

ACTITUDES, MOTIVACIÓN Y CREACIÓN DE EMPRESAS: EL CASO DE LOS EMPRENDEDORES EN SISTEMA COOPERATIVO

POR
FRANCISCO DÍAZ BRETONES*

RESUMEN

El fenómeno del cooperativismo ha sido estudiado desde diversas perspectivas con el fin de describir las semejanzas y diferencias con respecto a otras fórmulas jurídicas empresariales. La bibliografía es prolija en el estudio histórico, descriptivo, legislativo y contable, pero las actitudes y motivaciones de los propios socios cooperativistas no han sido estudiadas, especialmente en las de trabajo asociado. Tradicionalmente, el estudio sobre la creación de empresas en general se ha realizado desde un esquema schumpeteriano entendiendo que los empresarios poseen unas características que los diferencian del resto de la población trabajadora. En el caso de las cooperativas de trabajo asociado varios han sido los argumentos utilizados para explicar tales motivaciones: el empleo, las subvenciones o, finalmente, la ideología y los valores. En el presente artículo, tras analizar de manera genérica las actitudes y motivaciones de los empresarios repasamos esos argumentos en la decisión de crear una cooperativa de trabajo asociado citando estudios que corroboran o refutan tales ideas. Finalmente, se aportan otras explicaciones sobre la actitud y motivación hacia la creación de cooperativas de trabajo asociado.

Palabras clave: Cooperativa de trabajo asociado, empresario, empleo, subvención, ideología, estereotipo, perfil, valores

ABSTRACT

The phenomenon of cooperatives has been studied from different perspectives in order to explain its likeness and differences relative to

* Profesor del Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento de la Universidad de Granada. Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos.

other managerial systems. There is a large bibliography of historical, descriptive, legislative and accounting studies, but the owner's cooperative attitudes and motivations have not been studied, especially in worker cooperatives. Traditionally, the study of the creation of companies, in general, has been carried out from Schumpeter's point of view understanding that entrepreneurs have different characteristics from the worker population. In the case of worker cooperatives, several arguments have been used for their appraisal: the employment, the subsidies, or, finally, the ideology and the values. In this present article, analysing the entrepreneurs' attitudes and motivations we review these arguments about the decision to create a worker cooperative, citing diverse studies that corroborate or refute such ideas. Finally, other explanations are offered on the attitude and motivation for the creation of cooperative.

Key words: Worker cooperative, entrepreneur, employment, subsidies, ideology, stereotype, profile, values

1. INTRODUCCIÓN

Las políticas y acciones para el fomento de la conducta empresarial han experimentado un notable incremento a partir de la década de los años 90 en prácticamente todos los países occidentales. Tal auge ha sido debido, entre otras razones, a la inestabilidad actual del mercado de trabajo, a la prevalencia de valor de lo «privado» sobre lo «público» y al deseo de los ciudadanos por satisfacer sus intereses y necesidades individuales fuera de las organizaciones ya existentes.

A partir de esta realidad social se han desarrollado diversas investigaciones (sobre todo norteamericanas y con menor intensidad europeas) para determinar las características esenciales de estos nuevos empresarios¹. De manera general, los modelos clásicos sobre el estudio de los emprendedores se han centrado, sobre todo, en aproximaciones sobre rasgos sociodemográficos (familiares, laborales y formativos) y de personalidad específicos siguiendo el modelo schumpeteriano de empresario entendido éste como un tipo especial de persona con características individuales que los diferenciarán de los gerentes de esas mismas empresas y del resto de la población.

En posteriores estudios se ha profundizado más en dichos rasgos señalando otros de carácter psicosocial como, por ejemplo, la moti-

¹ SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoría del desenvolvimiento económico*. Mexico: Fondo de Cultura Económica. 1963 [original de 1911]. 255 p.

vación de logro o tendencia del empresario hacia tareas que considere desafiantes y difíciles²; o determinadas características diferenciales de personalidad como, por ejemplo, su mayor tendencia a realizar atribuciones internas de los acontecimientos que ocurren en su vida³. Dicha tendencia tendría, por otra parte, cierta lógica, ya que aquellas personas que supongan que las acciones no dependen de su esfuerzo, difícilmente se embarcarán en aventuras empresariales.

Estas aproximaciones han pretendido caracterizar a los empresarios con el fin de poder determinar las variables que predigan la conducta empresarial de futuros emprendedores.

Sin embargo, en los últimos años se están iniciando nuevas líneas de investigación que centran más su atención en factores tales como las actitudes, las motivaciones y las percepciones hacia la creación de empresa, como mejor aproximación y predictor al estudio de la conducta emprendedora. Pensemos que las personas no solemos actuar de manera azarosa, sobre todo en aquellos asuntos que consideramos especialmente importantes sino que, detrás de la mayoría de nuestras acciones significativas, suele existir un porqué, una actitud y una motivación.

