



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

LICENCIATURA EN DOCUMENTACIÓN

**Estudio del perfil de usuario del servicio de asesoramiento a
emprendedores ofrecido por el Instituto Ideas para la Creación y
el Desarrollo de Empresas, 2001-2011**

PROYECTO FINAL DE CARRERA

Presentado por:

Elena Plotegher

Dirigido por:

José Antonio Ontalba Ruipérez

Valencia, 14 de mayo 2012

Resumen

El proyecto final de carrera propuesto centra su atención en uno de los servicios ofertados por la Universidad Politécnica de Valencia: el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas. Este servicio presentado en el año 1992 como programa de fomento al emprendimiento en ámbito universitario y formalizado como Instituto en el año 2001, desarrolla sus funciones en distintas áreas de actuación. Por su particular interés se ha elegido focalizar la atención en la parte relativa al asesoramiento a miembros de la UPV interesados en la creación de una empresa.

Tras la experiencia personal de trabajo en el Instituto se ha detectado la necesidad de realizar un estudio del perfil de usuario del servicio debido tanto a la necesidad de indagar las causas del desconocimiento del mismo entre algunos sectores de la comunidad universitaria como a la carencia hasta el momento de un análisis detallado de este tipo.

El PFC tiene consecuentemente como objetivo definir los usuarios reales y potenciales del servicio de asesoramiento para la creación de empresas ofertado por el Instituto Ideas: averiguar en qué proporción los distintos perfiles de usuarios conocen el servicio, en qué proporción, conociéndolo, acuden al mismo, cuántos usuarios potenciales lo desconocen y cuántos de ellos podrían estar interesados en utilizarlo.

El conseguimiento del objetivo expuesto pasa a través principalmente de dos fases de investigación.

La primera consiste en un análisis retrospectivo de los datos almacenados en la base de datos de Ideas y relativos tanto a los usuarios del servicio de asesoramiento a emprendedores como a las empresas constituidas, con el fin de determinar posibles tendencias y de establecer la evolución y los cambios que se han ido verificando a lo largo del tiempo. Los datos analizados consideran el periodo de actividad del centro entre 2001, año de constitución como Instituto, y 2011.

La segunda fase consiste en la propuesta de un trabajo empírico enfocado a la definición del perfil de usuarios potenciales a través de la realización de una encuesta a la comunidad de la Universidad Politécnica de Valencia.

Palabras claves

Relaciones Universidad Empresa / Creación empresarial / Instituto IDEAS

Sumario

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Objetivos	5
1.3 Estructura del trabajo de investigación	6
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	8
2.1 Las transformaciones del entorno socioeconómico y su repercusión en la actividad universitaria	8
2.2 El fomento del emprendimiento en la Unión Europea	11
2.2.1 La situación en España	16
2.2.2 La Comunidad Valenciana	22
2.2.3 La Universidad Politécnica de Valencia	25
2.4 El Instituto Ideas	27
3. METODOLOGÍA.....	33
3.1 Tratamiento y análisis de los datos	33
3.2 Diseño y realización del pretest	50
4. RESULTADOS	57
4.1 Perfil emprendedor	57
4.1.1 Edad.....	57
4.1.2 Género.....	60
4.1.3 Perfil UPV.....	61
4.1.4 Alumnos y titulados UPV	62
4.1.5 Personal UPV	65
4.1.6 Situación laboral.....	67
4.2 Canales de difusión	68
4.3 Empresas constituidas.....	70
4.3.1 Sector	70
4.3.2 EBT.....	71
4.4 Observaciones relativas a la base de datos Sugar.....	72
5. PROPUESTA DE ESTUDIO EMPÍRICO: LA ENCUESTA	74
5.1. Diseño del cuestionario.....	74
5.1.1 Diseño del cuestionario en función de la realización del pretest	74

5.1.2 Diseño del cuestionario en función de los resultados del análisis de los datos relativos a usuarios Ideas	76
5.2 Propuesta definitiva del cuestionario	77
5.2.1 Pase de la encuesta	77
5.2.2 Contenido del cuestionario	78
6. CONCLUSIONES	98
7. BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	108
Anexo 1. Pretest para alumnos UPV	108
Anexo 2. Pretest para titulados UPV	111
Anexo 3. Pretest para PDI UPV	114
Anexo 4. Pretest para PAS UPV	117
Anexo 5. Tablas de resultados “Perfil emprendedor”	119
Anexo 6. Tablas de resultados “Canales de difusión”	122
Anexo 7. Tablas de resultados “Empresas constituidas”	123

1. INTRODUCCIÓN

En el año 1992 la Universidad Politécnica de Valencia decide inaugurar un programa de apoyo a la creación y al desarrollo de empresas, el primero en el contexto universitario español, con el nombre de Programa IDEAS. Tras el éxito obtenido el servicio, nacido como algo temporal, se convierte en una oferta estable para la comunidad universitaria con la fundación del Instituto Ideas.

