

La cooperativa como alternativa de emprendimiento colectivo. Su presencia y fomento en las universidades públicas andaluzas

Antonio Manuel Ciruela-Lorenzo,
Juan José Plaza-Angulo, Samuel Medina Claros

RESUMEN: La universidad juega un papel fundamental en el desarrollo del espíritu emprendedor de una sociedad. De las distintas alternativas vehiculares de emprendimiento, existe una con características singulares, que es la cooperativa. Sin embargo, muy pocas de las nuevas empresas creadas en el ámbito universitario son cooperativas, entidades que deben ser promovidas por los poderes públicos, según establece la propia Constitución Española, y que constituyen una herramienta eficaz de emprendimiento que sitúa a la persona en el centro de su estructura para conjugar intereses económicos y sociales. El presente trabajo analiza la presencia del cooperativismo en la realidad académica y emprendedora de las universidades públicas de Andalucía, una de las regiones con mayor número de emprendedores y de estudiantes universitarios, y donde más se ha fomentado el cooperativismo por parte de las instituciones políticas. Para ello, implementando metodologías inductivas y cualitativas, se ha estudiado la oferta académica de las titulaciones de grado y posgrado de nueve universidades públicas de esta región, y se han llevado a cabo entrevistas en profundidad con responsables y personal técnico de los servicios de emprendimiento y empleabilidad de estas universidades. Los resultados muestran una escasa y mejorable presencia del cooperativismo en los planes de estudio de las titulaciones analizadas, así como una gestión por parte de los servicios de emprendimiento no orientada hacia las iniciativas colectivas ni hacia el cooperativismo, del que no existe, además, una comprensión clara. Esta circunstancia revierte en un desconoci-

miento previo por parte de los potenciales emprendedores universitarios, tanto del propio modelo de gestión cooperativo como de los valores y principios que lo diferencian. Ante esta situación se propone un plan integral basado en la interacción de los servicios universitarios de emprendimiento con el profesorado y con las instituciones que fomentan y promueven el cooperativismo en nuestra sociedad.

PALABRAS CLAVE: Cooperativas, emprendimiento, emprendimiento colectivo, universidades públicas, Andalucía.

CLAVES ECONLIT: P13, A20, I29, L26.

Cómo citar este artículo/How to cite this article: CIRUELA-LORENZO, A.M., PLAZA-ANGULO, J.J. & MEDINA, S. (2023): “La cooperativa como alternativa de emprendimiento colectivo. Su presencia y fomento en las universidades públicas andaluzas”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 109, 99-128. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.109.24079>.

Correspondencia: Antonio Manuel Ciruela-Lorenzo, acl@uma.es, ORCID: 0000-0002-0905-5329; Juan José Plaza-Angulo, juanjoseplaza@uma.es, ORCID: 0000-0003-3023-4425; Samuel Medina Claros, smedina@uma.es, ORCID: 0000-0002-6512-9177. Los tres profesores de la Universidad de Málaga.

ABSTRACT: Universities play a crucial role in the development of a society's entrepreneurial spirit. Among the different vehicular entrepreneurship alternatives, there is one with unique characteristics that is the cooperative. However, very few of the new companies created in the university environment are cooperatives, entities promoted by public institutions because they constitute an effective tool for entrepreneurship that places the individual at the centre of its structure to combine economic and social interests. This paper analyses the presence of cooperativism in the academic and entrepreneurial reality of the public universities of Andalusia, one of the regions with more entrepreneurs, university students, and where cooperativism has been most promoted by political institutions. To this end, we analyse the academic offer of undergraduate and postgraduate degrees at nine Andalusian public universities and conduct in-depth interviews with the heads and technical staff of the entrepreneurship services at these universities, using inductive and qualitative methodologies. The results show a scarce and improvable presence of cooperativism in the curricula of the analysed degrees, as well as a management by the entrepreneurship services not directly oriented towards collective initiatives or, therefore, towards cooperativism, of which there is also a clear understanding of cooperativism. This means that potential university entrepreneurs are previously unaware of both the cooperative model and cooperative values and principles. In view of this situation, a comprehensive plan is proposed based on the interaction of university entrepreneurship services with the teaching staff and institutions that encourage and promote cooperativism.

KEYWORDS: Cooperatives, entrepreneurship, collective entrepreneurship, public universities, Andalusia.

Expanded abstract

The cooperative as an alternative for collective entrepreneurship. Its presence and promotion in Andalusian public universities

Objectives

The present work analyses the presence of cooperativism in the academic and entrepreneurial reality of the public universities of Andalusia (Spain), one of the regions with the highest number of entrepreneurs and university students and where cooperativism has been most encouraged by political institutions.

Methodology

Implementing inductive and qualitative methodologies (Corbin y Strauss, 1990; Gioia et al., 2013), the academic offerings of undergraduate and postgraduate degrees of nine public universities in this region have been studied, and in-depth interviews have been conducted with responsible individuals and technical personnel from the entrepreneurship and employability services of these universities.

In the first case, an approach to the academic reality of these universities has been carried out through the exhaustive analysis of the programs and study plans of undergraduate and postgraduate degrees in the academic years 2018/19 and 2019/20. Specifically, subjects related to entrepreneurship in general and cooperativism, in particular, have been sought in these study plans, which we have called Cooperative Academic Footprint (CAF).

In the second case, the methodology used with responsible individuals and technical personnel from the entrepreneurship services of these universities has been a qualitative type based on in-depth interviews (Maxwell, 2008; Yin, 2015; Alvesson & Sköldberg, 2017). This methodology allows for a better understanding of the processes of change, fostering a type of analysis with sufficient depth and precision but providing the necessary flexibility in the collection of information (Martínez et al., 2019). Semi-structured interviews (Taylor & Bogdan, 1992) were conducted and recorded in audible format and subsequently transcribed for analysis. Based on the interviews, a content analysis was performed (Rodríguez, Gil & García, 1996), with coding used to reorganize the data into categories that allowed for internal comparison (Maxwell, 1996) and the discovery of similarities and differences between the interviewees' discourses. With the information obtained, we proceeded to analyse it using the comparative method of contrast and comparison (Azkarate-Iturbe et al., 2020) until reaching theoretical saturation (Trinidad et al., 2006), as shown in the results and conclusions.

This way, a process of obtaining information directly from the employability and entrepreneurship services of the universities studied in this work has been carried out, making a special mention of the advisory programs and training activities offered, and always from the perspective of the presence of cooperativism in such actions.

Results

The results show a scarce and improvable presence of cooperativism in the study plans of the analysed degrees. They also point out that entrepreneurship services management lacks a clear understanding of cooperative principles and is not oriented toward collective initiatives or cooperativism. This circumstance results in a previous lack of knowledge by potential university entrepreneurs, not only of the cooperative management model but also of the values and principles that differentiate it.

Our analysis also indicates that within the university environment, two main agents condition the promotion and impulse of cooperative entrepreneurship: the cooperative sector itself and the universities. They are the main ones responsible for ensuring that students receive adequate and correct training and information about the cooperative movement and, therefore, the opportunity to undertake this business typology. Additionally, the primacy of individual entrepreneurship among university students is revealed, demonstrating the need to promote collective entrepreneurship.

Finally, the results reflect the lack of support from external investors and advisors, a recurrent circumstance in the cooperative field (Seguí-Mas et al., 2013). Potential investors tend to opt for projects led by self-employed individuals or other legal figures such as limited liability companies.

Research limitations

The present study has some limitations. Firstly, it is pertinent to highlight that although there is a common ground, the specifics of cooperative societies may vary depending on different national and, especially, regional legislations. While we have attempted to be rigorous in presenting the scope and steps taken for the article's realization, it is necessary to remember that this is a regional study framed within the context of Andalusian public universities, so the results may not be extrapolated to other geographic regions.

In addition, the insights provided in the qualitative analysis may have a potential bias due to the sample size and experiential view of the entrepreneurship services personnel. Lastly, the study is a non-longitudinal analysis, so the evolution of the factors considered in each university may vary over time.

Practical implications

Based on the results, there is a need to develop a comprehensive plan based on the interaction between university entrepreneurship services, university faculties, and institutions that promote and encourage cooperatives in our society. Both the cooperative movement and public

authorities could demonstrate their commitment to the social economy through concrete actions, such as information campaigns about the true nature and characteristics of these companies aimed at the general population. In addition, cooperatives and their associations should promote collaboration with universities and disseminate information to society.

Universities should ensure that entrepreneurship service personnel have the necessary training to advise potential entrepreneurs in this area and provide information on all the options to support their projects. They could also implement new lines of research through joint work between university faculty and cooperative representatives to promote a greater number of internships in these companies, final degree projects, or other synergistic activities that would help disseminate cooperative characteristics and values in the university environment.

On the other hand, it could be fruitful to promote a deeper understanding of cooperatives, not only among university students but also among those in secondary education, since cooperatives are built on a set of irrevocable principles and values. Assuming them without prior knowledge and practice is complex.