Centrándonos en la actitud, ésta es una predisposición a realizar una acción. Por tanto, su principal virtualidad es que, a través de ellas, podemos predecir la conducta de las personas, promoviendo o inhibiéndolas en consecuencia. Existen multitud de definiciones

² McCLELLAND, David *La sociedad ambiciosa*. Madrid: Guadarrama, 1968, 2 tomos 905 p.

McCLELLAND, David C. y BURNHAM, David H. Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, march-april, 1976, p. 100-110. PANDEY, Janak y TAWARY, N. B. Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of Occupational Psychology*, n.º 52, 1979, p. 107-111. HORNADAY, J. A. y ABOUD, J. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, n.º 24, 1981, p. 141-153. AHMED, S.U. nAch, risk taking, propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, n.º 6, 1985 p. 781-782. McCLELLAND, David Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 219-223. LAGAN-FOX, Janice y ROTH, Susana. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 68, 1995, p. 209-218.

³ VENKATAPATHY, R. Locus of control among entrepreneurs: a review. *Psychological Studies*, vol. 29 n.º 1, 1984, 97-100. BONNETT, C. y FURHAM, A. Who wants to be an entrepreneur? *Journal of Economic Psychology* n.º 12, 1991p. 465-478. CHAY, Yue Wah. Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 66, 1993 p. 285-302. GATEWOOD, Elisabeth J.; SHAVER, Kelly G. y GARTNER, William B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, n.º 10, 1995, p. 371-391.

acerca de las actitudes aunque la mayoría de ellas coinciden en señalar que las actitudes⁴:

- se componen de elementos cognitivos, afectivos y conductual (lo que se piensa, lo que se siente, lo que se hace). Esto explica que un cambio en alguno de los elementos no conlleva automáticamente un cambio en el otro (podemos cambiar nuestras cogniciones pero no cambiar nuestros afectos o conductas, o cambiar nuestra conducta pero no nuestras cogniciones o afectos)
- están organizadas de manera estructurada, y
- se tratan de una predisposición a actuar la cual aprendemos y cambiamos en el desarrollo de nuestra vida

Las actitudes, por tanto, se forman, entre otras cosas, por el aprendizaje e incorporación de experiencias propias así como por las experiencias y actitudes de personas referentes para nosotros de nuestro entorno. En consecuencia, si estas son aprendidas, también pueden ser modificadas mediante nuevas experiencias o nuevas impresiones nuestras o de otras personas.

Uno de los aspectos positivos del estudio y análisis de las actitudes como predictor del comportamiento futuro (y en concreto de la conducta emprendedora) es que éstas pueden ser modificadas frente a conceptos como el de «valor» o «rasgos de personalidad» los cuales son adquiridos en etapas muy tempranas de nuestro desarrollo siendo difícil su cambio en edades adultas.

En cuanto a la motivación, ésta puede ser definida como el proceso de planificación y realización de una serie de actividades y comportamientos dirigidos a la obtención de un objetivo que nos sirva para satisfacer un motivo inicial⁵. En general, el comportamiento humano está referido a un amplio conjunto de motivos. Estos motivos suelen apuntar a algún tipo de falta, necesidad o demandas que piden ser satisfechas en distintos ámbitos (material e inmaterial). Una vez alcanzada tal satisfacción, ese motivo que orientaba el comportamiento pasa a un segundo plano, pudiendo activarse otros motivos diferentes o, incluso, el mismo cuando se produzca una escasez futura.

⁴ DÍAZ BRETONES, Francisco. y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. El individuo como unidad de análisis: la influencia de los valores, percepciones y actitudes en el comportamiento laboral En: RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés (coord.) *Psicología de las Organizaciones*. Barcelona: Editorial Universitat Oberta de Catalunya. 2004, p. 125-166. ISBN: 84-9788-018-8.

⁵ DÍAZ BRETONES, Francisco y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. *Op. Cit.*

Centrándonos en el caso de las cooperativas, el estudio de las actitudes y motivaciones de sus socios es complejo por varias razones:

De una parte porque, siguiendo el modelo de Schumpeter, la función de «emprendedor» no está ligada inexorablemente a ningún cargo o posición. Es decir, en cada cooperativa concreta esa función la podrán ejercer distintas personas (en unas algunos socios, en otras el presidente, etc.). Esto dificulta el estudio del empresario cooperativo, ya que está más ligado a personas individuales que a una determinada función o cargo aunque para WICKREMARACHCHI (2003)^{*} a pesar del carácter societario de éstas, la decisión de crear una cooperativa está influenciada por uno o dos miembros del grupo promotor.

