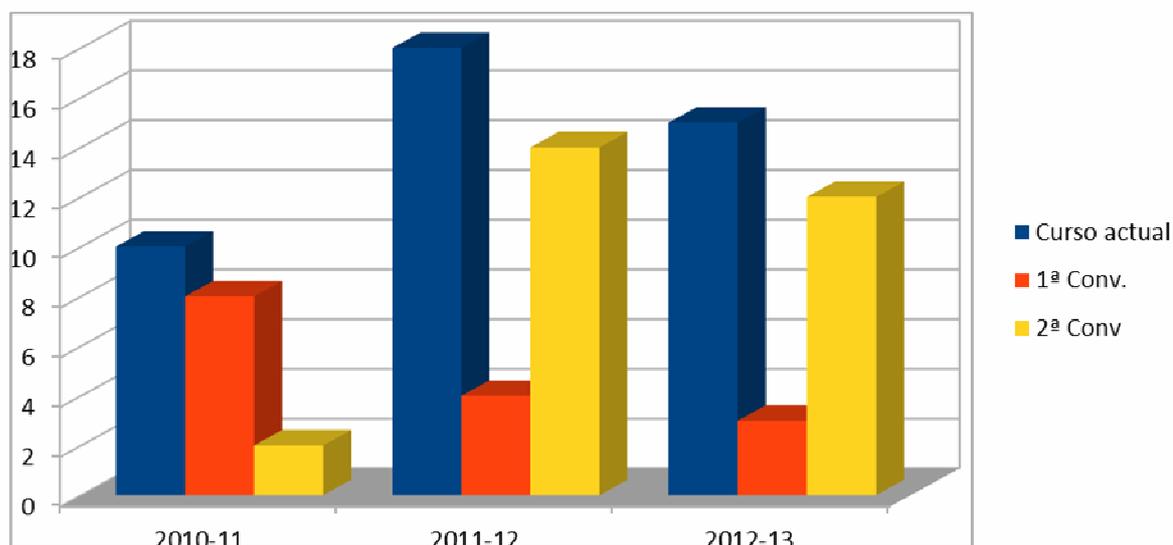


Fuente: elaboración propia

Un último elemento a tener en consideración en relación con el tema de las lecturas de los TFM, es el referente al uso para la lectura del trabajo de la primera o la segunda convocatoria. Dado que durante los tres primeros cursos académicos

existieron tres convocatorias diferentes (julio, septiembre y diciembre)<sup>1</sup>, se ha considerado como 1ª convocatoria las fechas de julio y septiembre conjuntamente y como 2ª convocatoria la fecha de diciembre. El Gráfico 12 muestra esta consideración.

**Gráfico 12.**  
**Lecturas de los TFM del Máster según convocatorias**



Fuente: elaboración propia

Se observa en el gráfico que, a excepción del primer curso académico 2010-2011 que fue un tanto peculiar en este sentido, la gran mayoría de los estudiantes defienden su TFM en la segunda convocatoria. Esto es lógico, si se tiene en cuenta que la finalización de las clases del master se da en el mes de junio, por lo que los estudiantes no disponen de suficiente tiempo para realizar y presentar su trabajo en julio o incluso en septiembre. La eliminación de la convocatoria de diciembre va a incrementar aún más el porcentaje de estudiantes que no finalizan su TFM dentro del mismo curso académico, lo que supondrá un perjuicio para las tasas de éxito de los másters.

#### 4. CONCLUSIONES FINALES

El perfil del estudiante del Máster Universitario en Economía Social de la Universitat de València se caracteriza por ser una mujer con formación en titulaciones de empresa/economía o en todo caso titulaciones sociales y jurídicas procedente de la misma universidad y de origen valenciano que cursa mayoritariamente la especialidad de cooperativas.

Por otra parte, se trata de un Máster ya consolidado con número de alumnos próximo a los 25 (sobre un máximo de 30) y reconocido tanto a nivel nacional como internacional, especialmente en el mundo latinoamericano.

