

La creación de empresas por titulados universitarios. Una aproximación a los factores de influencia del ámbito de la Universidad

DATOS BÁSICOS DE TESIS DOCTORAL

Autor: Ignacio Mira Solves

Director: José María Gómez Gras

Universidad y fecha de lectura: Universidad Miguel Hernández, 23 de febrero de 2006.

Palabras clave: creación de empresas - entrepreneurship

Clasificación JEL: M13

Acceso al documento completo: solicitudes al autor, imira@umh.es

Publicaciones:

Gómez, J. M.; Galiana, D y Mira, I. (2002): "Embryo: a programme for the promotion of academic spin-offs at the university". En P. C. Van der Sijde et al. (eds.), *Infrastructures for spin-off companies*, pp. 251-267. Universidad Miguel Hernández, Elche.

Gómez, J. M.; Mira, I. y Galiana, D. (2002): "El concepto de pre-empresa como instrumento facilitador de spin-off universitaria: planteamiento y contraste de un modelo relacional". *XII Congreso Nacional de ACEDE 2002*, Palma de Mallorca,

Gómez, J. M.; Mira, I. y Martínez, J (2005): "*Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2004 - Comunidad Valenciana*". Universidad Miguel Hernández, Elche.

Gómez, J. M.; Mira, I. y Martínez, J (2005): "*Medidas de apoyo a jóvenes para la creación de nuevas empresas en el entorno municipal de la provincia de Alicante*". Diputación Provincial de Alicante, Alicante.

Gómez, J. M.; Mira, I. y Martínez, J (2006): "*Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2005 - Comunidad Valenciana*". Universidad Miguel Hernández, Elche.

Mira, I. (2006): "La actividad emprendedora según los resultados del GEM: la situación de la Comunidad Valenciana". *Actas de la 1ª Jornada Técnica Fundación CYD: "Creación de empresas, desarrollo territorial y el papel de la Universidad"*, pp.87-104. Fundación CYD y Futurelx, Elche.

RESUMEN

Esta investigación profundiza en las actitudes y comportamientos de los titulados universitarios hacia la creación de empresas, y en la influencia que su paso por la universidad puede tener en ello.

Así, partiendo de conceptos que se centran en la importancia de las percepciones e intenciones, y en su influencia en la toma de decisiones, este trabajo se enmarca en la Teoría Institucional de North, como referente

teórico que facilita el estudio del marco institucional y su relación con el fomento de la creación de empresas por titulados universitarios.

En concreto, en primer lugar se han analizado datos de 2.000 encuestas a la población adulta entre 18 y 65 años, recogidos a través del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en la Comunidad Valenciana, lo que ha permitido analizar diferencias significativas concernientes a la creación de empresas entre titulados universitarios y otros grupos de población; y en segundo lugar, se ha efectuado un estudio de casos en el ámbito de la Universidad Miguel Hernández.

Los resultados obtenidos muestran que la población con educación universitaria percibe la existencia de oportunidades de negocio en mayor medida que el resto de la población; en la misma dirección percibe que es capaz de crear empresas y muestra su intención de hacerlo también en mayor medida. En cuanto a las influencias universitarias se ha puesto de manifiesto la importancia de las actividades prácticas ligadas a los planes de estudio, los contactos con grupos de investigación y la influencia de los programas de fomento y apoyo a la creación de empresas desarrollados por la propia universidad, y en los que pueden implicarse agentes del entorno socioeconómico.

Estos resultados contribuyen a caracterizar el fenómeno de la creación de empresas por universitarios y a explicar el papel que juegan las universidades en ello.

ÍNDICE

Capítulo I.	Planteamiento del problema y objetivos de la investigación
Capítulo II.	Marco conceptual
Capítulo III.	Marco universitario: factores que condicionan la creación de empresas
Capítulo IV.	Planteamiento del modelo e hipótesis de investigación
Capítulo V.	Metodología de investigación
Capítulo VI.	Resultados: caracterización de la creación de empresas por titulados universitarios
Capítulo VII.	Resultados: factores universitarios de influencia en la creación de empresas
Capítulo VIII.	Conclusiones y consideraciones finales
Bibliografía	
Anexos	

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- ALVAREZ, SA.; AGARWAL, R. Y SORENSON, S. (2005): "*Handbook of entrepreneurship research*". Springer Verlag, Nueva York.
- REYNOLDS, P. ET AL. (2005): "Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, vol. 24, pp. 205-231.

- RUIZ, J.; SOLÉ, F. Y VECIANA, J.M. (2002): "*Creación de empresas y universidad*". Instituto de Fomento Andaluz, Cádiz.
- SOLÉ, F. ET AL (2006): *Actas de la 1ª Jornada Técnica Fundación CYD: "Creación de empresas, desarrollo territorial y el papel de la Universidad"*. Fundación CYD y Futurelx, Elche.
- VAN DER SIJDE, P. C. ET AL. (2002): *Infrastructures for spin-off companies*. Universidad Miguel Hernández, Elche.
- VECIANA, J. M.; APONTE, M. Y URBANO, D. (2005): "University student's attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison". *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 165-182.