



CIRIEC
españa

CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 78, Agosto 2013, pp. 53-70

Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón

Millán Díaz-Foncea
Carmen Marcuello

Universidad de Zaragoza

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2013 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón

Millán Díaz-Foncea
Carmen Marcuello

Universidad de Zaragoza

RESUMEN

En la coyuntura actual, el emprendedor está recibiendo especial atención tanto por parte de la comunidad científica como de las Administraciones Públicas. En este ámbito, la figura del emprendedor cooperativo aporta un nuevo enfoque al incorporar nuevos valores a la actividad empresarial típica que realiza un emprendedor. Este trabajo se centra en las motivaciones principales que tiene el emprendedor cooperativo, a partir de tres ejes: la dicotomía entre emprendedor por oportunidad o por necesidad; en las motivaciones de crear la empresa y escoger la forma jurídica de cooperativa; y, finalmente, en las motivaciones auto-declaradas por el propio emprendedor. Esta investigación se desarrolla de forma específica para la Comunidad Autónoma de Aragón, y para los emprendedores que crearon cooperativas entre Enero de 2008 y Mayo de 2011.

PALABRAS CLAVE: Emprendedor, sociedad cooperativa, creación de empresas, motivaciones, Aragón.

CLAVES ECONLIT: L260, P130, J540, M130.

Cómo citar este artículo: DÍAZ-FONCEA, M. & MARCUELLO, C. (2013): "Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 78, 53-70.

Motivations de l'entrepreneur coopératif en Aragon

RESUME : Dans la conjoncture actuelle, la communauté scientifique et les administrations publiques accordent une attention particulière aux entrepreneurs. La figure de l'entrepreneur coopératif offre un nouvel éclairage en la matière, en intégrant de nouvelles valeurs aux activités entrepreneuriales typiques d'un entrepreneur. Ce travail se concentre sur les principales motivations de l'entrepreneur coopératif, en les répartissant en trois axes : la dichotomie entre entrepreneur par choix ou par besoin ; les motivations pour créer une entreprise et choisir la forme juridique de coopérative, et enfin, les motivations autoproclamées de l'entrepreneur lui-même. Cette étude vise spécialement la région d'Aragon et les entrepreneurs ayant créé des coopératives entre janvier 2008 et mai 2011.

MOTS CLÉ : Entrepreneur, société coopérative, création d'entreprises, motivations, Aragon.

The motives of cooperative entrepreneurs in Aragon

ABSTRACT: In the current situation, both the academic community and government bodies are paying particular attention to entrepreneurs. In this area, the figure of the cooperative entrepreneur contributes a new perspective by bringing new values to the typical business operations conducted by entrepreneurs. The present study centres on the main motives of cooperative entrepreneurs, addressing three aspects: the dichotomy between opportunity-based and necessity-based entrepreneurship, the motives for setting up the company and choosing the legal form of a cooperative, and the motives adduced by the entrepreneurs themselves. It focuses specifically on entrepreneurs who set up cooperatives in the Spanish region of Aragon between January 2008 and May 2011.

KEY WORDS: Entrepreneur, cooperative society, company creation, motives, Aragon.

1.- Introducción

En una coyuntura económica como la actual, la figura del emprendedor cobra gran relevancia, pues es generador de empleo e innovación y muchas de las medidas encaminadas a paliar las crisis guardan relación con el apoyo a su actividad y con el fomento de la adopción de esta alternativa profesional como una fórmula para incrementar el autoempleo. Nótese, por ejemplo, que el Gobierno favorece la utilización de los fondos correspondientes a la prestación de desempleo para la creación de nuevos negocios tanto a través de cooperativas como de otros mecanismos de autoempleo. Del mismo modo, se toman medidas que tratan de incentivar el empleo de personas en situaciones desfavorecidas, que permitan a las empresas el acceso a las distintas fuentes.

En este sentido, el fomento de la creación de sociedades cooperativas es necesario, según la Comisión Europea (CCE, 2004, p. 6), por tres cuestiones principales: En primer lugar, las cooperativas están haciendo posible que “empresarios no tradicionales” asuman responsabilidades empresariales, es decir, las cooperativas pueden desempeñar el papel de escuelas de gestión empresarial, contribuyendo a construir una sociedad basada en el conocimiento y permitiendo que ciudadanos que, de otra manera no podrían acceder a puestos de responsabilidad, desarrollen habilidades directivas y emprendedoras necesarias para un mayor desarrollo económico y social de su entorno. En segundo lugar, el modelo cooperativo es un medio para prestar servicios de alta calidad a grupos que de otra manera no tendrían acceso a ellos porque su oferta no resulta atractiva a las empresas que persiguen un beneficio económico, así ocurre, por ejemplo, en los «servicios de proximidad» como la sanidad y la asistencia social. Finalmente, la estructura cooperativa permite a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) crear asociaciones y redes sostenibles que les posibiliten el desarrollo de unos servicios comunes y la obtención del volumen de capital necesario para acceder a los mercados públicos e implantar economías de escala, aumentando su poder de negociación en unos mercados cada vez más competitivos y concentrados al mismo tiempo que mantienen tanto la independencia y el control de sus propias operaciones, como sus raíces locales. Asimismo, en el mundo agrícola, las cooperativas están fomentando el desarrollo de regiones con dificultades económicas, en las que esta estructura organizativa resulta óptima para fomentar el empleo y la cohesión social (CCE, 2004).