Originality/value

The contribution of this article to the literature is twofold. On the one hand, it evaluates the call for public legislation to increase the formal presence of cooperativism in the university academic field, analysing its actual implementation in the curricula. On the other h, it shows the qualified vision of the entrepreneurship services associated with public universities. The article delves into a question that has been lacking empirical evidence until now, although it has been suggested by the results of previous studies (e.g., Lejarriaga et al., 2013 or Melián et al., 2017). The study of the role of entrepreneurship promotion actions as well as the advising and support for entrepreneurs by the entrepreneurship services of the universities, needed to be tackled. The conclusions aim to provide an image of the role played by university education in cooperativism and lay the foundations upon which to build an action plan to promote this model among entrepreneurs.

1. Introducción

El emprendimiento es un fenómeno cuyo estudio en el contexto universitario ha cobrado una creciente relevancia (Ruiz-Ruano et al., 2019) a la par que la sociedad demanda a las empresas una mayor responsabilidad medioambiental, justicia laboral o conductas más éticas (Montañez-Moya, 2017). A este respecto, las empresas cooperativas constituyen una herramienta eficaz de emprendimiento que sitúa a la persona en el centro de su estructura para conjugar intereses económicos y sociales, permitiendo el desarrollo de cualquier tipo de actividad (Fernández-Guadaño, et al., 2020). Se trata de una tipología empresarial con diferencias significativas respecto del resto de figuras mercantiles (Pozuelo et al., 2012) que las hacen más participativas y democráticas (Ciruela-Lorenzo et al., 2016).

Las instituciones gubernamentales recogen expresamente las bondades del cooperativismo en normativas comunitarias, como el Reglamento (CE) No 1435/2003 del consejo de 22 de julio de 2003 relativo al Estatuto de la sociedad cooperativa europea, y leyes nacionales y regionales. La propia Constitución española establece en su artículo 129.2 que los poderes públicos promoverán eficazmente las sociedades cooperativas. En esta misma línea, la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social es creada con el objeto de determinar las medidas de fomento a favor de éstas. Además, evidencia la importancia de tomar conciencia sobre la importancia de la presencia de estas empresas en el tejido productivo (Juliá et al., 2020). Sin embargo, esta promoción se ha canalizado esencialmente a través de la propia formulación de la normativa, así como de determinados beneficios fiscales, sin que los principios cooperativos hayan terminado de calar en la sociedad (Martín et al., 2013; Alfonso, 2015).

Un claro ejemplo lo constituye Andalucía; a pesar de que su Estatuto de Autonomía (Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo), en el artículo 172 manifiesta expresamente una atención preferente a las cooperativas y de que el cooperativismo se muestra como un movimiento altamente arraigado que proporciona 66.000 empleos directos, 290.000 indirectos y supone una facturación cercana al 10% del PIB de dicha región, sigue siendo altamente desconocido por gran parte de la sociedad, especialmente por la población joven (AndalucíaEScoop, 2021). Además, aunque Andalucía es la primera región española en tasa de actividad emprendedora, con un 8,8% sobre el total de la población adulta (Ruiz et al., 2019), tan solo un 0,88% de las nuevas empresas creadas en 2020 fueron cooperativas (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2020).

En lo que respecta al ámbito universitario, cabe pensar que la universidad juega un papel fundamental en el espíritu emprendedor de una sociedad (Gadea, 2008; Seguí-Mas et al., 2013; Torrejón, 2013, Sánchez et al., 2018). Sin embargo, como ocurre en el mercado en general, muy pocas de las nuevas empresas creadas en este ámbito son cooperativas (Ruiz et al., 2019) o empresas encuadradas dentro de la economía social (Juliá et al., 2020). Ahora bien, las que surgen, lo hacen desde el convencimiento y la asunción de los valores cooperativos por parte de sus socios (Seguí-Mas et al., 2013). La Ley 5/2011 promulga en su artículo 8.2 la idoneidad de introducir referencias a la economía social y el cooperativismo en los planes de estudio. Igualmente, la Comisión Europea ha solicitado a las instituciones de educación superior que

aprovechen los instrumentos europeos, como las universidades, para fomentar el cooperativismo mediante el espíritu empresarial (Comisión Europea, 2021). No se trata de que los emprendedores universitarios deban emprender forzosamente a través de cooperativas, pero sí que, al menos, conozcan y valoren esta opción de emprendimiento colectivo.

En base a todo lo anterior, este trabajo analiza la presencia del cooperativismo en la realidad académica y emprendedora de las universidades públicas de Andalucía. Para ello, se ha realizado un estudio empírico cualitativo durante los cursos 2018/2019 y 2019/2020 basado en el contenido de la oferta académica de las titulaciones de grado y posgrado. Se precisa y actualiza, respectivamente, con ello el camino anteriormente iniciado en los trabajos de Julià et al. (2015) y Melián et al. (2017) y se ahonda en una cuestión huérfana de evidencia empírica hasta ahora, aunque apuntada por los resultados de estudios anteriores (por ejemplo, Lejarrriaga et al., 2013), como es el papel de las acciones de fomento del emprendimiento, asesoramiento y acompañamiento a emprendedores por parte de los servicios de emprendimiento de las universidades estudiadas.

De este modo, la contribución del presente artículo a la literatura es doble. Por un lado, evalúa la llamada de las legislaciones públicas a incrementar la presencia formal del cooperativismo en el ámbito académico universitario, analizando su implantación real en los planes de estudios. Y, en segundo lugar, muestra la visión cualificada de los servicios de emprendimiento asociados a las universidades públicas. Las conclusiones pretenden mostrar una imagen del papel que juega la enseñanza universitaria en el cooperativismo y sienta las bases sobre las que edificar un plan de acción para el fomento de este modelo entre emprendedores.

2. Universidad y emprendimiento cooperativo

En los últimos años se ha podido observar la evolución de la universidad como una institución que desempeña un papel activo en el desarrollo económico y social de su entorno. En el ecosistema universitario surge un emprendimiento que suele ser más innovador y presenta una mayor escalabilidad (Julià et al., 2015). Esta contribución para con el entorno y la sociedad ha sido considerada como la tercera misión de la universidad (Beraza y Rodríguez, 2010; Sam y Van der Sijde, 2014; Julià et al., 2015; Seguí-Mas et al., 2013), si bien no siempre se le ha otorgado el mismo peso en todas las instituciones (Bischoff et al., 2018). El fomento del emprendimiento constituye un pilar dentro de esta tercera misión y ha sido respaldado por instituciones internacionales como la OCDE o la UE, las cuales apuestan por la inclusión de la iniciativa emprendedora en las distintas etapas de la educación (Sánchez et al., 2018). A pesar de ello, según el 'General Entrepreneurship Monitor' para Andalucía, el porcentaje de personas emprendedoras con formación secundaria es mayor al de universitarias y, consecuentemente, parece necesario ahondar en el impulso de un emprendimiento de alto potencial utilizando el conocimiento que surge de las universidades y centros de investigación (Ruiz et al., 2019).

Ahora bien, debe tratarse de un emprendimiento desde un enfoque de desarrollo humano integral como una competencia clave en el desarrollo personal, la inclusión social o el empleo (Bacigalupo et al., 2016) y que aporte soluciones a las necesidades de la comunidad desde una perspectiva ética, socialmente responsable y sostenible (Durán et al., 2015).

Así es, como sujetos proactivos en el desarrollo regional, el crecimiento económico, la transferencia de tecnología, la promoción de la innovación y el desarrollo social (Guerrero y Urbano, 2012), las instituciones de educación superior juegan un papel fundamental en la sensibilización y promoción del espíritu empresarial (Torrejón, 2013) y contribuyen a la creación de un ecosistema emprendedor (Julià et al., 2020). Impulsan un clima orientado hacia el emprendimiento, tanto en espíritu como en práctica (Bretones y Radrigán, 2018) y se convierten en generadoras de capital social, a la par que en mecanismos de intermediación (Nieves y Briones, 2009). Por tanto, las propias universidades tejen redes entre la academia, las instituciones y la industria para crear un ecosistema emprendedor (Ranga y Etzkowitz, 2013), así como para promover una cultura emprendedora (Guerrero et al., 2016). Cuestión esta última incluida como objetivo estratégico por el Consejo de la Unión Europea (Comisión Europea, 2014).

Por otra parte, la educación emprendedora debe permitir que los estudiantes desarrollen capacidades con sentido de responsabilidad social (Salinas y Osorio, 2012) y así participen de manera activa en una sociedad democrática que promueva transformaciones sociales en pro de la igualdad y la justicia (Fajardo, 2017). Para conjugar ambos elementos, emprendimiento y visión social, el cooperativismo emerge como una opción idónea. Las sociedades cooperativas son una forma natural de emprender con una demostrada aportación en épocas de crisis económicas y con unas características que las hacen atractivas como fórmulas generadoras de riqueza compartida (Coque, 2008; Martín et al., 2013). Por ello, los poderes públicos, bajo el mandato del art. 129.2 de la Constitución, han legislado para mejorar el régimen jurídico de las mismas y facilitar su constitución. Además de la legislación, han sido muchas las iniciativas encaminadas a este fin, como la Estrategia Española de Economía Social 2017-2020, entre cuyos ejes se fija el fomento de la visibilidad y difusión de actividades, el emprendimiento y la consolidación de empresas de economía social (Bastida et al., 2020).