De otra parte, porque bajo el concepto de cooperativas agrupamos a diferentes tipos de organizaciones (servicios, consumidores o trabajo asociado) las cuales no solo desarrollan actividades diferentes, sino que poseen características organizativas, culturales e históricas distintas. De hecho, no podemos abordar de la misma manera ni agrupar bajo una misma categoría las motivaciones emprendedoras de un grupo de trabajadores que deciden crear una cooperativa, con las de un grupo de agricultores que se asocian para comercializar los productos que cada uno de ellos cosecha o con los intereses del grupo de ciudadanos que se agrupan para obtener ciertas mejoras como consumidores de bienes o servicios.

Además junto a esto, la regionalización del fenómeno ha hecho que bajo esta denominación aparezcan distintas maneras de entender diferentes tipos de cooperativas que van desde las asociaciones no lucrativas o mutuas (caso de las legislaciones italiana, francesa, belga, luxemburguesa o griega) hasta las empresas puramente mercantiles (legislaciones alemana, holandesa y danesa).

Vemos, por tanto, que las actitudes y motivaciones de los empresarios cooperativos, no solo ha sido una idea poco estudiada sino que representa una complejidad y dificultad añadida.

En concreto, en este trabajo nosotros nos centraremos únicamente en las actitudes y motivaciones empresariales de las personas que deciden crear una cooperativa de trabajo asociado (o de trabajadores o de producción según la normativa que utilicemos) por las razones sociológicas que las distinguen del resto: participación en el trabajo y en la toma de decisiones, doble condición de empleado/empleador, entre otras. No tendremos en cuenta en nuestro estudio, por tanto, ni a las cooperativas de consumo ni a las de servicios, por entender, al

^{*} WICKREMARACHCHI, Jayo. *New cooperatives: motivations and barriers*. Bathurst: Charles Sturt University, 2003. 35 p. ISBN: 0-947191-25-9.

igual que otros autores⁷ que su funcionamiento es similar al de una Sociedad Anónima o sociedad por acciones. Tampoco incluiremos las Sociedades Laborales por las razones anteriormente aludidas.

Pero ¿cuáles son las motivaciones y actitudes hacia la creación de cooperativas? La respuesta es complicada ya que si los estudios hacia la creación de empresas son escasos al respecto, los realizados sobre cooperativas específicamente pueden contarse como verdaderas joyas. Aun así, algunos autores han hipotetizado diversas razones diferenciales como explicación de la creación y elección de la fórmula cooperativa frente a otro tipo de fórmulas jurídicas. Veámoslas con detenimiento.

2. LA COOPERATIVA COMO PUESTO DE TRABAJO

Una de las primeras ideas más populares sobre las circunstancias que crean una actitud positiva hacia la creación de una cooperativa de trabajo asociado es el empleo, de manera que la cooperativa se considera como una salida a situaciones de falta de empleo o desempleo.

En este sentido, en un estudio sobre las cooperativas de trabajo asociado en la Comunidad de Madrid⁸, a la pregunta de cuáles habrían sido los móviles en la creación de la cooperativa, obtuvo como causa principal la falta de trabajo. En otro estudio sobre las cooperativas de Castilla-León⁹, los autores observaron cómo tres de cada cinco cooperativas arrancaban de una situación en la que la mayoría de los socios estaban en paro. En otro estudio sobre cooperativas de trabajo asociado¹⁰ a la pregunta acerca de la motivación principal para formar parte de la cooperativa las respuestas más elegidas fueron el «ganar dinero» y «salir del paro». Un último ejemplo lo podemos extraer del estudio de SANCHIS PALACIO y REDONDO CANO (1997)¹¹,

⁷ BALLESTERO, Enrique. *Teoría económica de las cooperativas*. Madrid: Alianza Universidad. 1983. 155p. ISBN 84-20623717.

⁸ VARA MIRANDA, M.ª Jesús. *Análisis de las cooperativas de trabajo asociado en Madrid*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1985. 463 p. ISBN 84-7434-332-1

⁹ GONZÁLEZ, J.J. y RODRÍGUEZ, J.C. *La economía social en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León. 1987.

¹⁰ ROMERO RAMÍREZ, Antonio. Análisis psicosocial del sistema de participación del cooperativismo de trabajo asociado de Andalucía. *Sociología del Trabajo*, n.º 35, 1998, p: 81-106.

¹¹ SANCHIS PALACIO, Joan Ramón y REDONDO CANO, Ana. Actitudes hacia la creación de empresas: estudio empírico aplicado a la diplomatura de Relaciones Laborales de la Universitat de Valencia. *Revista de debate sobre economía pública, social y cooperativa*, n.º 27, 1997 p. 157-181

sobre actitudes hacia la creación de empresas en estudiantes universitarios valencianos. A la pregunta sobre los principales motivos para crear una cooperativa, entre los cinco enunciados establecidos en la encuesta, los jóvenes eligen en primer lugar «encontrar un empleo» y «afán de lucro» ambas señaladas con un 27,8%. En segundo lugar, la respuesta más elegida fue «desarrollo profesional» (31,4%) y la tercera «independencia personal» (31,4%).