El objetivo de este trabajo es ofrecer una introducción sobre la creación de las sociedades cooperativas en la Comunidad Autónoma de Aragón y presentar las motivaciones de los emprendedores que en este territorio han elegido desarrollar su actividad empresarial bajo un modelo organizativo cooperativista y la forma jurídica de cooperativa de trabajo asociado.

Este trabajo es uno de los primeros en profundizar en las razones por las que se inicia una actividad cooperativa. Existen estudios anteriores (Bretones, 2005; Coll y Cuñat, 2006, 2008) que revisan esta cuestión. Sin embargo, es necesario un nuevo impulso a esta cuestión a partir de la coyuntura actual y ampliar el análisis a nuevos entornos geográficos. De la misma manera, conocer los motivos de la creación de cooperativas permite a las Administraciones y las entidades promotoras de las mismas enfocar con mayor precisión las ayudas existentes, y a los actuales emprendedores advertir sus diferencias y ventajas competitivas respecto a otros modelos de emprendedor. Todo esto es lo que este artículo pretende aportar a la literatura de la creación de cooperativas en España.

2.- Revisión de la literatura

¿Qué razones afectan a la creación de empresas? ¿Y a la creación de cooperativas? Esta cuestión ha llamado la atención de la literatura desde diversas ópticas, siendo las motivaciones que provocan que el emprendedor comience una actividad empresarial uno de los temas relevantes en este ámbito. En el caso de la literatura sobre creación de cooperativas, este fenómeno se ha examinado principalmente a nivel de empresa (Staber, 1989; Russell y Hanneman, 1992; Pérotin, 2006; Podivinsky y Stewart, 2007), siendo pocos estudios (Bretones, 2005; Coll y Cuñat, 2006; Gijssels y Van Opstal, 2008; Díaz-Foncela y Marcuello, 2012) los que analizan la figura del emprendedor como protagonista principal en el surgimiento de estas organizaciones.

Estos estudios han intentado aproximarse al perfil demográfico, las motivaciones e, incluso, las características psicológicas del emprendedor en cooperativas. En concreto, Coll y Cuñat (2006) y, principalmente, Bretones (2005) se han centrado en examinar las motivaciones que tienen estos emprendedores para comenzar su actividad con el formato de sociedad cooperativa.

Según Carsrud y Brännback (2011), las motivaciones serían el link entre la intención de emprender y la acción de crear una empresa. Gartner (1988) señala que, entre los factores que influyen en la creación de empresas (los relacionados con el individuo, el proceso, el entorno y la organización en sí misma), aquellos relacionados con las motivaciones y características del individuo son particularmente cruciales en la decisión de crear empresa, así como también algunos aspectos del proceso y el entorno. Por su parte, Veciana (1988) destaca las motivaciones como aspectos relevantes entre los factores relacionados con la decisión de crear empresa, junto con los rasgos psicológicos, la formación y la experiencia profesional, en lo referente a los atributos personales del emprendedor.

De entre los distintos puntos de vista que describen las motivaciones del emprendedor, los motivos más básicos son el aprovechamiento de una oportunidad y la necesidad (Coduras, 2006). El emprendedor por oportunidad busca obtener éxito por medio del aprovechamiento de una oportunidad para ganar algo, habitualmente entendido en términos económicos (Reynolds et al., 2002; Carsrud y Brännback, 2011). Por otro lado, hay otros emprendedores que tienen motivaciones por la supervivencia, o como comúnmente se conocen, son emprendedores por necesidad (Reynolds et al., 2002; Carsrud y Brännback, 2011). La razón de este emprendedor es la falta de alternativas de trabajo y la necesidad de subsistir (Coduras, 2006).

En este sentido, cabe esperar que el emprendedor cooperativo se asemeje más al emprendedor por necesidad que al emprendedor por oportunidad, más relacionado con el emprendedor tradicional, principalmente si se entiende esta oportunidad en términos puramente económicos. Bretones (2004) apunta hacia esta hipótesis por la necesidad de empleo que subyace en la creación de las cooperativas de trabajadores, más relacionada con los periodos de crisis económica. Conte y Jones (1991) señalan que los emprendedores en cooperativas serían menos propensos al riesgo que los emprendedores tradicionales, debido a su menor capacidad financiera (si no emprenderían individualmente) y a su menor espíritu emprendedor (por ello emprenden colectivamente), lo que permitiría apuntar hacia el emprendimiento por necesidad como el más probable entre este modelo de emprendedor.

Siguiendo a Coduras (2006), estos conceptos de emprender por oportunidad y necesidad se identifican con las expresiones *pull* y *push factors* (Amit y Muller, 1994; Parker, 1997; Clark, 1999). Sarri y Trihopoulou (2005) incluyen distintas motivaciones entre los *push* y *pull factors*. Entre los factores relacionados con los *push factors* incluyen el desempleo, el despido, la necesidad de crecimiento profesional, insatisfacción con el empleo anterior, entre otros. Asimismo, como *pull factors* aparecen el deseo de independencia, de superación, de mayor beneficio, o el de prestigio social.

En este sentido, Coduras (2006), Fuentelsaz et al. (2010) y otros autores relacionados con el Proyecto GEM¹ incluyen como motivaciones generales a tener en cuenta en el estudio del emprendedor tradicional aspectos como el disfrute de independencia, libertad y autonomía, la obtención de dinero, la puesta en marcha de una idea, la tradición familiar, la relación personal o la vocación.

Por su parte, Bretones (2005) señala algunas motivaciones típicas del ámbito cooperativo que deberían ser tenidas en cuenta. Entre ellas se incluyen la afinidad ideológica, la necesidad de tener un puesto de trabajo y el grupo de personas que integraban la cooperativa.