Cada vez existe una mayor conciencia de que para formar profesionales comprometidos con la realidad social, los cambios pedagógicos deben ser transversales a la institución educativa (Fajardo, 2017). De hecho, algunas universidades han promovido avances en esta dirección (Santocildes, 2008) contemplándose cambios en el currículo y los programas formativos. En esta misma línea, nuestro país suscribió la denominada “Declaración de Madrid” junto con otros países de la UE, donde se acuerda incluir el emprendimiento bajo fórmulas de la economía social en los planes de estudio de las diferentes etapas educativas (Sánchez, et al., 2018). A pesar de ello, estudios previos evidencian que la oferta formativa en materia de economía social es reducida a nivel universitario. Así, Julià et al. (2015) realizaron una revisión de los planes de estudio de las universidades españolas concluyendo que en ese momento sólo se ofertaban 4 másteres oficiales relacionados con la economía social y dos programas de doctorado sobre economía social y cooperativismo. Posteriormente, Melián et al. (2017) también abordaron una revisión de los planes de estudio de las universidades españolas concluyendo

que son pocos los estudios con formación específica en materia de economía social. Concretamente, sólo un 1,3% de los grados y másteres oficiales se ocupan de economía social; cifra que asciende al 6,8% al ampliar la oferta formativa a enseñanzas propias y a titulaciones que no únicamente aborden la economía social como eje central, sino que incluyan alguna asignatura al respecto. Más recientemente, Buendía-Martínez et al. (2020) señalan que la inclusión de materia específica de economía social en el sistema universitario es minoritaria, lo que provoca que los estudiantes finalicen sus estudios sin ni siquiera conocer el concepto teórico de lo que es una cooperativa. De hecho, otros trabajos muestran que hay comunidades autónomas en cuyas universidades no se imparte formación relacionada con la economía social, como es el caso de Galicia (Bastida et al., 2020).

Al margen de la cuestión curricular, se antoja necesario fomentar el papel de los órganos propios de motivación, formación y semilleros empresariales para impulsar la aparición de emprendedores universitarios (Coque et al., 2013). En relación con esto, la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) ya firmaron en 2012 un convenio de colaboración con la Confederación Empresarial Española de la Economía social (CEPES) para fomentar el espíritu emprendedor bajo fórmulas de economía social (Sánchez et al., 2018). Las oficinas de apoyo a emprendedores de las que disponen muchas de nuestras Universidades se antojan como elemento fundamental para difundir la cultura emprendedora y hacerlo utilizando formas jurídicas de la economía social (Lejarriaga et al., 2013; Sánchez, et al., 2018). Ante la habitualidad del emprendimiento individual o el desconocimiento de la opción cooperativa, las oficinas de asesoramiento de las universidades deben erigirse como prescriptores (Lejarriaga et al., 2013), tanto a nivel informacional, proporcionando información de todas las posibles opciones empresariales, como de tutela y acompañamiento durante los primeros años.

En este sentido, existen a nivel internacional evidencias de buenos resultados de proyectos de incubadoras universitarias, como el desarrollado en 44 universidades de Brasil sobre empresas de autogestión y economía solidaria bajo el proyecto Red Universitaria de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (Cruz-Souza, et al., 2011). A nivel nacional puede mencionarse, por ejemplo, el programa desarrollado por la Universidad Complutense de Madrid que ha perseguido asesorar y orientar a sus potenciales emprendedores universitarios hacia la economía social mediante la labor de la Oficina de Compluemprende (Lejarriaga et al., 2013). También es destacable la red de la que forman parte las tres universidades públicas gallegas, donde se ha homogeneizado el servicio que se presta a los emprendedores del sistema público universitario de dicha comunidad autónoma. Así, la Universidad de La Coruña, la Universidad de Santiago de Compostela y la Universidade de Vigo forman parte de la Red Eusumo para el fomento del cooperativismo y la economía social, desarrollando medidas de fomento, difusión, asesoramiento y acompañamiento de proyectos de economía social (Bastida et al., 2020).

Según Salinas y Osorio (2012), al margen de las instituciones educativas superiores y de su profesorado, existe otro actor determinante en el ámbito de las iniciativas emprendedoras universitarias ligadas al cooperativismo: las entidades asociativas del ámbito cooperativo. Como entidades sociales, éstas tienen que mostrar su compromiso con el entorno en el que desempeñan su actividad, darse a conocer y mostrar que otra forma de emprender es posible

(Herranz, 2010). Se trata de romper con la percepción negativa hacia el mundo cooperativo, aún excesivamente extendida y arraigada en una serie de prejuicios (Martín et al., 2013). De hecho, esta percepción negativa es consecuencia en multitud de ocasiones del desconocimiento que sobre estas empresas se tiene, un desconocimiento que se traduce en una no demanda efectiva de información sobre las empresas de economía social a la hora de emprender (Lejarriaga et al., 2013). Por ello, desde las organizaciones de la economía social y desde las propias cooperativas se debe impulsar una labor de difusión que surja desde una colaboración real con las universidades y sus servicios de emprendimiento.

Por todo ello, en esta investigación se pretende averiguar cuál es la presencia de la economía social dentro de las acciones de fomento del emprendimiento desarrollado en las universidades públicas de Andalucía. Para ello, se analiza la presencia de programas formativos relacionados con la economía social en sus planes de estudio, al igual que para otros ámbitos ya analizaron los trabajos de Julià et al. (2015) y Melián et al. (2017). Además, en virtud de lo evidenciado por estudios como los de Coque et al. (2013), Lejarriaga et al. (2013) o Sánchez et al. (2018), se indaga sobre el papel de los servicios de emprendimiento de estas universidades en el fomento del emprendimiento en economía social y si se colabora con las entidades asociativas de la economía social, tal y como apuntaban Herranz (2010) o Salinas y Osorio (2012).

3. Metodología

Las universidades objeto de este estudio han sido las que comprenden el sistema universitario público de Andalucía, las cuales en el curso 2018/2019 contaban con un total de 242.451 estudiantes repartidos entre las siguientes instituciones (ordenadas por número de matrículas): Universidad de Sevilla (61.257), Universidad de Granada (52.640), Universidad de Málaga (36.707), Universidad de Cádiz (21.456), Universidad de Córdoba (18.307), Universidad de Jaén (15.133), Universidad de Almería (13.673), Universidad Pablo de Olavide (12.239) y Universidad de Huelva (11.039). Se ha excluido la Universidad Internacional de Andalucía, ya que se trata de una institución singular dentro del sistema público que da apoyo principalmente en la formación de posgrado, investigación y transferencia, albergando propuestas del resto de universidades andaluzas (Aldás et al., 2016).

A la hora de desarrollar el estudio se han implementado dos metodologías bajo un enfoque inductivo (Corbin y Strauss, 1990; Gioia et al., 2013). En el primer caso, se ha llevado a cabo un acercamiento a la realidad académica de estas universidades a través del análisis exhaustivo de los programas y planes de estudio de las titulaciones de grado y posgrado en el curso 2018/19 y 2019/20. Más concretamente, se han buscado en estos planes de estudio materias relacionadas con el emprendimiento en general y, más concretamente, con el cooperativismo, lo que hemos denominado Huella Académica Cooperativa (HAC). En este caso, se trata de un abordaje y metodología similar a la utilizada anteriormente en los trabajos de Julià et al. (2015) y Melián et al. (2017).

En el segundo caso, la metodología utilizada ha sido de tipo cualitativo, basada en entrevistas en profundidad (Alonso, 1999; Alvesson y Sköldbberg, 2017; Eisenhardt, 1989; Maxwell 2008; Taylor y Bogdan, 1992; Yin 2015). Esta metodología permite comprender mejor los procesos de cambio, propiciando un tipo de análisis con suficiente profundidad y precisión, pero aportando la flexibilidad necesaria en la recopilación de la información (Martínez et al., 2019). De esta forma, se ha llevado a cabo un proceso de obtención de información procedente, de forma directa, de los servicios de empleabilidad y emprendimiento de las universidades objeto de estudio en este trabajo, haciendo una mención especial a los programas de asesoramiento y actividades formativas ofertadas, y siempre desde la perspectiva de la presencia del cooperativismo en dichas acciones.