En la carta de servicios aprobada en junio de 2011 se define el Instituto como “el órgano impulsor y gestor de cuantas iniciativas empresariales nazcan en la UPV” y su misión “fomentar y desarrollar la cultura emprendedora en la UPV, sensibilizar y dinamizar a la comunidad universitaria¹ en la creación y soporte de nuevas empresas, y apoyar la creación y desarrollo de empresas innovadoras y de base tecnológica”².

La actividad del Instituto gira alrededor de cinco ejes fundamentales:

- **Difusión de la cultura emprendedora** a través de la organización de eventos, como jornadas de divulgación empresarial, cursos de formación y difusión de contenidos de interés a través de la web, de las redes sociales y del programa de TV realizado por personal del Instituto.
- **Asesoramiento para la creación de empresas** mediante el suministro de material informativo útil a fin de desarrollar una idea de negocio, así como atención personalizada orientada a verificar la viabilidad de la idea propuesta y, si procede, concretizar su puesta en marcha.
- **Apoyo al desarrollo de empresas** creadas en Ideas en la búsqueda de financiación o de socios. Además se les proporciona la posibilidad de alojarse en el centro virtual de empresas innovadoras.
- **Formación de emprendedores y empresarios** a través de la organización de cursos, seminarios y otro tipo de actividades.
- **Capacitación y asesoramiento** en temáticas relacionadas con el emprendimiento **a entidades de apoyo al emprendedor**, como otras universidades y entidades externas.

1 <<La comunidad universitaria está formada por el personal docente e investigador, los estudiantes y el personal de administración y servicio.>> Comisión de Reforma de Estatutos, *Proyecto de reforma de los estatutos de la Universidad Politécnica de Valencia*, aprobado en sesiones del 2,4 y 9 de noviembre de 2010, artículo 99.

2 La carta de servicios se encuentra publicada en la página web institucional del Instituto Ideas: <http://www.upv.es/entidades/IDEAS/indexc.html>.

De entre los servicios proporcionados se ha elegido centrar la atención en el asesoramiento a emprendedores para la creación de empresas. Esta elección se debe a distintas razones:

- Se considera como el servicio más significativo proporcionado por el Instituto Ideas, ya que se trata de un recurso exclusivo. Otros centros pueden realizar la misma función pero en la mayoría de los casos el servicio es de pago o, cuando gratuito, simplemente informativo, dejando de lado el aspecto de la atención personalizada.
- En el momento actual, caracterizado por la crisis económica y la reducida posibilidad de contratación por parte de entidades tanto públicas como privadas, la posibilidad de dar forma y plasmar una idea de negocio o de consolidarla, con el asesoramiento de técnicos competentes, es un recurso valioso. Se cree por eso que el servicio analizado tiene un gran potencial y puede interesar a un gran número de usuarios.
- Con respecto a otros servicios ofrecidos por el Instituto Ideas, el asesoramiento para la creación de empresas tiene un público más concreto y restringido, hecho que permite llevar a cabo con mayor precisión posibles investigaciones. El servicio se dirige a titulados UPV y a los tres grandes grupos de la comunidad universitaria: alumnos de la UPV, PDI³ y PAS⁴.
- Es el servicio del que se ha registrado, a lo largo de los años, el mayor volumen de documentación. Se trata de información detallada que permite analizar el trabajo del Instituto y las características de sus usuarios desde distintas perspectivas, favoreciendo la realización de un estudio retrospectivo exhaustivo.

1.1 Planteamiento del problema

Veinte años después del comienzo de su actividad y nueve años de su constitución como Instituto se quiere hacer un balance de la situación y analizar la evolución que ha tenido IDEAS así como las tendencias relativas al perfil de sus emprendedores.

A través del contacto directo con usuarios potenciales, tanto a nivel personal como por cuestiones laborales, se ha podido detectar un alto nivel de desconocimiento del servicio entre

³ «El personal docente e investigador de la UPV estará compuesto por funcionarios de los cuerpos docentes universitarios y por personal contratado docente, investigador (técnico u otro personal) y por personal de investigación en formación.». Comisión de Reforma de Estatutos, *Proyecto de reforma de los estatutos de la Universidad Politécnica de Valencia*, aprobado en sesiones del 2,4 y 9 de noviembre de 2010, artículo 100.