Cabe reseñar el esfuerzo realizado por Bretones (2005) en estudiar las características del emprendedor en cooperativas. En este trabajo, Bretones analiza el perfil socio-demográfico (género, edad, cargas familiares, entorno familiar...) y psicológico (locus of control, necesidad de logro, propensión

1.- El Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es un observatorio internacional sobre la actividad emprendedores en el ámbito mundial que nació en 1999 de la mano de la London Business School y el Babson College.

al riesgo..) del emprendedor en cooperativas, así como en la influencia de las variables laborales previas sobre su conducta (experiencia laboral previa, situación laboral anterior...), y en las variables de entorno sobre la creación de cooperativas (entorno rural/urbano), para lo que realiza un estudio cuantitativo a través de una encuesta a los presidentes de las cooperativas de reciente creación de la Comunidad Autónoma de Andalucía (Sur de España).

Bretones (2005, p. 137) muestra que la principal motivación que condujo a la creación de la cooperativa fue la de “tener un puesto de trabajo” (45,9%), por encima de la “independencia económica” (16,2%) que se situó en segundo lugar, y de “ganar dinero”, que fue seleccionada como la motivación menos importante por el 81,1% de los emprendedores. Además, entre las primeras motivaciones se encontraba también el “desarrollo profesional” y el “aprovechamiento de una oportunidad”, sin embargo, la “afinidad ideológica” se situaba entre los menos relevantes.

Queda pendiente de conocer si estas características son exclusivas de los emprendedores en cooperativas andaluces, o por el contrario, se pueden extrapolar al resto de emprendedores en cooperativas. Asimismo, en el análisis de Bretones (2005) se echa de menos una comparación con las motivaciones de otro tipo de emprendedores (emprendedores capitalistas, por ejemplo).

3.- Datos y Metodología

La recogida y procesamiento de los datos de este estudio ha seguido las pautas utilizadas comúnmente en otras investigaciones relacionadas que han analizado la situación de los emprendedores en nuestro país (principalmente, el proyecto GEM). Así, la obtención de los datos sobre el perfil del emprendedor cooperativo en Aragón se ha realizado a través de la encuestación a los líderes emprendedores de las cooperativas que han sido creadas en Aragón y que se encontraban activas en Mayo de 2011. Estos líderes emprendedores son definidos como *aquellos socios fundadores que tuvieron más peso en el proceso de creación de la cooperativa, según ellos mismos han establecido, entendiendo que una cooperativa es una forma de emprendimiento colectivo dirigido por un equipo de emprendedores.*² El resto de datos básicos de la muestra utilizada aparecen en la Tabla 1.

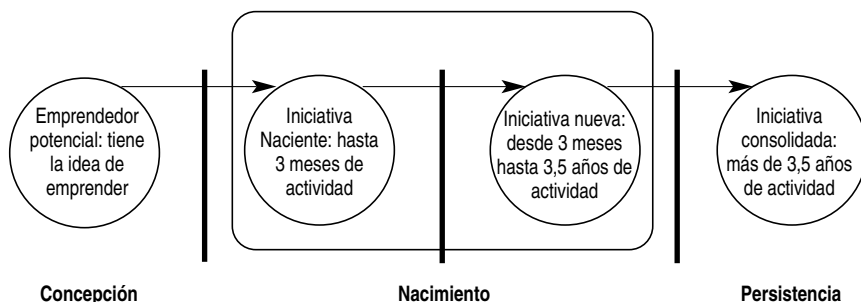
2.- Otros estudios sobre la creación de cooperativas en España [Bretones (2005) en Andalucía; Coll y Cuñat (2006) en la Comunidad Valenciana] han centrado sus encuestas en los presidentes de las cooperativas bajo el argumento de que éste será el líder de la empresa. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, otros socios fundadores también son representativos para obtener el perfil del emprendedor en estas organizaciones y preferimos que sea su propia auto-selección la que establezca quién es el líder de la organización.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio

Universo	Emprendedor que ha creado una Cooperativas de Trabajo Asociado en Aragón desde enero de 2008 a mayo de 2011.
Muestra	39 Cooperativas de Trabajo Asociado (CTA) activas en el momento de la encuestación (67 CTA creadas en el periodo).
Tasa de respuesta	74,4% sobre el total de cooperativas activas en el momento de la encuestación (43,3% sobre población total de cooperativas creadas). 29 observaciones en total.
Método de encuestación	Encuesta presencial mediante cuestionario semi-estructurado.
Proceso de encuestación	1) Búsqueda de los datos de contacto de las cooperativas de la muestra en el Registro de Cooperativas y la Guía telefónica. 2) Contacto telefónico y postal con las cooperativas para solicitar la entrevista. 3) Visita y realización de la entrevista.
Periodo de encuestación	Junio y Julio de 2011.
Trabajo de Campo	Grupo de Investigación GESES - Universidad de Zaragoza.
Codificación de datos	Grupo de Investigación GESES - Universidad de Zaragoza.

Uno de los aspectos relevantes de la muestra utilizada es la relacionada con la definición de emprendedor y el marco temporal al que se circunscriben las iniciativas emprendedoras analizadas. Siguiendo los estándares marcados por la literatura, y de acuerdo con la terminología del Proyecto GEM (Fuentelsaz et al., 2010), el perfil del emprendedor es el de un adulto de entre 18 y 64 años que se halla inmerso en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa (entre 0 y 3 meses trabajando en ello) o de consolidación del mismo (de 3 a 42 meses trabajando en ello) (Coduras, 2008, p. 203). A partir de ese momento, se entiende que el proceso de nacimiento de la empresa ha dado paso a un periodo de estabilización de la actividad empresarial, siendo ya una iniciativa consolidada y necesitando de nuevas habilidades y capacidades relacionadas en mayor medida con el concepto de “gerente” más que con el de “emprendedor”.