Tabla I. Servicio entrevistado en cada universidad

Universidad	Servicio
U. de Almería	Fundación Universidad de Almería
U. de Cádiz	Servicio de emprendimiento, empresa y egresados
U. de Córdoba	Fundación para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba
U. de Granada	Dirección de emprendimiento
U. de Huelva	Servicio de Empleo
U. de Jaén	Servicio de empleo, prácticas y emprendimiento
U. de Málaga	Servicio de empleabilidad y emprendimiento
U. Pablo de Olavide	Fundación Universidad Pablo de Olavide
U. de Sevilla	Secretariado de Transferen. de Conocimiento y Emprendimiento

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla I presenta el servicio con el que se ha contactado en cada institución universitaria. Las entrevistas, nueve en total, de una hora de duración aproximada cada una, se llevaron a cabo, de forma principalmente presencial pero también telefónica, con responsables y técnicos de los servicios de empleabilidad y emprendimiento durante los meses de septiembre y diciembre de 2019 (ver Tabla II). Más concretamente, se plantearon entrevistas semiestructuradas (Taylor y Bogdan, 1992) que fueron grabadas en formato audible y, posteriormente transcritas para su análisis, existiendo un total de 19.948 palabras. A partir de las entrevistas, se ha procedido a hacer un análisis de contenido (Rodríguez et al., 1996), codificando éste para reorganizar los datos en categorías que han permitido una comparación interna (Maxwell, 1996), y el descubrimiento de similitudes y diferencias entre los discursos de los entrevistados. Con la información obtenida hemos procedido a su análisis siguiendo el método comparativo de contraste y comparación (Azkarate-Iturbe et al., 2020) hasta llegar a la saturación teórica (Trinidad et al., 2006) que se muestra en los resultados y conclusiones.

Tabla II. Personal entrevistado y código anónimo de las entrevistas

Código anónimo de la entrevista	Personal entrevistado	Tipo de entrevista
SE1	Responsable del servicio y dos técnicos de emprendimiento	Presencial
SE2	Responsable del servicio y un técnico de emprendimiento	Telefónica
SE3	Responsable del servicio y un técnico de emprendimiento	Presencial
SE4	Técnico de emprendimiento	Presencial
SE5	Responsable del servicio y un técnico de emprendimiento	Telefónica
SE6	Responsable del servicio y 3 técnicos de emprendimiento	Presencial
SE7	Responsable del servicio y un técnico de emprendimiento	Presencial
SE8	Responsable del servicio y dos técnicos de emprendimiento	Presencial
SE9	Técnico de emprendimiento	Telefónica

Fuente: Elaboración propia.

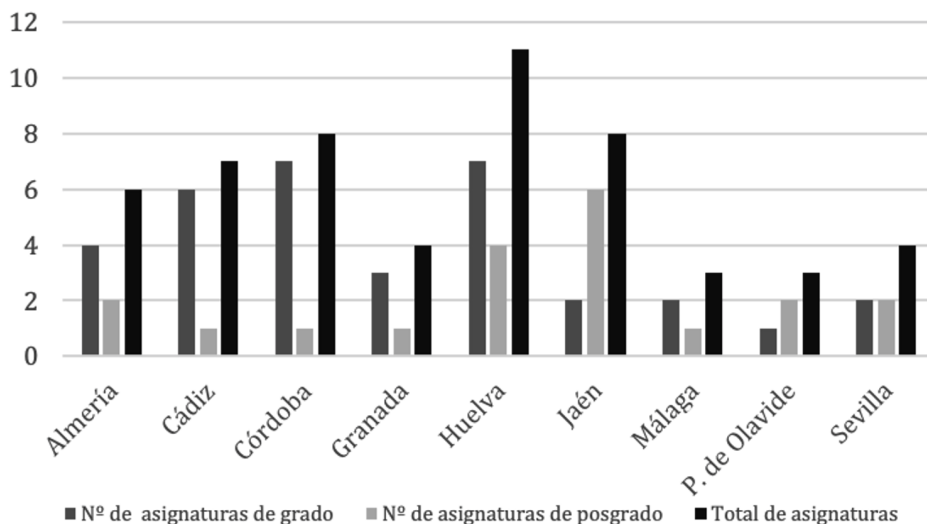
4. Resultados

4.1. La Huella Académica Cooperativa (HAC) en los planes de estudio de grado y posgrado

Los resultados obtenidos tras la revisión de los planes de estudio muestran que únicamente dos de las universidades analizadas, Córdoba y Jaén, cuentan con enseñanzas que se ocupan única y exclusivamente del campo del cooperativismo, es decir, en las que se han encontrado asignaturas en las que la sociedad cooperativa sea la esencia principal de los contenidos de estas. Esto no significa que no se hayan detectado en otras universidades, pero sí que quedan enmarcadas en estudios más genéricos de Economía Social o se presentan desde un punto de vista esencialmente jurídico que trata de diferenciarlas del resto de tipologías empresariales. En cualquier caso, hay que destacar que, en términos generales, es muy escasa la presencia de asignaturas cuyos contenidos se ocupen del ámbito de las cooperativas (ya sea de forma directa o tangencial), en concreto se han detectado 34 asignaturas de grado y 20 de posgrado. Como puede apreciarse en el Figura I, las universidades de Granada, Málaga, Pablo de Olavide

y Sevilla son las que cuentan con un menor número de asignaturas, mientras que las universidades de Huelva, Jaén y Córdoba muestran una mayor presencia de HAC dentro de sus planes de estudio.

Figura I. Número de asignaturas identificadas por universidades



Fuente: Elaboración propia.

En el caso concreto de las titulaciones de grado (ver Tabla III), la presencia del cooperativismo se aborda principalmente desde el ámbito jurídico, al intentar diferenciar a este tipo de organizaciones de base mutualista respecto de las empresas capitalistas, aunque el desarrollo de estas últimas es bastante superior en los programas analizados. En lo que se refiere a asignaturas enfocadas al emprendimiento, como es la de Creación de Empresas, se plantea el cooperativismo como una figura jurídica más, sin profundizar en la faceta social que las hace tan diferentes y peculiares. Por otro lado, también se encuentra HAC en asignaturas vinculadas a los servicios sociales, el desarrollo local, la cooperación al desarrollo o el mundo agrario, es decir, en contextos y actividades donde el cooperativismo, por su especial naturaleza, tiene o puede tener un mayor protagonismo.

Tabla III. Asignaturas de grado que en su desarrollo abordan el ámbito de las cooperativas

Universidad	Grado	Asignatura
Universidad de Almería	Derecho y Administración y Dirección de Empresas	Derecho del Empresario y las Sociedades Mercantiles
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Creación de Empresas
	Trabajo Social	Economía Social en el Trabajo Social
	Ingeniería Agrícola	Empresa Agraria y Economía Agraria
Universidad de Cádiz	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Derecho de Sociedades
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Economía social y desarrollo local
	Dirección y Administración de Empresas	Derecho Empresarial I
	Contabilidad	Derecho Empresarial I
	Derecho	Derecho Mercantil I
	Marketing e Investigación de Mercados	Marketing no lucrativo
Universidad de Córdoba	Gestión cultural	Creación de Empresas
	Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural	Gestión de Cooperativas Agrarias
	Enología	Gestión de Cooperativas Agrarias
	Administración y Dirección de Empresas	Creación de Empresas
	Administración y Dirección de Empresas	Contabilidad de Sociedades
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Autoempleo y Economía Social
	Turismo	Creación de Empresas turísticas
Universidad de Granada	Educación Social	Emprendimiento en Educación Social
	Educación Social	Economía, Trabajo y Sociedad
	Finanzas y Contabilidad	Derecho Mercantil
Universidad de Huelva	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Derecho de la Empresa
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Cultura emprendedora y creación de empresas
	Administración de Empresas	Creación de Empresas
	Derecho	Derecho Mercantil
	Trabajo Social	Servicios Sociales Comunitarios
	Trabajo Social	Gestión de organizaciones Sociales
	Trabajo Social	Trabajo Social, Cooperación, Desarrollo y Tercer Sector

Universidad	Grado	Asignatura
Universidad de Jaén	Finanzas y Contabilidad	Derecho de las sociedades cooperativas andaluzas
	Relaciones Laborales	Estatuto jurídico de la empresa y del empresario
Universidad de Málaga	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Régimen Jurídico de Empresas de Economía Social
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Creación de Empresas
U. Pablo de Olavide	Finanzas y Contabilidad	Derecho de la Empresa
Universidad de Sevilla	Administración y Dirección de Empresas	Creación de Empresas
	Relaciones Laborales y Recursos Humanos	Economía Social y de la Cooperación Internacional

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la oferta de titulaciones de posgrado (títulos propios y títulos oficiales de máster), en términos generales se aprecia una escasa presencia de la HAC, habiéndose detectado únicamente dos titulaciones de especialización exclusiva en cooperativismo, que son el Máster Propio en Gestión de Empresas de Economía Social y Emprendimiento Colectivo de la Universidad Pablo de Olavide, y el Curso Superior de Gestión de Cooperativas Agroalimentarias de la Universidad de Huelva. En cuanto a las temáticas, destacan las relacionadas con el mundo agrario y el desarrollo rural, así como el emprendimiento social y colaborativo. En el resto, aunque también aparece la HAC, el enfoque es más general hacia la Economía Social o se hacen planteamientos de diferenciación eminentemente jurídica (ver Tabla IV).