Sin embargo, existen otros estudios donde no se ha podido comprobar tal relación. En un estudio sobre el cooperativismo de trabajo asociado en Cataluña¹², se observó que el perfil de los trabajadores que optan por la compra de la empresa es el de personas que han trabajado siempre en la misma empresa con una buena formación técnica. Otro estudio sobre cooperativas de trabajo asociado malagueñas¹³ señala que apenas la mitad de los socios manifestaban no tener trabajo. También en un estudio con cooperativas de trabajo asociado andaluzas¹⁴ se ha señalado que las motivaciones laborales de los socios de cooperativas no eran tanto una salida a situaciones de desempleo sino una solución para mejorar las condiciones laborales en un sentido genérico. De hecho, existe una correlación entre crisis de empleo y creación de empresas aunque éste es un fenómeno genérico a todo tipo de empresas en general (incluida, y no solo, las cooperativas). Por último, MORALES (1996)¹⁵ opina que las cooperativas de trabajo asociado son empresas formadas sólo en un tercio de los casos por personas en situación real de desempleo mientras que el resto trabajaban anteriormente por cuenta ajena o propia, de manera que las cooperativas no pueden ser concebidas como una solución coyuntural al desempleo.

Pero, ¿por qué tal contradicción? En nuestra opinión, una hipótesis puede deberse a la poca concreción del concepto «desempleo». Es decir, situaciones de precariedad laboral o el trabajo dentro de la economía sumergida explicarían porqué algunos socios estaban «oficialmente» en situaciones de desempleo al inicio del proyecto. También la existencia de subvenciones por capitalización de las prestaciones de desempleo fomentaría indirectamente el que las

¹² VIDAL MARTÍNEZ, Isabel. Crisi econòmica i transformacions en el mercat de treball. L'associacionisme de treball a Catalunya. Barcelona: Universitat de Barcelona. 1984. 33 p.

¹³ GÁLVEZ VEGA, Jose Manuel. *Estudio socio-económico de las cooperativas de trabajo asociado de Málaga*. Córdoba: COCOA, 1996. 317 p.

¹⁴ DÍAZ BRETONES, Francisco. Desempleo y cooperativismo. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 35, 2000 p. 161-176.

¹⁵ MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Ineficiencias del mercado y eficacia de las cooperativas*. Valencia: CIRIEC. 1996. 275 p. ISBN: 84-920494-6-4

personas que tenían previsto (actitud) crear una cooperativa previamente se inscribieran como desempleados para poder percibir tales ayudas.

En resumen, en la relación entre desempleo y cooperativismo no existe una causalidad directa pudiendo coexistir otras variables explicativas. Así, aunque es cierto que se produce una concordancia entre el número de desempleados y el número de creación de cooperativas, también es cierto que tal correspondencia se existe también entre el número de desempleados y el número de empresas creadas en general (cooperativas y no cooperativas) y que tal hecho puede obedecer (ambos casos) más a una percepción negativa de los trabajadores sobre sus posibilidades de cambiar o mejorar de trabajo en circunstancias adversas que a situaciones reales de desempleo.

Deberemos también reflexionar sobre el hecho de que si bien las cualidades que acompañan o estudian a los empresarios en la literatura son las de «emprendedor», «iniciativa», «líder», etc., en el caso de los cooperativistas suelen ser los de «desempleo», «trabajo», «crisis», «reconversión», etc. ¿Estaremos los estudiosos del área perpetuando esa percepción?

3. LA COOPERATIVA COMO GARANTE DE SUBVENCIONES

Otro de los motivos que suelen describirse como motivadores para la decisión de crear una cooperativa son los subsidios o subvenciones que éstas reciben a pesar de que diversos estudios han constatado, en general, como las fuentes de financiación más usadas habitualmente para crear una empresa son los ahorros personales¹⁶. Incluso en un estudio internacional sobre financiación de las empresas¹⁷ los datos recogidos reflejan como en el caso español existía una mayor participación de la financiación propia que en otros países.

En el caso de las cooperativas, es cierto que existen ayudas gubernamentales para este tipo de empresas. Sin embargo esta política de subvenciones es poco recomendable ya que puede desincentivar la actitud empresarial pudiendo incluso cambiar la aptitud empresarial

¹⁶ MINER, John B.; SMITH, Norman R. y BRACKER, Jeffrey S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms. *Journal of Applied Psychology*, vol. 74 n.º 4, 1989, p. 554-560.