Figura 1. Cronograma del proceso emprendedor



FUENTE: Fuentelsaz *et al.* (2010).

Extrapolando la definición anterior a este informe, el emprendedor cooperativo se vincula a aquella persona que mayor relevancia ha tenido en la creación de una empresa bajo la forma jurídica de sociedad cooperativa de trabajo asociado entre enero de 2008 y mayo de 2011, es decir, los 3 años y medio que marcan el margen temporal entre una iniciativa naciente y una consolidada.

Tabla 2. Distribución geográfica de las entrevistas

	Activas	Participan en el estudio	Inactivas	No Localizables
Total Zaragoza	29	23	13	12
Total Huesca	6	4	1	1
Total Teruel	4	2	0	1
Total Aragón	39	29	14	14

Durante este periodo en la Comunidad Autónoma de Aragón se han creado en Aragón 67 cooperativas de trabajo asociado, aunque únicamente 39 de éstas se encontraban activas en el momento de realización de este estudio (mayo 2011). En esta fecha, 14 de las 67 cooperativas se encontraban inactivas y 14, ilocalizables³ (Tabla 2).

4.- Elaboración del cuestionario

En cuanto al cuestionario utilizado, se han seguido los estándares de la investigación sobre emprendedores (Reynolds et al., 2000, 2005; Liñán et al., 2011), con el fin de conocer las características personales de estos individuos.

El cuestionario utilizado incluye otros ítems relacionados con las características de la cooperativa, el proceso de creación de la cooperativa y las características personales del emprendedor cooperativo. Sin embargo, una de las principales secciones es la referida a las motivaciones que empujan al emprendedor cooperativo a crear una cooperativa. Estas cuestiones fueron recogidas de dos fuentes principales: Fuentelsaz et al. (2010), en el caso de las motivaciones generales de creación de empresas, y Bretones (2005), para las motivaciones específicas de cooperativas. Estas fuentes fueron selec-

3.- Durante el periodo de recogida de los datos se intentó localizar a las cooperativas tanto telefónica como postalmente (una de ellas respondió a la solicitud postal que se envió). También se visitaron de forma presencial a todas las cooperativas que fue posible con el fin de corroborar su participación. Los resultados del trabajo de campo son los que aparecen en la Tabla 2.

cionadas con la intención de poder comparar de la forma más ajustada posible los resultados obtenidos por el estudio.

La primera fuente se sitúa dentro del marco del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), lo que otorga a las cuestiones validez y fiabilidad contrastadas, mientras que el segundo es el estudio más reciente realizado sobre motivaciones de los emprendedores cooperativos, habiéndose realizado el estudio de validación de los ítems en su propio análisis.

Asimismo, se ha solicitado también a los emprendedores en cooperativas que auto-seleccionen, en una escala de 1 a 10, si su emprendimiento estuvo motivado por la necesidad o por una oportunidad de negocio, con el fin de mantener el formato sobre motivaciones utilizado en otros estudios (Amit y Muller, 1994; Parker, 1997; Clark, 1999; Sarri y Trihopoulou, 2005; Coduras, 2006; Fuentelsaz et al., 2010).

Finalmente, tras el contraste previo del cuestionario, se incluyó entre las motivaciones el ítem “seguir la recomendación realizada por la asesoría”, ya que surgió como una de las motivaciones importantes tras los contactos previos con asesorías y cooperativas.

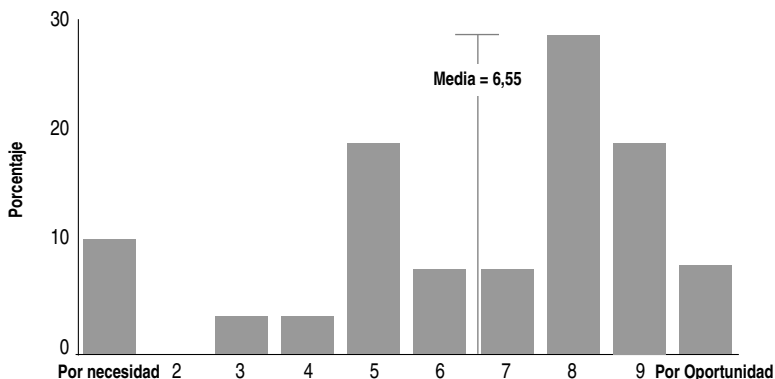
5.- Tipo de comportamiento del emprendedor cooperativo en Aragón

El objetivo de este trabajo es examinar las motivaciones más relevantes en el origen de la actividad de los emprendedores cooperativos en Aragón. Para ello se utilizarán tres clasificaciones, que pretende ofrecer la información cada vez más desagregada con cada una de ellas: una primera que presenta las motivaciones básicas de los emprendedores en cooperativas aragonesas, que diferencia entre emprender por oportunidad o emprender por necesidad. Una segunda se centra en las motivaciones clásicas propuestas en la literatura sobre creación de empresas, con el fin de conocer la propensión hacia ellas de los emprendedores en cooperativas. Finalmente, se presentan las motivaciones auto-declaradas por los emprendedores, sin la influencia de ningún esquema previo.