Tabla IV. Asignaturas de posgrado que en su desarrollo abordan el ámbito de las cooperativas

Universidad	Titulación	Asignaturas
Universidad de Almería	Máster Oficial en Desarrollo y Codesarrollo Local Sostenible	Economía Social
	Máster Oficial en Derecho de la Empresa y la Actividad agroalimentaria	La Empresa Agraria: Cooperativas y Sociedades Agrarias de Transformación
Universidad de Cádiz	Máster Oficial Interuniversitario en Economía y Desarrollo Territorial	Gestión de Empresas de Economía Social
Universidad de Córdoba	Máster en Asesoría Jurídica de Empresas	Derecho de Sociedades (Cooperativas y S.R.L.)
Universidad de Granada	Máster oficial en Cooperación al Desarrollo, Gestión Pública y de las ONGD	Gestión Económico-Financiera de las Entidades No Lucrativas

Universidad	Titulación	Asignaturas
Universidad de Huelva	Experto en Economía Solidaria y Emprendimientos Sociales	Economía Social y Responsabilidad Social Corporativa
	Experto en Economía Solidaria y Emprendimientos Sociales	Entidades del Tercer Sector
	Máster Oficial en Investigación e Intervención en Trabajo Social	Instrumentos Jurídicos para el Emprendimiento Social
	Curso Superior de Gestión de Cooperativas Agroalimentarias	Todas
Universidad de Jaén	Máster Universitario en Olivar y aceite de oliva	Organización de Empresas Oleícolas
	Máster Interuniversitario en Economía y Desarrollo Territorial (UJA-UCA-UHU)	Economía y emprendimientos Sociales
	Máster Interuniversitario en Economía y Desarrollo Territorial	Gestión de Empresas de Economía Social
	Máster Universitario en Administración de Empresas	Gestión de Empresas de Participación
	Máster Universitario en Planificación y Gestión Sostenible del turismo	Gestión de Empresas de Participación
	Máster Universitario en Dirección, Gestión y Emprendimiento en Centros y Servicios Sociosanitarios	Tipos y Mercados de las Empresas Sociosanitarias. Instrumentos de Apoyo a la Creación de Empresas
Universidad de Málaga	Máster en Cooperación Internacional y Políticas de Desarrollo	Iniciativa Privada en la Cooperación Internacional al Desarrollo
U. Pablo de Olavide	Máster Propio en Dirección y Gestión de Proyectos de Economía Colaborativa	Economía Social y Colaborativa en el Tercer Sector: Orientación para la Inserción Laboral y el Emprendimiento
	Máster Propio en Gestión de Empresas de Economía Social y Emprendimiento Colectivo	Todas
Universidad de Sevilla	Máster Oficial en Ciencias del Trabajo	Economía Social y Desarrollo Local en un Mundo Globalizado
	Diploma de Especialista en Responsabilidad Social en Pymes y Cooperativas: Diseño de Estrategia y Guía para la Elaboración de su Memoria de Sostenibilidad	Conocimientos Introdutorios sobre Cooperativas y PYMES

Fuente: Elaboración propia.

4.2. La presencia del Cooperativismo en los servicios de empleabilidad y emprendimiento

Las entrevistas con los responsables y técnicos de los servicios de emprendimiento han aportado una gran cantidad de información que, tras ser analizada, ha revelado ciertas homogeneidades que nos ha permitido agruparlas en los siguientes incidentes:

- a) Desconocimiento generalizado por parte de los servicios de emprendimiento.
- b) Falta de valores y desinformación por parte de los potenciales emprendedores.
- c) Fomento del emprendimiento individual.
- d) Falta de apoyo externo: inversores y asesores.
- e) Colaboración con entidades del ámbito cooperativo.
- f) Papel clave del profesorado.

A continuación, se comentan los hallazgos obtenidos en cada incidente, así como las transcripciones concretas que respaldan dichas proposiciones:

a) Desconocimiento generalizado por parte de los servicios de emprendimiento

Se ha constatado que, salvo alguna excepción, existe un desconocimiento generalizado por parte de estos servicios sobre las peculiaridades cooperativas, tanto en lo relativo a sus principios y valores, como a cuestiones relacionadas con su régimen jurídico, detalles de gestión, fiscalidad, etc. Este desconocimiento provoca, en muchas ocasiones, que los estudiantes sean dirigidos hacia otras fórmulas jurídicas sin tan siquiera plantearles la opción cooperativa.

No, no tenemos conocimiento del cooperativismo en ningún ámbito. Al menos lo básico sí deberíamos saberlo. Se podrían firmar acuerdos para ello. No obstante, la idea es lo más importante a la hora de emprender, la figura jurídica es después y es menos importante.”

(SE2)

Además, se ha apreciado la existencia de cierta confusión entre conceptos tales como emprendimiento social, responsabilidad social o economía social.

“¿Economía Social? Sí. Aquí se constituyen algunas empresas con unos objetivos de tipo social, además hay muchos cursos de responsabilidad social y muchas empresas también piden responsabilidad social.”

(SE4)

No obstante, es importante reseñar que las universidades que cuentan en sus instalaciones con servicio de CADE (Centros Andaluces de Emprendimiento) ofrecen un asesoramiento más completo a sus potenciales emprendedores. Sus profesionales muestran un mayor conocimiento de todas las opciones mercantiles, incluido el cooperativismo, lo que permite que el estudiantado interesado tenga información suficiente para valorar o no la conveniencia de la fórmula cooperativa.

Nosotros hemos trabajado antes en el fomento de la Economía Social, en el CADE del pueblo, y eso nos permite saber a quién ofrecerle o no el cooperativismo. No sirve para todo el mundo.

(SE8)

Pero esta presencia y su relación con las universidades no es homogénea. Se han identificado tres situaciones: universidades donde no hay presencia de CADE, universidades donde sí existe CADE, pero funciona de forma totalmente independiente del servicio de emprendimiento de la universidad, y universidades donde el CADE está coordinado con los servicios de emprendimiento ofrecidos por la universidad.

Por otro lado, las entrevistas evidencian que los conocimientos, habilidades y actitudes sobre la economía social y el cooperativismo por parte del equipo que asesora a los estudiantes en su travesía emprendedora es determinante. Y es que una inmensa mayoría de los estudiantes que acuden a estos servicios carecen de una formación emprendedora suficiente, por lo que se dejan guiar y asesorar plenamente.

Los estudiantes se dejan asesorar totalmente, la mayoría de las veces vienen perdidos y el poder del experto te abre las puertas y su mente. Confían en nosotros, pero la cooperativa no se conoce bien en la sociedad, y nosotros tampoco con detalle, y cuesta darla a conocer y ponerla como ejemplo.

(SE1)

116

b) Falta de valores y desinformación por parte de los potenciales emprendedores

Se ha verificado la existencia de un desconocimiento generalizado por parte de los estudiantes universitarios que acuden a estos servicios acerca de las particularidades del cooperativismo. Desconocimiento que proviene o es reflejo, en parte, del desconocimiento que existe en la sociedad, así como de la escasa existencia de estas temáticas (HAC) en los programas académicos de las titulaciones de grado y posgrado.

Todo el mundo conoce el cooperativismo en nuestra provincia, pero lo asocian a lo agrario. Eso no es malo del todo ya que la idea que tienen del cooperativismo, aunque equivocada, es positiva. Solo habría que darle más información y formación para que pudieran decidir con criterio.

(SE7)

Por otra parte, tampoco existe una interiorización de los valores que rigen el cooperativismo por parte de los potenciales emprendedores, enfocando su actividad hacia la ganancia. Esto provoca que, incluso en el caso de ser orientados hacia el modelo cooperativo se puedan producir, posteriormente, problemas y disfuncionalidades internas.

Los estudiantes no comulgan del todo con los valores y principios cooperativos. Se piensa en el dinero, el sistema democrático asusta. Antes se generaban más cooperativas por las mayores ayudas que había.

(SE3)

Cuando se explica a los estudiantes lo que es una cooperativa la mayoría que elige esta figura lo hace por los beneficios fiscales, pero con la idea de cambiarse luego a otra figura. Creo que faltan valores e información.

(SE5)

No es fácil sentir los valores cooperativos, ellos quieren ganar dinero. Todo suele empezar bien pero luego las cosas se complican y acaba mal. Falta tolerancia y empatía.

(SE9)

c) Fomento del emprendimiento individual

Son muchos los programas y proyectos formativos dirigidos a posibles emprendedores, pero, con carácter general, fomentan, principalmente, la iniciativa individual. Aun así, se identifican algunos programas que potencian el encuentro de ideas de negocio y su puesta en marcha conjunta por parte de distintos emprendedores, aunque no, necesariamente, bajo la perspectiva cooperativa.

Los emprendedores vienen individualmente en su mayoría. Es difícil crear equipo, ya que vienen solos. Proyectos con varias personas hay pocos, aunque hay programas que los fomentan.