¹⁷ LAFUENTE FÉLEZ, Alberto. Creación de empresas y desarrollo regional. *Economía Industrial*, n.º 251, 1986, p. 27-36.

convirtiendo a los «emprendedores» en «rellenadores» de documentos y formularios para poder acceder a tales ayudas¹⁸.

Uno de los pocos estudios al respecto se realizó con un grupo de agentes de desarrollo empresarial en las Islas Canarias¹⁹. En él, a la pregunta de por qué algunos emprendedores optaban por crear cooperativas frente a otro tipo de empresas, los autores encontraron cómo la mayoría de las respuestas señalaban el «acogerse a las ayudas públicas», frente a otras motivaciones de carácter más personal tales como el «deseo de autogestionar la empresa», o incluso más que la «necesidad de creación de puestos de trabajo».

En cualquier caso, no debemos olvidar que estas respuestas son de agentes de desarrollo económico, no de socios cooperativistas por lo que deberemos tener en cuenta la influencia del sesgo y los estereotipos en estas heteropercepciones o percepciones hacia otras personas. En esta dirección los resultados obtenidos en un estudio sobre cooperativas andaluzas recién constituidas²⁰ mostraron cómo cuando los socios eran preguntados acerca de su propia motivación personal para crear la cooperativa manifestaban respuestas tales como «tener un puesto de trabajo» o «desarrollarme profesionalmente», mientras que cuando a estos mismos socios se les preguntaba acerca de por qué las personas, en general, creaban una cooperativa la primera opción elegida era «por los beneficios fiscales y económicos». Quizá, en ambos casos, debemos tener presente los estudios²¹ sobre la representación social que las cooperativas generan, de manera que su carácter minoritario frente a otro tipo de empresas hace que reciban con mayor facilidad una imagen colectiva estereotipada. Esto explicaría por qué las subvenciones pueden ser percibidas como motivación principal de los socios hacia las cooperativas y no hacia otros tipos de empresas o hacia la cooperativa propia.

Otro ejemplo de esta percepción estereotipada errónea son las ayudas solicitadas para el pago único por prestación por desempleo.

¹⁸ GARCÍA-FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, Carlos. La evolución de los fundamentos de los sistemas económicos y de la denominada «Economía Social». La participación en democracia en la economía: la regla de comportamiento de la sociedad de la información. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 33, 1999, p. 79-114.

¹⁹ MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano; RODRÍGUEZ FERRER, Teresa y FUENTES MEDINA, M. Lilibeth. Agencias de Desarrollo Local. El caso de Canarias. *Revista de Debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 24, 1996, p. 42-61.

²⁰ DÍAZ BRETONES, Francisco y RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. Locus of control, nAch and values of community entrepreneurs. *Social Behavior and Personality*, n.º 31, 2003 p. 739-748.

²¹ CHULVI, B. El cambio de una representación social: el caso de las cooperativas. En M.ª Teresa Vega y M.ª Carmen Taberero (Eds) *Psicología social de la educación y de la cultura, ocio, deporte y turismo*. Salamanca: Eudema. 1995. 582 p. ISBN 84-77542082.

Así frente al estereotipo de la cooperativa como empresa subvencionada, algunos estudios señalan cómo sólo el 7,3% de las solicitudes fueron de personas que querían constituir una cooperativa de trabajo asociado frente al 78,7% de los trabajadores autónomos o el 14,0% de personas que constituyeron una Sociedad Laboral²².

También en otro estudio²³ el autor encontró que sólo el 3% de las cooperativas malagueñas habían recibido alguna subvención de un organismo público y un 1% de corporaciones locales siendo el resto por financiación propia o crediticia.

En cualquier caso, habrá que valorar el papel de las subvenciones y ayudas. FUNDESCOOP (1992)²⁴, por ejemplo, realizó un estudio sobre las medidas de formación y fomento del trabajo autónomo (incluidas las cooperativas) en el ámbito europeo en el que señalaba cómo en los países de la cuenca mediterránea, el trabajador en paro y sin perspectiva de encontrar trabajo, si no hubiera recibido una prestación económica por desempleo habrían creado su propio empleo aunque sólo con el objetivo de cubrir sus necesidades básicas y con una alta probabilidad de crearla dentro de la economía informal. Se constata, por tanto, que las iniciativas y ayudas públicas han permitido aminorar estos costes sociales ayudando que el negocio no caiga dentro del ámbito de la informalidad.

En resumen, creemos que deberá estudiarse con más detenimiento el alcance real de las subvenciones en el fomento de cooperativas así como su influencia en la decisión de los emprendedores a crear una sociedad de este tipo.

4. LA COOPERATIVA COMO EXPRESIÓN DE LA IDEOLOGÍA

Uno de los atributos que solemos asignar a las cooperativas es la existencia entre sus miembros de una determinada ideología que los distingue de otro tipo de Organizaciones empresariales. En el caso de los empresarios en general es verdad que estos poseen un conjunto de valores específicos diferenciados del resto de la población²⁵.

²² MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Op. Cit.*

²³ GÁLVEZ VEGA, José Manuel. *Op. Cit.*

²⁴ FUNDESCOOP. Estudio de medidas de formación y fomento del trabajo autónomo en las Comunidades Europeas. Madrid: Unión Europea. 1992

²⁵ FERNALD, Lloyd W. y SOLOMON, Gerge T. Value profiles of male and female entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 234-247. WINSLOW, Erik K. y SOLOMON, George T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol 23 n.º 3, 1989, p. 149-161. FAGENSON, Ellen A. Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, n.º 8, 1993, p. 409-430.

Se han observado asimismo la existencia de diferencias culturales y de identidad nacional que explican diferentes actitudes y comportamientos ante la creación de empresas²⁶. En concreto en España se han encontrado diferencias significativas en estudios con empresarios²⁷ observándose cómo éstos puntuaban más alto en valores individuales («libertad» o «disfrutar de la vida», por ejemplo) que colectivos frente al grupo de no-emprendedores.

En los cooperativistas esta ideología distintiva se ha intentado institucionalizar a través de los conocidos como «Principios Cooperativos» los cuales han tenido su génesis en los principios rectores de la cooperativa de Rochdale. Todos sabemos que, en sus inicios, el cooperativismo surgió como reacción de los trabajadores a los efectos de la revolución industrial y como consecuencia de motivaciones ideológicas de diversa procedencia (socialistas, anarquistas y cristianas, fundamentalmente). Sin embargo, las motivaciones que movilizaron a aquellos primeros cooperativistas de finales del siglo XIX son muy distintas a los actuales como consecuencia, asimismo, de realidades sociales diferentes. Durante todo este proceso histórico, el movimiento cooperativo ha ido cambiando desde una postura ideológica inicial adaptándose a los cambios sociales que se han producido en nuestros tiempos.

Aun así, WICKREMARACHCHI (2003)²⁸, en su estudio sobre las motivaciones y barreras de los nuevos cooperativistas en Australia (que incluía no solo de trabajo asociado sino de servicios y usuarios) encontró que la elección de la fórmula jurídica de los presidentes de las cooperativas entrevistados fue debida, sobre todo, a razones de tipo ideológico tales como los valores cooperativos y la naturaleza democrática de las mismas.

Sin embargo, en el caso específico de las cooperativas de trabajo asociado, BRADLEY y GELB (1985)²⁹ en su estudio sobre la Corporación Cooperativa de Mondragón señalan como la ideología (identidad nacionalista vasca y la ideología cristiana) explicarían los inicios y espectacular auge de Mondragón aunque en la actualidad no serían una razón de peso. En su investigación, estos autores recogieron como

²⁶ FRESE, M., KRING, W., SOOSE, A y ZEMPEL, J. Personal initiative at work: differences between east and west Germany. *Academy of Management Journal*, nº 39, 1996 p.37-63

²⁷ MORIANO, Juan Antonio, TREJO, Enrique y PALACÍ, Francisco. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, n.º 16, 2001 p. 229-242.

²⁸ *Op. Cit.*

²⁹ BRADLEY, Keith y GELB, Alan. *Cooperativas en marcha: el caso Mondragón*. Barcelona: Ariel Sociología. 1985. 142 p. ISBN 84-3441676-X.

rasgo más distintivos del Grupo Mondragón la «naturaleza cooperativa del grupo» y la «seguridad en el empleo». Muy por detrás quedarían respuestas tales como el «vasquismo», «la naturaleza étnica de las cooperativas» y las «retribuciones».

Otros autores³⁰ también señalaron como los factores ideológicos eran considerados en los últimos lugares por los cooperativistas, independientemente de las variables sexo o de la ubicación rural/urbana de la cooperativa de manera que actualmente las personas se encuentran atraídas hacia la fórmula cooperativa más por los beneficios personales que reporta que por planeamientos ideológicos³¹.

5. ¿UN EMPRESARIO DISTINTO?

En definitiva, por lo que hemos visto hasta ahora, no podemos explicar exclusivamente la creación de cooperativas a la situación de desempleo de sus miembros o a motivaciones de tipo económico o ideológico. En este hecho deberemos valorar otros criterios que determinen por qué ante una determinada realidad socioeconómica e histórica, unas personas deciden crear una cooperativa y otras personas otro tipo de empresa o simplemente ser asalariados.

Pensemos que la mayoría de los estudios realizados se han hecho sólo con la opinión de los cooperativistas, agentes sociales implicados en el cooperativismo o estudiantes universitarios pero sin comparar tales respuestas con la población en general o empresarios no-cooperativistas. Así, sería conveniente la realización de estudios comparados acerca de la motivación y perfiles de empresarios cooperativos y no-cooperativos con el fin de aislar variables explicativas.

