# Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón

Díaz-Foncea, Millán

Marcuello, Carmen

*Universidad de Zaragoza*

**Abstract**

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.

**Keywords**

Emprendedor, sociedad cooperativa, creación de empresas, motivaciones, Aragón.

# Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón

**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 el perfil 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 forma parte de una investigación más amplia sobre el perfil del emprendedor cooperativo en Aragón. Con ella se espera ampliar la visibilidad y la relevancia de los emprendedores que deciden comenzar una aventura empresarial en formato cooperativo, evidenciando las fortalezas y oportunidades que tienen, así como las dificultades a las que se enfrentan. Asimismo, 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.

**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 *aquéllos 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*.[[1]](#footnote-2) El resto de datos básicos de la muestra utilizada aparecen en la Tabla 1.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio

|  |
| --- |
| **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 del Informe

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **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, ilocalizables[[2]](#footnote-3) (Tabla 2).

**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 aragoneses, 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 las iniciativas emprendedoras en cooperativas



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 (azul) aquéllas que pudieran ser asimiladas a la creación de empresas en general (Fuentelsaz et al., 2010; Liñán et al., 2011) y aquéllas (morado) 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 emprendedores 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.

*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**

*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).

**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**

Arando, S., Peña, I. y 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. (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.

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. y 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.

Fuentelsaz, L.; Bernad, C.; Garrido, E.; Gómez, J.; Maícas, J.M.; Orcos, R.; Ortega, R. y Palomas, S. (2010): Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2009-Aragón, Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

Hansmann, H. (2000). The Ownership of Enterprise. 1st Harvard University Press paperback ed., Cambridge (Massachusetts); London: Harvard University Press.

Perotin, 2006).

Liñán, F.; Urbano, D. y Guerrero, M. (2011): Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain, Entrepreneurship & Regional Development, 23 (3-4), 187-215.

1. 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. [↑](#footnote-ref-2)
2. 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. [↑](#footnote-ref-3)