(SE8)

Es más, la opinión general de los entrevistados es que la figura ideal para comenzar una actividad emprendedora es la del trabajador por cuenta propia (autónomo). De hecho, según manifiestan es la figura jurídica más usada por los emprendedores cuyo negocio se engendra en el seno de la universidad.

Los estudiantes vienen con proyectos individuales y cuesta mucho trabajo que compartan sus ideas con otros estudiantes. A veces vienen juntos, pero todo depende de cómo lleguen, si vienen juntos se les asesora como sociedad y si vienen solos no, raras veces se fusionan ideas, aunque se intenta.

(SE2)

A veces, dos personas con la misma actividad como idea, y que incluso se conocen, se dan los dos de alta como autónomos antes de colaborar y hacerlo conjuntamente.

(SE5)

Ni tenemos ni han pasado muchas cooperativas por nuestros viveros de empresas. Tendría que hacer memoria, pero no muchas. Ahora tenemos una.

(SE6)

La razón esgrimida para esta orientación hacia el emprendimiento individual es que cuentan con costes iniciales más bajos. Además, mencionan la existencia de aversión al riesgo por parte de los emprendedores universitarios, los cuales prefieren dar un primer paso más controlado. Sin embargo, no existen evidencias de que un proyecto emprendedor individual sea más viable que uno colectivo compartido.

Quieren correr el menor riesgo posible, van a lo más barato y creen que constituyéndose como autónomo todo será más reversible en caso de que la cosa vaya mal.

(SE4)

d) Falta de apoyo externo: inversores y asesores

Los posibles prejuicios sobre el cooperativismo se extienden más allá de los servicios de emprendimiento, afectando a los propios estudiantes y, de manera significativa, a los inversores externos que, al no conocer con claridad las particularidades de las cooperativas, no las consideran como inversiones factibles ni seguras. Según los entrevistados, los inversores prefieren proyectos liderados por autónomos o por figuras jurídicas de fácil conversión como las sociedades limitadas. Las cooperativas, con su régimen jurídico particular no resultan atractivas y, aunque no se argumentan claramente los motivos, estos parecen girar en torno a las posteriores dificultades para recuperar la inversión.

Los business angel no ven a las cooperativas como empresas interesantes ni convenientes para invertir ya que creen que luego les será más complicado y tedioso recuperar el dinero y salir de la empresa sin penalizaciones. Esto genera, en ocasiones, problemas iniciales de financiación.

(SE7)

Por otra parte, los servicios de emprendimiento apuntan también a las dificultades para encontrar asesorías o gestorías especializadas en cooperativas. No únicamente son los servicios universitarios los que no cuentan, en muchos casos, con los conocimientos necesarios, sino que son muy limitadas las opciones de asesoramiento externo a las que pueden optar los potenciales cooperativistas.

No hay gestores especializados de cooperativas, no hay casi ninguno y los que hay tienen mucho trabajo y no pueden abarcarlo todo. El emprendedor que no quiere esperar, incluso interesándose por el cooperativismo, a veces opta por otras figuras.

(SE6)

e) Colaboración con entidades del ámbito cooperativo

Es necesario que sean las asociaciones del sector cooperativista y las propias cooperativas las que promuevan acciones a desarrollar dentro de estos servicios universitarios. Actualmente, y con carácter general, las actuaciones suelen ser esporádicas y vienen como consecuencia de propuestas de federaciones o asociaciones vinculadas con la economía social y el cooperativismo, o bien por parte de profesorado que conoce y considera a esta forma de hacer empresa como acertada y conveniente.

El problema es que se plantea el fomento del cooperativismo como una línea concreta, pero no se hace de forma global, con un plan previamente establecido. Es algo demasiado improvisado.

(SE4)

Por otro lado, estos servicios señalan a las prácticas curriculares y extracurriculares como alternativa de acercamiento del estudiantado al modelo cooperativo, e incluso con el desarrollo de determinados trabajos fin de estudios. Además, la presencia de sociedades cooperativas como oferentes de prácticas es, en términos generales, muy escasa.

La cooperativa debe tocar la puerta de la Universidad. Las puertas de la Universidad siempre están abiertas. Si ellos lo proponen lo llevamos a cabo. Prácticas, trabajos fin de estudios orientados o proyectos conjuntos son siempre bienvenidos.

(SE5)

f) Papel clave del profesorado

Existen otros agentes dentro de la universidad al margen de los servicios de emprendimiento. Se trata de los profesores/as, los cuales representan al colectivo que mayor relación tienen con los estudiantes. Las actividades en el aula, los trabajos de investigación, etc. pueden ser una buena oportunidad de acercar la verdadera naturaleza del cooperativismo a los estudiantes. Aunque para ello se necesita también de un mayor conocimiento previo por parte del profesorado.

Algunos profesores sí son conscientes de la importancia del cooperativismo y piden recursos para poner en marcha proyectos con los que difundir esa cultura, pero no siempre perduran en el tiempo.

(SE3)

En las asignaturas el cooperativismo se ve como una figura jurídica más, no se le da más información del cooperativismo o más importancia, es igual que todas las demás.

(SE8)

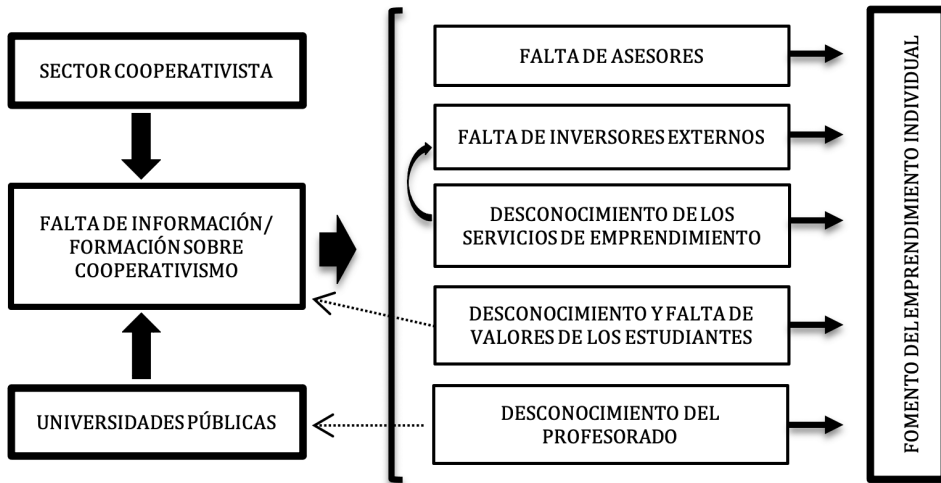
Los profesores tienen la llave. El mundo del cooperativismo debería formar y concienciar primero a los profesores para que estos, a su vez, transmitan las ideas a sus estudiantes.

(SE5)

Para finalizar, y como se aprecia en la Figura II, se hace una reflexión en la que se vislumbra que tanto el sector cooperativo como las propias universidades serían corresponsables de la falta de información y formación sobre estas figuras empresariales en el ámbito universitario. En el caso del sector cooperativo se ha evidenciado, en términos generales, la escasa colaboración con las instituciones universitarias o la insuficiente información que transmiten a la sociedad y, en particular, a los estudiantes. Por su parte, las universidades contribuyen a esta desinformación desde la reducida presencia del cooperativismo (HAC) en los planes de estudio, la falta general de iniciativas y desconocimiento del profesorado y, especialmente, desde las carencias formativas del personal técnico de los servicios de emprendimiento respecto de esta figura empresarial. A todo ello se le unen el desconocimiento previo de los estudiantes y la dificultad de éstos para interiorizar y poner en práctica los valores cooperativos. Además, se evidencia escasez de inversores externos, motivada, en parte, por la ignorancia sobre estas tipologías organizacionales, pero también por el filtro de los propios servicios de emprendi-

miento que aportan, mayoritariamente, proyectos individuales, así como por la falta de asesorías/gestorías especializadas o conocedoras del régimen jurídico y fiscal de las cooperativas, lo que también actúa como desincentivador. Todo ello se traduce en un excesivo fomento del emprendimiento individual en detrimento de un emprendimiento colectivo y, por tanto, tampoco cooperativo.

Figura II. Factores determinantes en la escasa presencia del emprendimiento cooperativo en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

Los resultados de este trabajo evidencian que la presencia del cooperativismo en la universidad andaluza es reducida. Las nueve universidades analizadas contribuyen a fomentar un ecosistema emprendedor como contexto en el que se produce un desarrollo económico y laboral. Además, desde ellas se impulsan redes con el gobierno y la industria, en el sentido de lo mencionado por Ranga y Etkowitz (2013), pero obviando los valores de responsabilidad social inherentes a una cultura emprendedora cooperativa, como establecían, hace más de una década, Espinosa et al. (2009).

Únicamente se han identificado una treintena de asignaturas de grado donde se abordan algunos aspectos vinculados a la economía social o el cooperativismo y una veintena en posgrados, además de dos titulaciones específicas de posgrado. Además, la presencia del coope-

rativismo se aborda principalmente desde el ámbito jurídico, incidiendo en aspectos formales en lugar de ahondar en su esencia eminentemente social.