⁴ «El personal de administración y servicios de la Universidad estará formado por personal funcionario de las escalas de la propia Universidad y personal laboral contratado por la Universidad, así como por personal funcionario perteneciente a los cuerpos y escalas de otras Administraciones públicas.». Comisión de Reforma de Estatutos, *Proyecto de reforma de los estatutos de la Universidad Politécnica de Valencia*, aprobado en sesiones del 2,4 y 9 de noviembre de 2010, artículo 124.

alumnos pero al mismo tiempo un gran interés en la posibilidad de crear una empresa y de contar con asesoramiento gratuito. Se considera que el servicio tiene altas posibilidades y necesita una definición más precisa de sus usuarios reales y potenciales para poder focalizar los esfuerzos de difusión en una dirección determinada, potenciar los canales utilizados y evaluar nuevas formas de alcanzar su público, disminuyendo así el número de personas que no acuden al servicio por desconocimiento.

La necesidad de realizar un estudio del perfil del usuario de Ideas se hace todavía más evidente considerando que hasta el momento no se ha realizado un análisis completo y complejo de los usuarios reales del instituto, puesto que solo en los últimos cuatro años (2008-2011) la información elaborada en las memorias ha dado importancia a este aspecto y sin profundizar algunas variables que podría ser interesante analizar. Se cree consecuentemente importante revisar los datos hasta el momento recogidos, reunirlos y analizarlos para poder delinear el prototipo del usuario Ideas y a partir de ahí avanzar posibles hipótesis sobre sus usuarios potenciales y sobre la mejor forma de alcanzarlos.

1.2 Objetivos

El objetivo del presente trabajo de investigación es identificar las características de los usuarios reales y potenciales del servicio de asesoramiento para la creación de empresas ofertado por el Instituto Ideas: averiguar en qué proporción los distintos perfiles de usuarios conocen el servicio, en qué proporción, conociéndolo, acuden al mismo, cuántos usuarios potenciales lo desconocen y cuántos de ellos podrían estar interesados en utilizarlo.

Este objetivo general se desarrolla en los siguientes objetivos específicos:

1. Proponer un estado de la cuestión relativo al apoyo a la creación y al desarrollo de empresas en ámbito universitario y en concreto a la actividad realizada por Ideas en la Universidad Politécnica de Valencia.
2. Analizar la base de datos actualmente utilizada para registrar los datos de los usuarios reales del servicio de asesoramiento a emprendedores.
3. Definir el perfil de los usuarios reales del servicio de asesoramiento para la creación de empresa de los últimos once años (2001-2011).
4. Detectar cuáles son los principales canales de difusión del servicio, en qué proporción estos llegan a sus usuarios y realizar propuestas de mejora.
5. Planificar la realización de un estudio empírico enfocado en la recogida de información relativa a usuarios potenciales.

Para alcanzar los objetivos propuestos se ha seguido la siguiente metodología. En primer lugar para definir el perfil de los usuarios reales del servicios se ha realizado un análisis retrospectivo de los datos poseídos por el centro y relativos a la actividad desarrollada a partir de 2001, año en el cual Ideas deja de ser un proyecto universitario y se constituye como Instituto.

Por otra parte para investigar el posible interés de usuarios potenciales así como causas personales para acudir o menos a Ideas, se ha desarrollado una propuesta para la realización de un estudio empírico enfocado en la definición de usuarios potenciales. Se ha elegido adoptar como método la encuesta y como técnica el cuestionario. Por limitaciones temporales esta segunda parte se limita a la fase de realización del pretest, dejando la elaboración de la encuesta a gran escala para trabajos posteriores.

1.3 Estructura del trabajo de investigación

El contenido del proyecto final de carrera se divide en seis capítulos.

El primero incluye la introducción en la cual se detalla la justificación del trabajo, el objetivo general, los objetivos específicos y la estructura del informe.

El segundo capítulo presenta el estado de la cuestión relativo al cambio en las funciones de la universidad en las últimas décadas y al compromiso de esta en la participación activa al desarrollo socio-económico de su entorno y al consecuente empeño en fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empresa. El capítulo pasa de una descripción más general para ir restringiendo la atención a la situación en Europa, en España, en la Comunidad Valenciana y en la Universidad Politécnica de Valencia, para acabar con el resumen de la actividad desarrollada por el Instituto Ideas.

El tercer capítulo trata la parte metodológica. Se encuentran aquí detallados los métodos y las herramientas utilizadas para realizar las dos partes principales de la investigación: el análisis retrospectivo de los datos relativos al perfil de usuario real y la propuesta de trabajo empírico para la definición del usuario potencial.

El capítulo cuarto se centra en el análisis de los datos recogidos en la base de datos de Ideas y relativos al servicio de asesoramiento para la creación de empresa. Esta parte define el perfil del emprendedor Ideas y las características de las empresas creadas. Se detallan los principales medios de difusión a través de los cuales los usuarios reales del servicio han llegado a conocer

el mismo y se realizan algunas observaciones relativas a la base de datos utilizada por el Instituto.