Motivaciones básicas del proceso de emprendedor

La primera clasificación que suele ser establecida sobre las motivaciones del emprendedor corresponde a dos amplias categorías: emprender por necesidad y emprender por oportunidad. Emprender por necesidad está referido a la existencia de la necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de alternativas; en cambio, el emprendimiento por oportunidad está enfocado al aprovechamiento de una oportunidad de negocio como motivo primario de la iniciativa emprendedora.

Figura 2. Motivación principal de la creación de cooperativas en Aragón



En la Figura 2 se observan los motivos por los que el emprendedor en cooperativas declara haber iniciado la actividad, atendiendo a estas dos clasificaciones. Como se observa, los emprendedores a la hora de crear una cooperativa tiende a tener como objetivo principal el aprovechamiento de una oportunidad (la media se sitúa en el 6,55 y la moda se localiza en el 8). Sin embargo, cabe destacar que más de un 10% de emprendedores crean su cooperativa por la falta de alternativas (se sitúan en el extremo izquierdo de la escala). Otro hecho destacable es que cerca de un 18% se localiza en torno a la mitad de la escala. Este resultado puede tener dos interpretaciones principales: la primera es la indefinición de algunos de estos emprendedores; sin embargo, es posible que otros emprendedores hayan observado una oportunidad de negocio para poder emprender, pero ha sido la falta de otras alternativas la que ha provocado que sigan adelante con la explotación de esa oportunidad.

Este resultado sigue la pauta marcada por las conclusiones del proyecto GEM sobre el emprendedor aragonés (Fuentelsaz et al., 2010). En aquel informe se remarca que más de un 80% de los emprendedores declara haber emprendido por oportunidad frente a un 13,5% que lo hacía por necesidad. Por lo tanto, se puede concluir a la luz de los resultados que decantarse por el emprendimiento a través de una cooperativa no tiene efectos importantes sobre las motivaciones básicas de los emprendedores aragoneses.

Motivaciones generales para emprender

Las motivaciones básicas anteriores pueden ser completadas con el análisis de las razones primarias que tienen los emprendedores para crear cooperativas. En la Figura 3 se presentan las motivaciones de los emprendedores cooperativo en Aragón, diferenciando entre (arriba) aquéllas que pudieran ser asimiladas a la creación de empresas en general (Fuentelsaz et al., 2010; Liñán et al.,

2011) y aquéllas (abajo) específicas relacionados con el surgimiento de cooperativas de trabajo asociado (Bretones, 2005; Coll y Cuñat, 2006), que suponen un nivel de descomposición mayor al mostrado en el anterior apartado.

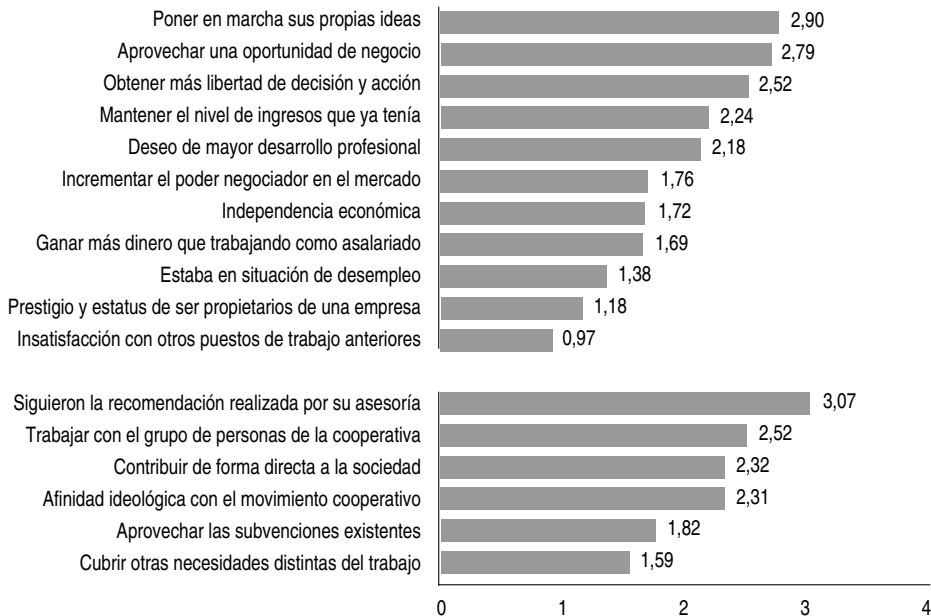
Como se puede observar, el principal motivo por el que los emprendedores en cooperativas han creado una cooperativa está relacionado con el rol prescriptor que tienen las asesorías sobre la decisión final del emprendedor. Son las asesorías consultadas por estos emprendedores quienes han animado a los emprendedores a la selección de la forma jurídica de cooperativa como forma organizativa de su actividad empresarial. En este sentido, parece adecuado extender a Aragón el resultado obtenido por Coll y Cuñat (2008) para la Comunidad Valenciana. Estos autores apuntaban que *los emprendedores en cooperativas suelen recurrir a asesores externos para aquellos aspectos relacionados con las tareas administrativas y de gestión en la empresa* (p. 22), y en algunos casos son las mismas asesorías las que animan a los emprendedores a que elijan la cooperativa como forma organizativa de su actividad empresarial.

Este resultado ofrece un matiz distinto al señalado por la Teoría Institucional, la cual explica que la falta de legitimidad y reconocimiento social, económico y financiero de las cooperativas es una de las limitaciones que existen para el desarrollo de esta forma organizativa en la economía de mercado (Hansmann, 2000; Perotin, 2006). Arando et al. (2009) señalan que el escaso conocimiento sobre la realidad cooperativa de las asesorías impide que los emprendedores seleccionen esta forma organizativa para iniciar su actividad. En nuestro caso, aunque no somos capaces con los datos existentes de refutar el argumento anterior, podemos afirmar que gracias a estas mismas asesorías el número de cooperativas creadas en la Comunidad Autónoma de Aragón ha obtenido un incremento relevante en sus cifras.