La información procedente de las entrevistas con los servicios de emprendimiento es especialmente esclarecedora. Se evidencia que, salvo excepciones, desde estos organismos no se fomenta el emprendimiento cooperativo. Es más, se revela un desconocimiento generalizado sobre el régimen jurídico y particularidades de estas empresas, lo que origina la imposibilidad de informar convenientemente a estudiantes y potenciales emprendedores.

Esta circunstancia revierte en un desconocimiento por parte de los potenciales emprendedores (estudiantes universitarios) tanto de las peculiaridades del modelo como de los valores y principios que lo sustentan. En este sentido, tanto el movimiento cooperativo como los poderes públicos podrían materializar su compromiso con la economía social a través de acciones concretas, tales como campañas informativas en torno a la verdadera naturaleza y características de estas empresas, y dirigidas a la sociedad en general. Por otro lado, podría ser fructífero impulsar el conocimiento más profundo del cooperativismo, no solo entre los estudiantes universitarios sino también entre los de enseñanzas medias, pues este se construye sobre un conjunto de principios y valores irrenunciables y, en ocasiones, es complejo asumirlos sin un conocimiento y práctica anterior.

El análisis indica también que en el ámbito universitario son dos los grandes agentes que condicionan el fomento e impulso del emprendimiento cooperativo: el propio sector cooperativo y las universidades. Estos son los principales responsables de que entre los estudiantes exista una adecuada y correcta formación e información sobre el movimiento cooperativo y, en consecuencia, la oportunidad de emprender bajo esta tipología empresarial. Por un lado, las cooperativas y sus asociaciones deben fomentar la colaboración con las universidades y verter información a la sociedad. Aspecto este que ya ha sido evidenciado en trabajos anteriores como del de Julià et al. (2020) donde se recomienda el mayor alineamiento del mundo de la economía social con los ecosistemas emprendedores universitarios. Y, por su parte, las universidades debieran procurar que el personal de los servicios de emprendimiento cuente con la formación necesaria para asesorar a los potenciales emprendedores en esta materia y, por tanto, trasladar información de todas las opciones en las que pueden apoyar sus proyectos. No es comprensible que se obvien determinadas formas jurídicas, como las cooperativas, por falta de conocimiento al respecto o por prejuicios, normalmente, infundados.

Además, las entrevistas realizadas revelan la primacía del emprendimiento individual entre los estudiantes universitarios, evidenciando la falta de fomento del emprendimiento colectivo. Al mismo tiempo, el papel del profesorado se antoja clave en este proceso. Abogar por la implantación de nuevas líneas de investigación, mediante el trabajo conjunto del profesorado universitario y los representantes de las cooperativas, podría dar lugar a un mayor número de prácticas en estas empresas, trabajos fin de estudios u otros proyectos sinérgicos que ayudarían a difundir las características y valores cooperativos en el ámbito universitario.

Por último, los resultados reflejan la falta de apoyo de inversores y asesores externos, una circunstancia recurrente en el ámbito del cooperativismo (Seguí-Mas et al., 2013). Los posibles inversores suelen decantarse por proyectos liderados por autónomos o por figuras jurí-

dicas de fácil conversión como las sociedades limitadas. En este sentido, la implicación de los organismos públicos a través de legislaciones que permitan la versatilidad de las empresas cooperativas, el lanzamiento de productos financieros definidos (como el reciente programa InvestEU lanzado en 2022), o la creación de centros específicos para mejorar el acceso a la financiación pueden resultar especialmente eficaces.

Si el emprendimiento es una herramienta que se puede usar para mejorar la sociedad, parece oportuno que un modelo democrático regido por principios y valores basados en la justicia, la equidad y la solidaridad, donde lo social prima por encima del beneficio económico y donde la responsabilidad social no es un añadido sino una consecuencia estructural, ocupe, como mínimo, el mismo lugar que el de otras figuras mercantiles. Las universidades públicas y el personal de las mismas deben trabajar en la difusión, valorización y transferencia de conocimiento al servicio de la calidad de vida y del desarrollo económico, por lo que no parece comprensible que estas instituciones no fomenten de manera generalizada una figura jurídica que ha sido y es esencial para mejorar la calidad de vida de la población y que se han constituido como elementos imprescindibles del desarrollo local y la vertebración territorial. En un contexto como el actual, de precarización laboral, altas tasas de desempleo juvenil y envejecimiento/despoblación del medio rural, es más necesario que nunca repensar sobre el modelo de emprendimiento que se fomenta desde las universidades públicas y sus consecuencias a medio y largo plazo.

6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

El presente trabajo puede poner de manifiesto algunos aspectos interesantes, pero también cuenta con una serie de limitaciones. En primer lugar, es pertinente resaltar que, aunque hay una base común, las particularidades de las sociedades cooperativas pueden variar en función de las diversas legislaciones nacionales y, especialmente, regionales. En el caso de España, a pesar de que la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social se crea con el objeto de establecer un marco jurídico común, aún hoy siguen existiendo rasgos característicos en cada región. Si bien se ha intentado ser riguroso a la hora de exponer el alcance y los pasos seguidos para la realización del artículo, es necesario recordar que se trata de un estudio regional enmarcado en el contexto de las universidades públicas andaluzas, por lo que los resultados no tienen que ser extrapolables a otras regiones geográficas. Además, la visión aportada en el análisis cualitativo puede presentar un sesgo potencial producido tanto por el tamaño de muestra como por la visión experiencial del personal de los servicios de emprendimiento. Por último, el estudio se trata de un análisis no longitudinal, por lo que la evolución de los factores considerados en cada una de las universidades puede variar con el paso del tiempo.

En cuanto a futuras líneas de investigación, a partir de este trabajo se podría realizar una ampliación incluyendo la visión y experiencia del estudiantado sobre la temática objeto de

estudio. Además, otra extensión del trabajo podría incorporar la perspectiva de nuevos emprendedores que recientemente hayan creado cooperativas con el fin de evaluar hasta qué punto el ámbito universitario les pudo influir a la hora de optar por ese modelo empresarial.

Contribución de cada autor/a: Los tres autores manifiestan que el artículo es el resultado final del trabajo en equipo. Todos ellos han participado de forma activa y similar en todas las fases de la investigación, desde la elaboración del marco teórico, el diseño de la investigación, el trabajo de campo, el análisis e interpretación de resultados y la redacción y revisión final del artículo.

Financiación: Estudio financiado por la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado (FAECTA)

Bibliografía

ALDÁS MANZANO, J., ESCRIBÁ ESTEVE, A., IBORA JUAN, M. & SAFÓN CANO, V. (2016): *La Universidad Española. Grupos estratégicos y desempeño*, Bilbao: Fundación BBVA.
<https://doi.org/10.3828/bhs.10.37.36>

ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2015): “Los Principios Cooperativos como principios configuradores de la forma social cooperativa”, *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 27, 49-86.

ALVESSON, M. & SKÖLDBERG, K. (2017): *Reflexive methodology: New vistas for qualitative research*, London: Sage.

ANDALUCÍAESCOOP (2021): “Nace AndalucíaEScoop, confederación empresarial del sector cooperativo”.
<https://www.andaluciaescoop.org/nace-andaluciaescoop-confederacion-empresarial-del-sector-cooperativo/>

AZKARATE-ITURBE, O., GALLASTEGUI, J.R.V., GALAN, A.A. & GABIOLA, I.G. (2020). “Persona Cooperativa en un contexto de transformación educativa y social”, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 136, <https://doi.org/10.5209/reve.71859>

BACIGALUPO, M., KAMPYLIS, P., PUNIE, Y. & VAN DEN BRANDE, G. (2016): *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*, Luxembourg: Publication Office of the European Union.

BASTIDA, M., OLVEIRA-BLANCO, A. & SAVALL-MORERA, T. (2020): “Medidas para el fomento y consolidación de un ecosistema favorable a la Economía Social en Galicia. La Red Eusumo”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 98, 59-94.
<https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.98.15872>

BERAZA, G. & RODRÍGUEZ, A. (2010): "Estructuras de Intermediación para la Transferencia de Conocimiento Universitario: Las Oficinas de Transferencia Tecnológica", *Propiedad Intelectual*, 13, 152-176.

BISCHOFF, K., VOLKMANN, C.K. & AUDRETSCH, D.B. (2018): "Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: an analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions", *The Journal of Technology Transfer*, 43(1), 20-46.
<https://doi.org/10.1007/s10961-017-9581-0>

BRETONES, F.D. & RADRIGÁN, M. (2018): "Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de estudiantes universitarios chilenos y españoles", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 11-30. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12668>

BUENDÍA-MARTÍNEZ, I., HIDALGO-LÓPEZ, C. & BRAT, E. (2020): "Are cooperatives an employment option? A job preference study of millennial university students", *Sustainability*, 12(17), 7210. <https://doi.org/10.3390/su12177210>

CIRUELA-LORENZO, A.M., CUADRADO, M. & PLAZA-ANGULO, J.J. (2016): "La economía social como alternativa de autoempleo. El perfil del emprendedor/a en las sociedades laborales andaluzas", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 122, 59-85.