El quinto capítulo presenta la propuesta de estudio empírico enfocado a determinar el grado de conocimiento y de uso del servicio estudiado, así como a definir el perfil de usuarios potencialmente interesados en Ideas. Se puede encontrar aquí la propuesta definitiva del cuestionario, diseñado en función de la realización del pretest y de los resultados del análisis retrospectivo de los datos de los usuarios de Ideas.

Por último, en el capítulo sexto, se encuentran resumidas las conclusiones a las cuales se ha podido llegar en la realización del trabajo, conclusiones que pretenden por una parte definir el perfil de los usuarios reales del servicio de asesoramiento a emprendedores y proponer soluciones y acciones para que el servicio pueda alcanzar un mayor número de personas potencialmente interesadas en utilizarlo y por la otra dejar abierta la formulación del estudio empírico para futuros trabajos.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El presente capítulo propone el estado de la cuestión relativo a cómo los cambios del entorno socioeconómico han determinado modificaciones en las funciones propias de la universidad y de su relación con la sociedad. El capítulo se divide en dos partes principales. En la primera se trata la temática a nivel general, puesto que es un proceso común en países desarrollados y en vía de desarrollo, se analiza la situación europea, los cambios concretos que se han verificado en España y en la Comunidad Valenciana. La segunda parte trata del fomento al emprendimiento en el contexto de la Universidad Politécnica de Valencia y de la actividad que el Instituto Ideas desarrolla a su interno.

2.1 Las transformaciones del entorno socioeconómico y su repercusión en la actividad universitaria

A partir de los años ochenta del siglo pasado la Universidad asiste a un cambio en su condición pasando de ser una institución relativamente aislada de la sociedad a ser un elemento activo e integrado en su entorno social y económico. Estos cambios se deben a factores tanto externos como internos. Se quiere destacar aquí principalmente dos de estos aspectos que interesan en concreto el presente trabajo: la transformación del entorno económico desde un sistema basado en la industria a un sistema basado en el conocimiento y, por otra parte, el aumento de la competitividad debido a la globalización (Manjarrés, 2009).

En este nuevo contexto la innovación y la creación de empresa se convierten en elementos esenciales para el desarrollo y el crecimiento económico y social de un país, y la universidad como productora de conocimiento y formadora de capital humano asume un papel fundamental (Veciana, 2007; Etzkowitz et al., 2000). Deja de ser una institución apartada y con escasas vinculaciones con el entorno socioeconómico y añade a sus dos misiones fundamentales, la enseñanza y la investigación, una tercera misión que consiste en la generación, el uso, la aplicación y la explotación del conocimiento y de otras habilidades fuera del ámbito académico (Molas-Gallart et al., 2002).

La tercera misión se concreta en el trabajo conjunto de la universidad con las otras dos entidades que protagonizan el escenario social: el gobierno y la industria. Esta nueva relación viene definida figurativamente por Etzkowitz y Leydesdorff (1995) como una triple hélice, ejemplo perfecto de un sistema complejo y en continua evolución, en el cual las tres partes son autónomas y al mismo tiempo ligadas una a las otras e instauran continuamente relaciones

cambiantes. Este vínculo implica una transformación interna en cada una de las esferas, el influjo constante ejercido por cada una sobre las otras y la labor conjunta de las tres en la realización de programas, actividades y en la creación de instituciones híbridas que miran al conseguimiento del objetivo común: el desarrollo social y económico.

La aportación de la universidad se desarrolla principalmente en dos direcciones: por una parte, la producción de conocimiento de alto valor técnico y científico a través de su actividad investigadora, y, por otra, la formación de personas preparadas para contribuir de forma activa al progreso económico.

A principios del siglo XIX se asiste a una primera revolución en ámbito universitario con el añadirse la investigación a la tradicional función de docencia. De esta forma la universidad no se limita a ser garante de la transmisión del saber heredado, sino también productora de nuevo conocimiento científico (Beraza y Rodríguez, 2007). Hoy en día se asiste a una nueva revolución, a un cambio sustancial que se verifica en la universidad y que tiene a que ver con la forma en la cual el resultado de la investigación pasa a la sociedad. La transferencia del conocimiento científico y técnico desarrollado, que en un primer momento se limitaba a la formación y a la publicación, busca ahora nuevas vías más directas de llegar a los sectores productivos. Se puede citar como ejemplo la creación de empresas spin-off. El término indica en general cualquier empresa que haya nacido en seno a otra empresa o institución. En el caso concreto de una spin-off universitaria se trata de una empresa que haya sido constituida por personal de la universidad como resultado de las tareas de investigación realizadas en su actividad dentro del contexto universitario. Para apoyar y facilitar su desarrollo las universidades se están dotando de incubadoras y parques tecnológicos (Veciana, 2007). Las incubadoras son organizaciones que se alojan en parques tecnológicos y que proporcionan oficinas, laboratorios, servicios centralizados de secretaría y administración y asesoramiento en general para los empresarios universitarios⁵. Otra vía que se está definiendo para permitir la rápida transferencia del conocimiento universitario es la proliferación de centros de investigación no sólo en el contexto universitario sino también en sedes relacionadas con la industria y en la creación de centros mixtos, en los cuales colaboran profesionales de distintos sectores, relacionados y no relacionados con el ámbito universitario. La creación de oficinas de transferencia de resultados de investigación (OTRI) es un elemento más que favorece la relación universidad-empresa puesto que se trata de entes a través de los cuales “es cada vez más común que se formalicen acuerdos con la industria, se gestionen patentes a nombre de las