En cuanto al resto de motivaciones específicas de la creación de cooperativas, las más importantes son las relacionadas con el equipo de trabajo y con la contribución a la sociedad (una vez descontada la influencia de las asesorías). Por otro lado, destaca que la afinidad con el movimiento cooperativo tiene una influencia superior a la de las subvenciones dirigidas a la creación de las cooperativas como motivo de la creación de estas empresas.

Por otro lado, en cuanto a las motivaciones generales de la creación de empresas, son las motivaciones relacionadas con la independencia personal las que mantienen una posición preponderante entre las motivaciones de los emprendedores en cooperativas (aunque por detrás de la influencia de las asesorías). Estas motivaciones de independencia personal están relacionadas con la puesta en marcha de las propias ideas, el aprovechamiento de una oportunidad de negocio, o la obtención de mayor libertad de decisión y acción. Por detrás se sitúan otras relacionadas con el ámbito económico, es decir, el mantenimiento de los ingresos que ya se tenían, la independencia económica o el ganar más dinero que trabajando asalariado.

Figura 3. Motivaciones de los emprendedores en cooperativas en Aragón



Comparando estos resultados con las motivaciones de otros Emprendedores Cooperativos en otras Comunidades Autónomas, se observa cierta similitud con las principales motivaciones de los emprendedores andaluces en cooperativas (Bretones, 2005), ya que, tanto la posibilidad de ganar dinero como la afinidad ideológica están en una posición secundaria en las motivaciones de estos emprendedores. Por el contrario, la dimensión “obtener un puesto de trabajo” y el “deseo de mayor desarrollo profesional” aparecen entre las últimas motivaciones en Aragón, cuando en Andalucía se encontraba entre las primeras.

Por otro lado, las motivaciones generales comparten ciertas similitudes con las del emprendedor aragonés a nivel general (Fuentelsaz et al., 2010), ya que el deseo de mayor independencia y el mantenimiento de los ingresos también están presentes entre las motivaciones a nivel general. Por el contrario, según el Proyecto GEM en Aragón (Fuentelsaz et al., 2010, pág. 58), la expectativa de un aumento en los ingresos personales es el motivo más relevante en el surgimiento de las iniciativas emprendedoras aragonesas.

Motivaciones auto-declaradas por los emprendedores

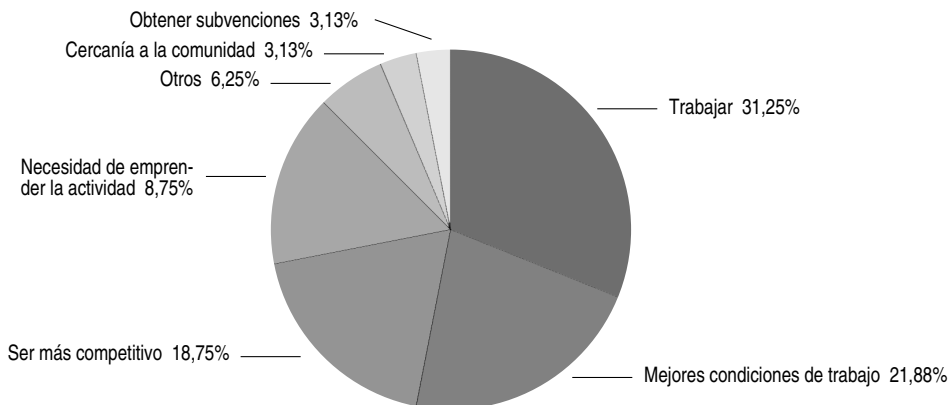
Los emprendedores señalaron la importancia de las motivaciones anteriores entre un conjunto de opciones específicas que se les presentaban. Sin embargo, este formato tiene como inconveniente que las opciones dadas a los emprendedores están cerradas y pueden existir otras motivaciones que no están incluidas entre las opciones propuestas. Por ello, en este apartado se presentan los motivos auto-declarados expresados por los propios emprendedores con el fin de captar las propias impresiones de los mismos. La clasificación expuesta se ha confeccionado a posteriori, en función de la similitud de las motivaciones planteadas. En primer lugar, se presentan la motivación auto-declaradas para crear la empresa, en términos general, y en segundo lugar, se muestran las motivaciones que han llevado a la selección de la forma jurídica de cooperativa, específicamente.

a) Motivaciones para crear la empresa

Atendiendo a las motivaciones auto-declaradas por los emprendedores en cooperativas (Figura 4), la primera motivación, declarada por en el 31,3% de los casos, es obtener trabajo o poder trabajar de alguna manera. Tras esta motivación, aparecen otras tres en porcentajes similares (22%, 19% y 16%) que corresponden a la obtención de mejor condiciones de trabajo que en trabajos anteriores a través de la creación de una empresa, la necesidad de ser más competitivos y la de emprender la actividad a la que se dedican, respectivamente. Tras estas motivaciones, aparecen otras de menor calado relacionadas con la relación con la comunidad y la búsqueda de subvenciones por la creación de una nueva empresa.