<sup>1</sup> Desde el curso académico 2013-2014 se ha eliminado la convocatoria de diciembre, quedando por tantos dos convocatorias: julio (1ª convocatoria) y septiembre (2ª convocatoria).

Uno de los principales elementos diferenciadores del Máster son las prácticas externas. Se trata de prácticas obligatorias consistentes en realizar 250 horas de trabajo en una organización de la Economía Social. Durante los cuatro cursos académicos del master, se ha comprobado la dificultad para conseguir organizaciones de la Economía Social dispuestas a colaborar acogiendo estudiantes del máster en prácticas. Esta dificultad es mayor en el caso de las cooperativas, lo que hace más complicada la gestión del máster, dado que la mayoría de los estudiantes eligen la especialidad de cooperativas y, por tanto, solicitan realizar las prácticas en este tipo de organizaciones.

La realización y defensa del TFM por parte de los estudiantes del máster es uno de los motivos por los cuales una mayoría importante de ellos no finalizan la totalidad de los créditos del máster dentro del mismo curso académico. Muchos de ellos consiguen defender el TFM en una segunda convocatoria o incluso en cursos posteriores. Esto hecho obliga a introducir mejoras en la gestión de las lecturas de los TFM.

En definitiva, el Máster Universitario en Economía de la Universitat de València, tras cuatro cursos académicos ya realizados, ha conseguido una cierta consolidación en el mercado de los cursos de postgrado en España, si bien existen algunos elementos complejos de gestionar como las prácticas externas y las lecturas de los TFM, que requiere de nuevas medidas de mejora.

## BIBLIOGRAFÍA

- Argudo, J.L. (Coordinador) (2003). *El cooperativismo y la Economía Social en la sociedad del conocimiento*, Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Bel Durán, P. (2006). Investigación en materia de organizaciones de participación: la contribución de la Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO), *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 88, pp. 7-41.
- Chaves, R. (1999). La Economía Social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica, *CIRIEC-España*, 33, pp. 115-140.
- Chaves, R. y Sanchis, J. R. (2011): "La docencia en economía social y cooperativas: bases para la innovación educativa en los programas de postgrado europeo". *@tic, Revista d'innovació educativa*, núm. 6, pp. 105-109.
- Moyano, J. et al. (2002). La enseñanza universitaria en empresas de participación: estado de la cuestión, en Vargas, A. y Lejarriaga, G (directores): *Las empresas de participación en Europa: el reto del Siglo XXI*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, pp. 275-296.
- Muñoz Castellano, R. M. y Sánchez de Pablo, J. D. (2004): "El empresario: tipología, estilo social, estilo de decisión y estilo de dirección. Revisión de la literatura y estudio de un caso." *Revista de Economía y Empresa*, núm. 50, pp. 121-138.
- Sanchis, J. R. (2001). *Dirección Estratégica de Empresas Cooperativas*, Valencia: Editorial Promolibro.
- Sanchis, J. R. (2009): "Gestión de empresas cooperativas y de Economía Social en tiempos de crisis desde la perspectiva estratégica", Ponencia presentada en las XII Jornadas Nacionales de Investigadores del CIRIEC-España, Murcia.
- Sanchis, J. R. y Campos, V. (2007). La Dirección Estratégica en la Economía Social: utilización de herramientas de análisis estratégico en las cooperativas, *CIRIEC-España*, 59, pp. 237-258.
- Sanchis, J. R. y Campos, V. (2008): "La innovación social en la empresa. El caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España", *Economía Industrial*, núm. 368, pp. 187-196.
- Sanchis, J. R. y Camps, J. (1999): Economía Social y Cooperativas como itinerario curricular en la Diplomatura de Relaciones Laborales, *Quaderns de Relaciones Laborales*, 2, pp. 1-13.