⁵ Información derivada de la página: www.universia.es

universidades, se organicen acuerdos de licencia, entre otras actividades de comercialización del conocimiento” (Manjarrés, 2009).

Como es previsible estos cambios de relación entre la universidad y su entorno no influyen simplemente en los aspectos más prácticos de producción y de transferencia de los resultados de la investigación, sino que condicionan todas las decisiones relativas a la forma y al contenido de la investigación misma. Como destacan Benner y Sandström (2000), el hecho de que la sociedad demande un retorno tangible y económicamente útil de la actividad desarrollada por la universidad, su relación con las otras esferas y sobre todo su financiación por parte ya no solo del gobierno sino también de la industria, implica que la universidad no tenga plena libertad y autonomía en la toma de decisiones relativas a la investigación. Se está pasando de un sistema en el que eran los mismos científicos a juzgar y guiar los resultados y las prácticas investigadoras, a un sistema en el que son las leyes de mercado y las necesidades prácticas de la sociedad las que determinan las líneas de investigación.

Parte de los profesionales relacionados con la universidad han manifestado sus inquietudes relativas a estas nuevas dinámicas puesto que ven en la relación empresa-universidad una vía a través de la cual esta última puede llegar a perder su autonomía con el consecuente deterioro de las dos misiones que hasta el momento han movido sus acciones. Dos problemas destacan de forma evidente: por una parte el “problema del sesgo”, o sea la tendencia general de la investigación a centrarse en sus aspectos menos teóricos y más aplicados para obtener resultados a corto plazo, y por otra parte la problemática relativa al conflicto de interés entre la natura de la ciencia que es pública y que prioriza la difusión cuanto antes de los resultados para aventajar la comunidad científica, y la mentalidad emprendedora que tiende a privatizar cuanto obtenido y a retrasar la difusión de los resultados según intereses económicos (Manjarrés, 2009).

A estas visiones más pesimistas se contraponen otras que evidencian los aspectos positivos de los cambios. Se subrayan los beneficios que la actividad de investigación universitaria obtiene de esta nueva relación con su entorno: la constitución de una red de comunicación entre distintos centros, no solo universitarios, la facilitación de la movilidad, la posibilidad de una formación más completa y compleja para los investigadores y el acceso a material e instrumentación antes difíciles de conseguir (Manjarrés, 2009).

Como ya se ha subrayado, la aportación de la universidad al nuevo entorno se manifiesta no solo en la producción y transmisión de conocimiento científico y tecnológico, sino también en su capacidad o posibilidad de formar aquel capital humano, aquellas personas, capaces de

convertir este tipo de conocimiento en “conocimiento económico” (Veciana, 2007). Es fundamental que la universidad se afirme como entidad presente y activa en la promoción del emprendimiento, ejerciendo su influjo en tres ámbitos fundamentales. En primer lugar tiene que fomentar el espíritu emprendedor a través de la realización de charlas y de actividades, así como a través de la actitud positiva y propositiva de los profesores. En segundo lugar tiene que proporcionar apoyo institucional a personas interesadas en crear una empresa ofreciendo asesoramiento y orientación. Por último tiene que garantizar el desarrollo por parte de los alumnos de conocimientos y habilidades fundamentales necesarias a la hora de emprender sobre todo a través de los programas de estudio y de la promoción de una relación más estrecha entre universidad y empresa (Benavides, Sánchez y Luna, 2004).

Como destaca Etzkowitz en su artículo relativo al futuro de la universidad (Etzkowitz et al., 2000), aunque el fenómeno de los cambios en ámbito económico y sus repercusiones en la estructura y función de la universidad sea un elemento difuso en varios países desarrollados o en desarrollo, este toma características muy distintas según la zona o el país en el cual se concreta. Consecuentemente en los siguientes apartados se focaliza la atención en la situación de la Unión Europea y a seguir de España.

2.2 El fomento del emprendimiento en la Unión Europea

En el año 2000 la Unión Europea en el Consejo de Lisboa pone como objetivo hacer de Europa la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica de todo el mundo (Parlamento Europeo, 2000). Desde entonces va desarrollando una serie de programas y de actuaciones con vistas a favorecer el emprendimiento en todo el territorio europeo. Se proponen a continuación algunos ejemplos.