Este orden es similar al que Bretones (2005) obtuvo para los emprendedores cooperativos en Andalucía. En su caso, la motivación “tener un puesto de trabajo” también fue la más elegida, seguida de la “independencia económica y personal”. Asimismo, Coll y Cuñat (2008, p. 28) señalan que los socios cooperativistas *consideran a la empresa como una oportunidad de empleo, y que su principal pretensión [de los socios] es poder conseguir un volumen de negocio suficiente*, como se puede observar también en la segunda y tercera motivación en nuestros resultados. Así, siguiendo la conclusión de Bretones (2005), se puede apuntar que las necesidades laborales obtuvieron un peso mayor que las económicas.

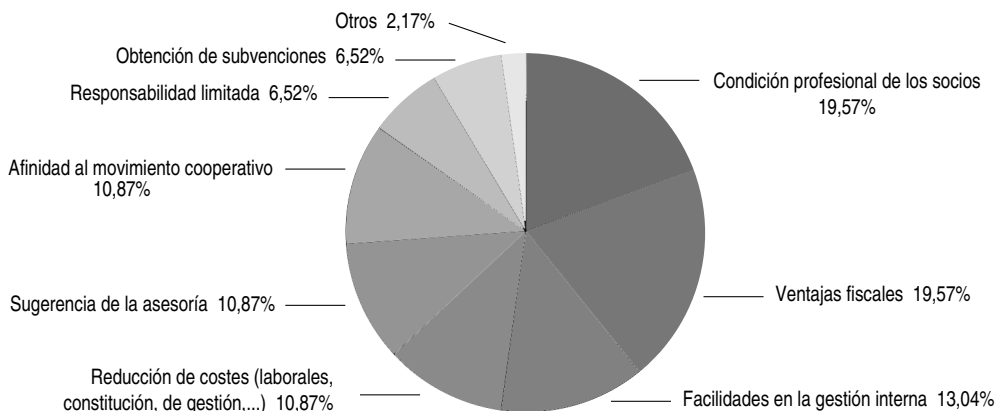
Figura 4. Motivaciones auto-declaradas sobre la creación de la empresa



b) Motivaciones para seleccionar la forma jurídica de cooperativa

En cuanto a las motivaciones específicas para la creación de una cooperativa de trabajo asociado (Figura 5), los emprendedores declaran que eligieron la forma jurídica por la utilidad que reportaba la condición de socios que se establece la cooperativa en casi un 20% de los casos. En un porcentaje similar, la elección se debe a las ventajas fiscales que tienen estas formas jurídicas en la legislación actual.

Figura 5. Motivaciones auto-declaradas sobre la elección de la forma jurídica



En un nivel inferior, cercano al 12% de los casos, la elección de la forma jurídica de cooperativa de trabajo asociado está relacionada con la facilidad de gestión interna de la organización, la reducción de costes de diversas clases (laborales, en la creación de la empresa o en la gestión de la misma, entre otras), la sugerencia de la asesoría sobre las bondades de estas sociedades, así como por la afinidad al movimiento cooperativo. Finalmente, en un umbral inferior, motivaciones como la responsabilidad limitada frente a las deudas que se generen en la sociedad y la obtención de subvenciones (entendidos como un concepto distinto de las ventajas fiscales) aparecen entre las opciones auto-declaradas de los emprendedores en cooperativas (un 6% de los casos en ambas dos).

6.- Conclusiones

El emprendedor cooperativo aporta un nuevo enfoque a la coyuntura actual al incorporar nuevos valores a la actividad empresarial típica que realiza un emprendedor. Conocer las motivaciones y el perfil de estas personas puede ayudar a utilizar mejor aquellos incentivos que ya existen en la legislación actual para desarrollar todo el potencial que estas organizaciones tienen.

Las conclusiones principales que se obtienen son que el emprendedor cooperativo en Aragón emprende principalmente por oportunidad, al contrario que los resultados obtenidos por Bretones (2005) para Andalucía, quien explicaba que la motivación principal era la falta de trabajo. No obstante, cabe destacar que más de un 10% de emprendedores crean su cooperativa por la falta de alternativas (se sitúan en el extremo izquierdo de la escala). Otro hecho destacable es que cerca de un 18% se localiza en torno a la mitad de la escala. Este resultado puede tener dos interpretaciones principales: la primera es la indefinición de algunos de estos emprendedores; sin embargo, es posible que otros emprendedores hayan observado una oportunidad de negocio para poder emprender, pero ha sido la falta de otras alternativas la que ha provocado que sigan adelante con la explotación de esa oportunidad.

Por otro lado, se observa la importancia que tienen las asesorías como prescriptoras de la forma jurídica de cooperativa. Asimismo, se aprecia que las principales motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón están más relacionadas con las típicas de la creación de empresas (superación personal, independencia...) que con cuestiones que podrían, en principio, estar vinculadas al ámbito de la búsqueda de empleo (situación de desempleo...) y las ayudas a la creación de este tipo de organizaciones.

No obstante, se observa cierta incoherencia al dejar a los propios emprendedores cooperativos que declaren las causas principales para crear la cooperativa, apareciendo el trabajo y las subvenciones entre las más destacadas. Esto puede estar en relación con la necesidad de que exista un hecho

impulsar del proyecto (la necesidad de trabajo) a pesar de que hasta que no se observa la oportunidad de negocio no se decida comenzar la actividad.

Estos resultados permiten observar la necesidad de profundizar en el análisis del perfil de los emprendedores en cooperativas, para evitar estas incoherencias y plantear las líneas más importantes en su decisión de desarrollar el proyecto en esta forma organizativa. Asimismo, las agencias de promoción (como puedan ser las asesorías) aparecen como principales factores de la selección de esta forma organizativa. Es necesario que las Administraciones Públicas tengan en cuenta estas cuestiones para desarrollar iniciativas coherentes para la promoción de este modelo emprendedor, que tanto impacto puede tener en la solución a la coyuntura económica, social y cultural que actualmente sufrimos.