Ya en otro lugar, se ha tratado sobre las características sociodemográficas y de personalidad de los socios fundadores de cooperativas de trabajo asociado recién constituidas³² comparándolas con los resultados encontrados en empresarios no-cooperativos. Los datos recogidos nos permiten describir al cooperativista como un emprendedor a mitad de camino entre los resultados obtenidos en otros tipos de empresarios y el de población no-empresaria. Dicha singularidad puede ser debida a la doble condición de socio y trabajador, aunque nuestra hipótesis señala más la ausencia de patrones culturales y sociales empresariales en la familia, lo cual genera en estos empresarios

³⁰ DÍAZ BRETONES, Francisco *Op. Cit.*

³¹ VARA MIRANDA, M.ª Jesús. *Op. Cit.*

³² DÍAZ BRETONES, Francisco y RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. *Op. Cit.*

de primera generación la necesidad de formar una sociedad de microempresarios que permita mitigar, en parte, la incertidumbre de la puesta en marcha de la aventura empresarial. Es decir, en el caso de los socios cooperativistas, se sustituiría las redes familiares necesarias para el apoyo en la gestación de la empresa por redes sociales de microempresarios de ayuda mutua. En este sentido, coincidimos con GARCÍA-GUTIERREZ FERNÁNDEZ (1999)¹¹ al considerar las cooperativas como una agrupación de empresarios que cooperan democráticamente, en una doble vertiente: socio-económica (como emprendedores) y financiera (como prestamistas).

Aunque deberá profundizarse en la investigación de este tipo de Organizaciones, fundamentalmente desde el campo de las ciencias sociales, a nuestro entender el perfil de los nuevos cooperativistas de trabajo asociado hace pensar que éstos poseen unas motivaciones, características y cualidades bien definidas que lo diferencian de otro tipo de empresarios.

La asunción de esta doble identidad, empresa y sociedad, será fundamental en la pervivencia y éxito de las cooperativas con independencia del sector o actividad. Tan pernicioso para las cooperativas será intentar seguir criterios exclusivamente mercantiles y económicos como dejarse llevar por un falso idealismo social.

En resumen, creemos que la fórmula cooperativa cuenta con buenas perspectivas como fórmula de desarrollo de actitudes emprendedoras, con características propias y diferenciadoras que dan respuesta a necesidades concretas de la población trabajadora. La cooperativa debe ser entendida, no tanto como una solución inmediata a problemas de desempleo o reconversión laboral. Tampoco como una organización con ideología propia. Las cooperativas como empresas que son tienen su vigencia y actualidad como espacios para el desarrollo de habilidades emprendedoras de los trabajadores, los cuales careciendo de antecedentes empresariales de referencia en su entorno cercano y contando con una buena cualificación profesional, deciden iniciar el camino del trabajo por cuenta propia para su desarrollo humano y profesional. ¿Cuántas de las cooperativas que se cierran son para transformarlas en otra figura jurídica? ¿Cuántos socios de cooperativas que cesan en su actividad terminan creando otra empresa? Evidentemente son temas aun poco estudiados pero que deberán analizarse en este siglo XXI para poder valorar las actitudes y motivaciones de los cooperativistas. ¿Sería esto un fracaso del cooperativismo? Pensamos que no. Más bien al contrario la cooperativa habrá cumplido un papel importante como instrumento de capacitación y

¹¹ *Op. Cit.*

formación en gestión empresarial y como mecanismo que facilita el acceso al crédito y a la autofinanciación.

Ahora, casi dos siglos después, las cooperativas siguen siendo necesarias en el siglo XXI.