El 21 de enero de 2003 se publica el Libro Verde “El espíritu empresarial en Europa”, que tiene como objetivo “generar un debate en el contexto de la estrategia de Lisboa sobre un entorno favorable para la creación y desarrollo de empresas”⁶. Se subraya la importancia de la creación de empresas para el desarrollo socio-económico de Europa en cuanto estas permiten crear nuevos servicios y productos de valor, aumentar la competitividad y bajar la tasa del paro. Se detecta la situación deficiente en la cual se encuentra Europa, sobre todo con respecto a otros países, en lo que tiene que ver con la actividad emprendedora. Se analizan los elementos que obstaculizan el crecimiento de la actividad empresarial en Europa como por ejemplo los

⁶ Información derivada de la página web http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26023_es.htm

trámites burocráticos necesarios para constituir una empresa y la falta de ayudas para poder empezar, y se realizan propuestas para mejorar la situación individualizando tres ámbitos principales de actuación:

- Eliminar las barreras que impiden la creación y el desarrollo de empresas.
- Equilibrar los riesgos y las recompensas de la actividad empresarial.
- Crear un entorno social favorable al espíritu emprendedor (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003).

Sucesivamente, el 11 de febrero de 2004 se propone el “Plan de Acción a favor del espíritu empresarial”. Se trata de la concretización de los elementos definidos en el Libro verde a nivel teórico. Se entra en detalle describiendo las acciones concretas a desarrollar para fomentar el espíritu emprendedor. Cinco son los principales ámbitos de acción indicados:

- Fomentar la cultura empresarial, sobre todo en el entorno educativo.
- Animar a un mayor número de personas a optar por ser autónomos a través de incentivos como la reducción de los efectos negativos derivados del fracaso, la agilización de los procedimientos necesarios para transmitir una actividad y la mejora de las condiciones de seguridad social de los empresarios.
- Orientar a los empresarios hacia el crecimiento y la competitividad a través del asesoramiento personalizado a mujeres y minorías étnicas y el apoyo a las empresas para facilitar sus relaciones con otras empresas u otras instituciones.
- Mejorar los flujos de financiación principalmente utilizando los instrumentos financieros de la Comisión y además facilitando la relación entre las empresas y los inversores.
- Instaurar un marco normativo y administrativo más favorable para las pymes manteniendo un dialogo constante con algún representante de las mismas para poder llegar a soluciones efectivas. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2004).

Tras notar cómo la Estrategia de Lisboa produce efectos desiguales en los distintos países, la Comisión Europea decide en el año 2005 volver a proponer la Estrategia de Lisboa, de forma más simple y sin determinar objetivos específicos a medio-largo plazo sino insistiendo en la necesidad de que sean los estados miembros los que intervengan para conseguir una mejora en la situación socio-económica europea. Las directivas proporcionadas son principalmente tres:

- Asegurar el crecimiento a través de mercados abiertos y competitivos, el fomento al conocimiento y a la innovación y la mejora de las infraestructuras europeas.
- Crear más puestos de trabajo y de mejor calidad mejorando las condiciones de los

trabajadores, aumentando la flexibilidad de los mercados y mejorando la calidad de la educación y formación.

- Repartir de forma eficaz la competencia de las tareas a realizar⁷.

En el año 2006 se aprueba el “Programa Marco para la Innovación y la Competitividad (2007-2013)”. De entre los programas específicos propuestos cabe destacar el “Programa para la iniciativa empresarial y la innovación”. Este se dirige a las pymes y prevé apoyar a las mismas en el conseguimiento de financiación y de información de interés para su formación y desarrollo y favorecer el intercambio de mejores prácticas entre los estados miembros (Diario Oficial de la Unión Europea, 9 de noviembre 2006).

En el mismo año un comunicado de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones identifica a la universidad como uno de los canales a través del los cuales espera aportar mejoras significativas en la promoción del fomento al emprendimiento, y subraya que estudios demuestran que el soporte cultural a través de programas de educación y campañas de promoción está relacionado con el crecimiento de la actividad empresarial en Europa (Comisión de las Comunidades Europeas, 2006).

En la figura 1 se puede observar cómo debería desarrollarse el proceso de educación emprendedora y que consecuencias debería tener en un sistema ideal.