Bibliografía

- AMIT, S. & MULLER, E. (1994): "Push" and "Pull" entrepreneurship. *Frontiers of entrepreneurship research*, Babson, UK.
- ARANDO, S., PEÑA, I. & VERHEUL, I. (2009): "Market entry of firms with different legal forms: an empirical test of the influence of institutional factors", *International Entrepreneurship Management Journal*, 5, 77-95.
- BRETONES, F.D. (2004): "Actitudes, Motivaciones y Creación de Empresas: El caso de los Emprendedores en el Sistema Cooperativo", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 84, 37-52.
- BRETONES, F.D. (2005): *Dimensiones psicosociales de los emprendedores empresariales: los cooperativistas de trabajo asociado en Andalucía*, tesis doctoral, Universidad de Granada, Granada.
- CCE (2004): *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: sobre fomento de las cooperativas en Europa*, Bruselas, 23/2/2004 COM (2004) 18, Comisión de las Comunidades Europeas.
- CARSRUD, A. & BRANNBACK, M. (2011): "Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?", *Journal of Small Business Management*, 49 (1), 9-26.
- CLARK, S. (1999): *Be a push not a pull entrepreneur*, American Management Association.
- CODURAS, A. (2006): "La motivación para emprender en España", *Ekonomiaz*, 62 (2), 12-39.

- CODURAS, A. (2008): "Proyecto GEM o Global Entrepreneurship Monitor". En Galindo Martín, M.A. (Coord.): *Diccionario de Economía Aplicada. Política Económica, Economía Mundial y Estructura Económica*, Ecobook, Madrid, pp. 403-404.
- COLL, V. & CUÑAT, R. (2006): "Análisis de los factores que influyen en el proceso de creación de una cooperativa de trabajo asociado", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 88, 128-161.
- COLL, V. & CUÑAT, R. (2008): "Nuevas cooperativas de trabajo asociado: Un análisis del proceso de creación basado en la Teoría Fundamentada", *Revista Venezolana de Economía Social*, 15, 11-36.
- CONTE, M.A. & JONES, D.C. (1991): "On the entry of employee-owned firms: theory and evidence from US manufacturing industries, 1870-1960", Working Paper No. 91/5, Department of Economics, Hamilton College, Clinton, NY.
- DÍAZ-FONCEA, M. & MARCUELLO, C. (forthcoming): "The cooperative entrepreneur: A model of collective management", *Canadian Journal of Administrative Sciences*.
- FUENTELOSAZ, L., BERNAD, C., GARRIDO, E., GÓMEZ, J., MAÍCAS, J.M., ORCOS, R., ORTEGA, R. & PALOMAS, S. (2010): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2009-Aragón*, Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- GARTNER, W.B. (1988): "'Who Is an Entrepreneur?' Is the Wrong Question", *American Journal of Small Business*, 12 (4), 11-32.
- GIJSELINCKX, C. & VAN OPSTAL, W. (2008): "Entrepreneuriat coopératif", In: Van Opstal, W., Gijselinckx, C. & Develtere, P. (Eds.), *Entrepreneuriat cooperative en Belgique. Theories & Practiques*, Leuven, Belgique: Ed. ACCO.
- HANSMANN, H. (2000): *The Ownership of Enterprise*, 1st Harvard University Press paperback ed., Cambridge (Massachusetts); London: Harvard University Press.
- LIÑÁN, F., URBANO, D. & GUERRERO, M. (2011): "Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain", *Entrepreneurship & Regional Development*, 23 (3-4), 187-215.
- PARKER, A. (1997): *The push and pull of a vision. Motivations and strategies for entrepreneurs*, Evan Carmichael.
- PÉROTIN, V. (2006): "Entry, exit & the business cycle. Are cooperatives different?", *Journal of Comparative Economics*, 34, 295-316.
- PODIVINSKY, J.M. & STEWART, G. (2006): "Why is labour-managed firm entry so rare?: An analysis of UK manufacturing data", *Journal of Economic Behavior & Organization*, 63 (1), 177-192.
- REYNOLDS, P.D., HAY, M., BYGRAVE, W.D., CAMP, S.M. & AUTIO, E. (2000): *Global Entrepreneurship Monitor 2000. Executive Report*, Babson College/Ewing Marion Kauffman Foundation, London Business School.

- REYNOLDS, P.D., BYGRAVE, W.D., AUTIO, E., COX, L. & HAY, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor: 2002, Executive Report*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, USA.
- REYNOLDS, P.D., BOSMA, N., AUTIO, E., HUNT, S., DE BONO, N., SERVAIS, I., LÓPEZ-GARCÍA, P. & CHIN, N. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- RUSSELL, R. & HANNEMAN, R. (1992): "Cooperatives & the business cycle: The Israeli case", *Journal of Comparative Economics*, 16 (4), 701-715.
- SARRI, K. & TRIHOPOULOU, A. (2005): "Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation", *Women In Management Review*, 20 (1), 24-36.
- STABER, U. (1989): "Organizational Founding's in the Cooperative Sector of Atlantic Canada: An Ecological Perspective", *Organization Studies*, 10 (3), 381-403.
- VECIANA, J.M. (1988): "Empresari i procés de creació d'empreses", *Revista Econòmica de Catalunya*, 8, 53-67.