COMISIÓN EUROPEA (2014): *Educación en emprendimiento. Guía del educador*.
<https://pagina.jccm.es/europa/pdf/PUBLICACIONES/2014%20Guia%20del%20Educador%20en%20emprendimiento.pdf>

COMISIÓN EUROPEA (2021): *Building an economy that works for people: an Action plan for the social economy*, Luxembourg: Publications Ofce of the European Union.
<https://doi.org/10.2767/12083>

COQUE, J., DÍAZ, F. & LÓPEZ, N. (2013): "Factores para la puesta en marcha y el éxito de microempresas asociativas creadas por jóvenes egresados universitarios", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 112, 66-94.

COQUE J. (2008): "Puntos fuertes y débiles de las cooperativas desde un concepto amplio de gobierno empresarial", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 95, 63-93.

CORBIN, J.M. & STRAUSS, A. (1990): "Grounded theory research: procedures, canons, and evaluative criteria", *Qualitative Sociology*, 13 (1), 3-21. <https://doi:10.1007/bf00988593>

CRUZ-SOUZA, F., CORTEGOSO, A.L., ZANÍN, M. & SHIMBO, I. (2011): "Las incubadoras universitarias de economía solidaria en Brasil: un estudio de casos", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 106, 74-94.

DURÁN, S., PARRA, M. & MÁRCELES, V. (2015): "Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario", *Option: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 77, 200-215.

EISENHARDT, K.M. (1989): "Building theories from case study research", *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.

ENCISO SANTOCILDES, M. (2008): "La aportación de las universidades vascas al cooperativismo: el instituto de Estudios Cooperativos de la Universidad de Deusto", *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 42, 51-58.

<https://doi.org/10.18543/baidc-42-2008pp51-56>

ESPINOSA JUÁREZ, C., QUESADA MONGE, A.C. & MENA ROJAS, W. (2009): "La educación cooperativa en el campus universitario: Una experiencia desde la Sede de Occidente de la Universidad de Costa Rica", *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 10 (18), 103-117.

FAJARDO GARCÍA, G. (2017): "La contribución de la Economía Social a una sociedad innovadora, inclusiva y responsable, como objeto de investigación universitaria". En: G. Fajardo, *Empleo, Innovación e Inclusión en la Economía Social. Problemática Jurídica y Social*. Valencia: CIRIEC-España.

FERNÁNDEZ-GUADAÑO, J., LÓPEZ-MILLAN, M. & SARRIA-PEDROZA, J. (2020): "Cooperative entrepreneurship model for sustainable development", *Sustainability*, 12(13), 5462.

<https://doi.org/10.3390/su12135462>

GADEA, E. (2008): "Universidad y Cooperativismo. Delimitación del Concepto de Cooperativa en una Sociedad Democrática avanzada: Referencia a los Principios Cooperativos y a su discutida vigencia", *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 42, 37-50.

<https://doi.org/10.18543/baidc-42-2008pp37-50>

GIOIA, D.A., CORLEY, K.G. & HAMILTON, A.L. (2013): "Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology", *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.

<https://doi.org/10.1177/1094428112452151>

GUERRERO, M. & URBANO, D. (2012): "The development of an entrepreneurial university", *Journal of Technology Transfer*, 37, 43-74.

GUERRERO, M., URBANO, D., FAYOLLE, A., KLOFSTEN, M. & MIAN, S. (2016): "Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape", *Small Business Economics*, 47(3), 551-563.

HERRANZ DE LA CASA, J.M. (2010): "Comunicar la economía social: cómo difundir otra forma de emprender", *ICADE, Revista de la Facultad de Derecho*, 80, 303-318.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2020): *Flujo de establecimientos y empleo por forma jurídica*, <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/direct/tab/2020/index.htm>

JULIÀ, J.F., MELIÀ, E. & LAJARA, N. (2015): “Tribuna de opinión: Universidad, ciencia y economía social”, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 119, 7-25.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_REVE.2015.v119.50007

JULIÀ, J.F., MELIÀ, E. & MIRANDA, E. (2020): “Rol de la economía social y la universidad en orden a un emprendimiento basado en el conocimiento tecnológico y los valores”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 98, 31-57. DOI: 107203/CIRIEC-E.98.15905.

LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G., BEL DURÁN, P. & MARTÍN LÓPEZ, S. (2013): “El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: análisis del caso de las empresas de trabajo asociado”, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 112, 36-65.
DOI: https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2013.v112.43068

Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía. Boletín Oficial del Estado, 68, 20 de marzo de 2007, 11871-11909.
<https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/19/2/con>

Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social. Boletín Oficial del Estado, 76, 30 de marzo de 2011, 33023-33033. <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/03/29/5>

MARTÍN LÓPEZ, S., FERNÁNDEZ GUADAÑO, J., BEL DURÁN, P. & LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2013): “Necesidad de medidas para impulsar la creación de las empresas de participación desde los diferentes niveles de enseñanza”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 78, 71-99.

MARTÍNEZ MARÍN, M.I., GUILLÓ RODRÍGUEZ, N. & SANTERO SÁNCHEZ, R. (2019): “La Economía Social en el emprendimiento de base tecnológica en España. Un análisis cualitativo”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 96, 65-90.
DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.96.12969>

MAXWELL, J. (1996): *Qualitative research design, An interactive Approach*, London: Sage publications.

MAXWELL, J.A. (2008): “Designing a qualitative study”. In: *Bickman y Rog. The SAGE handbook of applied social research methods*, USA: Sage.

MELIÁN NAVARRO, A., CLIMENT, V.C. & PALACIO, J.R.S. (2017): “La educación de postgrado en Economía Social en la universidad española ¿una asignatura pendiente?”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 89, 32-54.
DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.89.9673>

MONTAÑEZ-MOYA, G.S. (2017): “El papel de la Universidad en el emprendimiento de organizaciones solidarias cooperativas”, *Cooperativismo & Desarrollo*, 25 (111), 22-30.
<https://doi.org/10.16925/co.v25i111.1770>

NIEVES NIETO, C.D. & BRIONES PEÑALVER, A. J. (2009): “Las empresas de economía social y su relación con las instituciones: colaboración con la universidad en asuntos medioambientales”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 65, 85-111.

POZUELO, J., MARTÍNEZ, J. & CARMONA, P. (2012): “Estudio de la insolvencia empresarial en las cooperativas mediante técnicas multivariantes”, *Estudios de Economía Aplicada*, 30(3), 1-24.

SALINAS RAMOS, F. & OSORIO BAYTER, L. (2012): “Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151.

RANGA, M. & ETZKOWITZ, H. (2013): “Triple helix systems: an analytical framework for innovation policy and practice in the knowledge society”, *Industry and Higher Education*, 27(4), 237-262.

REGLAMENTO (CE) No 1435/2003 del consejo de 22 de julio de 2003 relativo al Estatuto de la sociedad cooperativa europea. Boletín Oficial del Estado, 18 de agosto de 2003, DOUE 2003-81380 <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2003-81380>

RODRÍGUEZ, G., FLORES, G., JIMÉNEZ, J.G. et al. (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*, Málaga: Ediciones Aljibe.

RUIZ NAVARRO, J., BIEDMA FERRER, J.M., MARTÍNEZ FIERRO, S., MEDINA GARRIDO, J.A. & RAMOS RODRÍGUEZ, A.R. (2019): *Informe GEM Andalucía 2018/2019*.
https://coitaoc.org/wp-content/uploads/2020/01/Informe_GEM_Andalucia.pdf

RUIZ-RUANO, A.M., CASADO, M.D.P. & LÓPEZ, J. (2019): “Análisis bayesiano de barreras al emprendimiento en la universidad”, *Revista de Educación*, 386, 63-88.
<https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2019-386-427>

SAM, C. & VAN DER SIJDE, P. (2014): “Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models”, *High Education*, 68, 891-908.

SÁNCHEZ ESPADA, J., MARTÍN LÓPEZ, S., BEL DURÁN, P. & LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2018): “Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social”, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38.

SEGUÍ-MAS, E., SARRIÓN-VIÑES, F., TORMO-CARBÓ, G. & COMORERA, V.O. (2013): "Estudio del emprendimiento académico bajo fórmulas de economía social: análisis de las spin-off universitarias cooperativas", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 78, 101-124.

TAYLOR, S. & BODGAN, R. (1992): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Buenos Aires: Paidós.

TORREJÓN BELDAD, A. (2013): "La aplicación social de la investigación: hacia una Universidad emprendedora", *Encuentros Multidisciplinares*, 15(44), 36-46.

TRINIDAD, A., CARRERO, V. & SORIANO, R.M. (2006): *Teoría fundamentada, "Grounded Theory": La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*, Madrid: CIS.

YIN, R.K. (2015): *Qualitative research from start to finish*, New York: Guilford Publications.