⁷ Información derivada de la página web http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/community_employment_policies/c113_25_es.htm

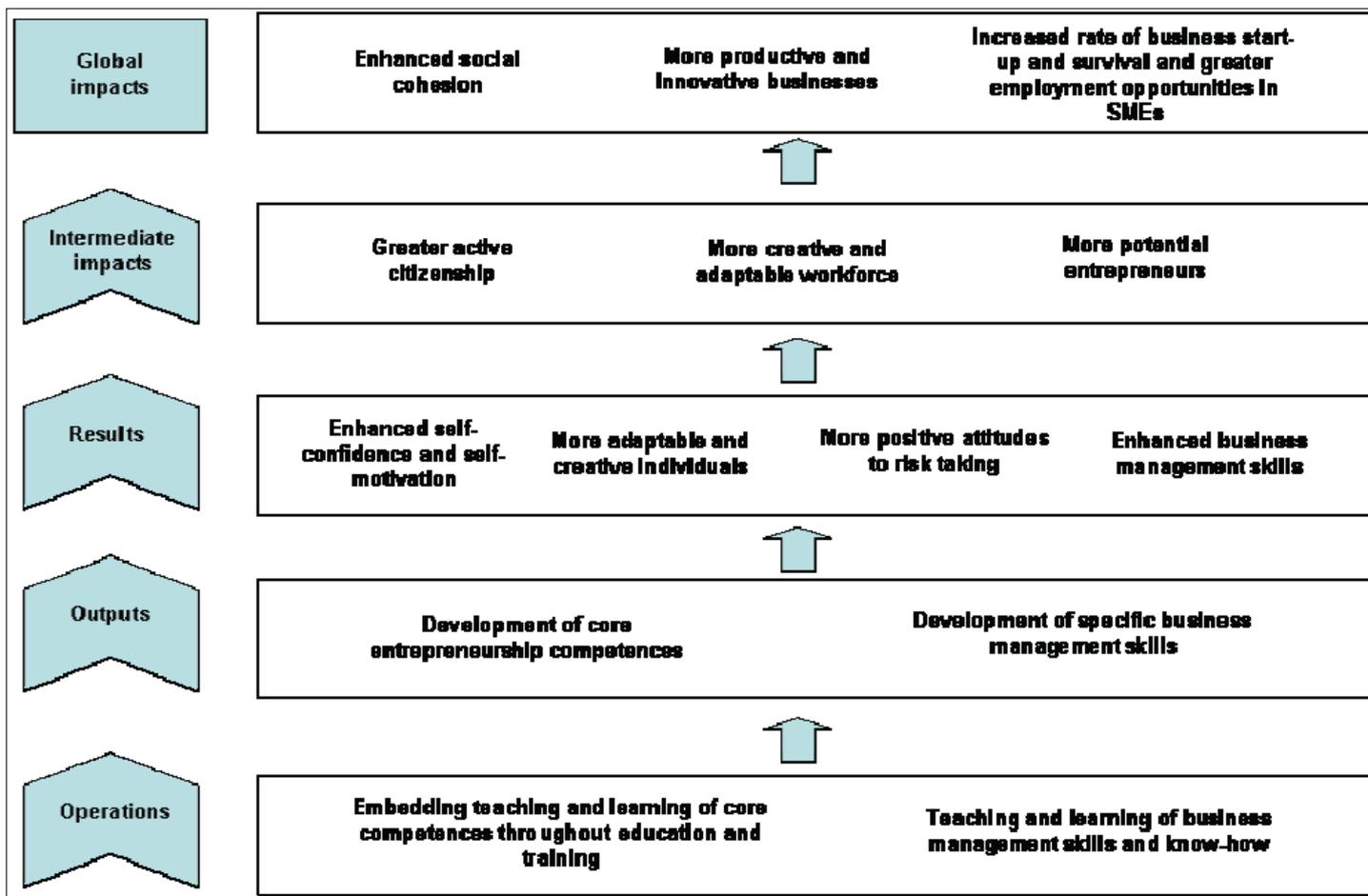


Figura 1. Proceso de educación emprendedora.

Fuente: European Commission Enterprise and Industry 2010

Como se puede ver, las actuaciones en el ámbito de la enseñanza no deberían limitarse a introducir en los planes de estudios asignaturas relacionadas con el emprendimiento, sino que se debería promover un cambio más global en las formas de aprendizaje y en la actitud, algo que no arraiga en un campo concreto del saber. De esta forma los alumnos no solo adquirirían las habilidades fundamentales para crear su propia empresa, sino también desarrollarían competencias y capacidades que mejorarían su forma de enfrentarse a los hechos en distintos ámbitos, como por ejemplo motivación, confianza, capacidad de adaptarse, creatividad y actitud positiva frente al riesgo. Esta formación permitiría mejorar la calidad de la aportación de cada individuo a la sociedad, y no solo a nivel económico.

Estudios realizados (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2008; European Foundation for Management Development [EFMD] y European Forum for Entrepreneurship Research [EFER], 2004; European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General, 2008) por la Unión Europea y por distintas entidades relacionadas con el emprendimiento como EFER, EFMD y OCDE, demuestran que se han dado muchos pasos adelante en los últimos años pero que todavía se necesita trabajar más para garantizar la

consecución del objetivo fijado por la UE en Lisboa.