6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- AHMED, S.U. nAch, risk taking, propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, n.º 6, 1985 p. 781-782.
- BALLESTERO, Enrique. *Teoría económica de las cooperativas*. Madrid: Alianza Universidad. 1983. 155p. ISBN 84-20623717.
- BONNETT, C.; FURHAM, A. Who wants to be an entrepreneur? *Journal of Economic Psychology* n.º 12, 1991 p. 465-478.
- BRADLEY, Keith; GELB, Alan. *Cooperativas en marcha: el caso Mondragón*. Barcelona: Ariel Sociología. 1985. 142 p. ISBN 84-3441676-X.
- CHAY, Yue Wah. Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 66, 1993 p. 285-302.
- CHULVI, B. El cambio de una representación social: el caso de las cooperativas. En M.ª Teresa Vega y M.ª Carmen Tabernero (Eds) *Psicología social de la educación y de la cultura, ocio, deporte y turismo*. Salamanca: Eudema. 1995. 582 p. ISBN 84-77542082.
- DÍAZ BRETONES, Francisco. Desempleo y cooperativismo. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 35, 2000 p. 161-176.
- DÍAZ BRETONES, Francisco; RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. Locus of control, nAch and values of community entrepreneurs. *Social Behavior and Personality*, n.º 31, 2003 p. 739-748.
- DÍAZ BRETONES, Francisco; y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. El individuo como unidad de análisis: la influencia de los valores, percepciones y actitudes en el comportamiento laboral En: RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés (coord.) *Psicología de las Organizaciones*. Barcelona: Editorial Universitat Oberta de Catalunya. 2004, p. 125-166. ISBN: 84-9788-018-8.
- FAGENSON, Ellen A. Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, n.º 8, 1993, p. 409-430.
- FERNALD, Lloyd W.; SOLOMON, Gerge T. Value profiles of male and female entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 234-247.
- FRESE, M.; KRING, W.; SOOSE, A.; ZEMPEL, J. Personal initiative at work: differences between east and west Germany. *Academy of Management Journal*, n.º 39, 1996 p.37-63.
- FUNDESCOOP. *Estudio de medidas de formación y fomento del trabajo autónomo en las Comunidades Europeas*. Madrid: Unión Europea. 1992
- GÁLVEZ VEGA, José Manuel. *Estudio socio-económico de las cooperativas de trabajo asociado de Málaga*. Córdoba: COCOA, 1996. 317 p.

- GARCÍA-FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, Carlos. La evolución de los fundamentos de los sistemas económicos y de la denominada «Economía Social». La participación en democracia en la economía: la regla de comportamiento de la sociedad de la información. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 33, 1999. p. 79-114.
- GATEWOOD, Elisabeth J.; SHAVER, Kelly G.; GARTNER, William B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, n.º 10, 1995, p. 371-391.
- GONZÁLEZ, J. J.; RODRÍGUEZ, J. C. *La economía social en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León. 1987.
- HORNADAY, J. A.; ABOUD, J. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, n.º 24, 1981, p. 141-153.
- LAFUENTE FÉLEZ, Alberto. Creación de empresas y desarrollo regional. *Economía Industrial*, n.º 251, 1986, p. 27-36.
- LAGAN-FOX, Janice; ROTH, Susana. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 68, 1995, p. 209-218.
- McCLELLAND, David *La sociedad ambiciosa*. Madrid: Guadarrama, 1968, 2 tomos 905 p.
- McCLELLAND, David. Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 219-223.
- McCLELLAND, David C.; BURNHAM, David H. Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, march-april, 1976, p. 100-110.
- MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano; RODRÍGUEZ FERRER, Teresa; FUENTES MEDINA, M. Lilibeth. Agencias de Desarrollo Local. El caso de Canarias. *Revista de Debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 24, 1996, p. 42-61.
- MINER, John B.; SMITH, Norman R.; BRACKER, Jeffrey S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms. *Journal of Applied Psychology*, vol. 74 n.º 4, 1989, p. 554-560.
- MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Ineficiencias del mercado y eficacia de las cooperativas*. Valencia: CIRIEC. 1996. 275 p. ISBN: 84-920494-6-4
- MORIANO, Juan Antonio; TREJO, Enrique; PALACÍ, Francisco. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, n.º 16, 2001 p. 229-242.
- PANDEY, Janak; TAWARY, N. B. Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of Occupational Psychology*, n.º 52, 1979, p. 107-111.
- ROMERO RAMÍREZ, Antonio. Análisis psicosocial del sistema de participación del cooperativismo de trabajo asociado de Andalucía. *Sociología del Trabajo*, n.º 35, 1998, p. 81-106.
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón; REDONDO CANO, Ana. Actitudes hacia la creación de empresas: estudio empírico aplicado a la diplomatura de Relaciones Laborales de la Universitat de Valencia. *Revista de debate sobre economía pública, social y cooperativa*, n.º 27, 1997 p. 157-181
- SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoría del desenvolvimiento económico*. [original de 1911]. Mexico: Fondo de Cultura Económica. 1963. 255 p.

- VARA MIRANDA, M.^a Jesús. *Análisis de las cooperativas de trabajo asociado en Madrid*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1985. 463 p. ISBN 84-7434-332-1.
- VENKATAPATHY, R. Locus of control among entrepreneurs: a review. *Psychological Studies*, vol. 29 n.º 1, 1984, 97-100.
- VIDAL MARTÍNEZ, Isabel. *Crisi econòmica i transformacions en el mercat de treball. L'associacionisme de treball a Catalunya*. Barcelona: Universitat de Barcelona. 1984. 33 p.
- WICKREMARACHCHI, Jayo. *New cooperatives: motivations and barriers*. Bathurst: Charles Sturt University, 2003. 35 p. ISBN: 0-947191-25-9.
- WINSLOW, Erik K.; SOLOMON, George T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol 23 n.º 3, 1989, p. 149-161.