Las iniciativas realizadas en las universidades se presentan como elementos puntuales o aislados y no implican un verdadero cambio en la mentalidad y en el funcionamiento de los mecanismos internos.

Se necesita una penetración más profunda del mundo empresarial en el mundo académico a través de la participación activa de personas que han tenido experiencia en el campo y de la publicidad y discusión sobre casos de éxito europeos. Por esto es fundamental la formación de un grupo de docentes que se haga promotor de estos nuevos ideales, que no tenga una formación y una impostación puramente académica. En parte la aplicación del plan *Bolonia* pretende corregir parte de estas carencias, aunque todo tipo de cambio estructural para funcionar tiene que ir acompañado por un cambio de mentalidad.

Cabe destacar que la actuación de la Unión Europea para el fomento al emprendimiento está limitada a la propuesta de directrices generales e iniciativas concretas solo en algunos ámbitos. La mayor parte de las competencias en este campo las poseen los estados miembros, y son estos últimos que tienen que concretar las directrices propuestas por la UE (Fernández, Romero, 2005). La autonomía de los países se percibe como algo fundamental en el momento en el que se analizan las profundas diferencias que los distinguen.

A este respecto, un estudio realizado en 2006 por parte de Fernández y Romero ha indagado diferencias y aspectos comunes en los distintos países que en la época formaban la Unión Europea. Aunque desde el análisis han pasado ya algunos años, se considera interesante proponer la clasificación realizada en el estudio.

Se identifican cuatro grupos principales.

1. Modelo troncal europeo.

Compuesto por los siguientes países: Bélgica, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Austria, Reino Unido, Malta, Eslovenia. Caracterizado por una baja cultura emprendedora y una baja iniciativa para constituir actividades empresariales.

2. Modelo escandinavo de cultura emprendedora minoritaria de calidad.

Compuesto por los siguientes países: Dinamarca, Holanda, Finlandia, Suecia. Caracterizado por la preferencia para el trabajo por cuenta ajena, la falta de percepción de barreras para la creación de empresas y el alto nivel tecnológico y de calidad de las empresas que efectivamente se constituyen.

3. Modelo centro-oriental europeo de rigidez estructural.

Compuesto por los siguientes países: Alemania, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia,

Eslovaquia, República Checa (incluida en este grupo aunque presente características peculiares). Caracterizado por la percepción generalizada de graves obstáculos al desarrollo de un proyecto empresarial. Se rechaza el autoempleo por falta de una idea, falta de interés y la consideración del riesgo asociado. No obstante se recurre al autoempleo por necesidad: por la falta de empleo por cuenta ajena.

4. Modelo mediterráneo de cultura emprendedora de subsistencia.

Compuesto por los siguientes países: Grecia, España, Italia, Portugal, Chipre. Caracterizado por una mayor predisposición hacia el trabajo por cuenta propia, aunque este es sobre todo forzado por la necesidad debida a la alta tasa de desempleo. No se perciben grandes obstáculos a la constitución de una empresa pero no se llega a la formación de un tejido empresarial sólido y de calidad.

Se considera fundamental destacar estas diferencias puesto que las acciones necesarias para fomentar el emprendimiento tienen que ser distintas según las características de cada grupo. Según los grupos precedentemente listados en su trabajo Fernández y Romero aconsejan lo siguiente:

1. Fortalecer el emprendimiento a distintos niveles: tanto a nivel de fomento del espíritu empresarial como creando un entorno favorable.
2. Animar las personas a emprender fomentando el espíritu empresarial.
3. Actuar de forma radical reformando la estructura burocrática, los procedimientos para la creación de empresas, el sistema financiero y fomentando la iniciativa personal y el espíritu emprendedor.
4. Incrementar el emprendimiento de alto nivel con una mayor atención a la formación profesional en titulaciones de contenido técnico y científico (Fernández y Romero, 2006).

Considerando las diferencias entre los países y las diferentes actuaciones necesarias en cada uno para propiciar la actividad empresarial, se pasa en el siguiente apartado a tratar la situación específica de España.

2.2.1 La situación en España

El proyecto del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es un observatorio internacional que tiene como misión “proporcionar datos acerca de la medición de la tasa de actividad emprendedora de las naciones, regiones y ciudades participantes, así como una amplia descripción de sus características, su relación con el desarrollo económico y un diagnóstico acerca del estado de las principales condiciones institucionales o de entorno para emprender”

(Global Entrepreneurship Research Association, 2011).

Distintos indicadores se utilizan en los informes realizados en el contexto de este programa para determinar la calidad y el tamaño de la actividad empresarial de un país. Un indicador fundamental es el *Total Entrepreneurial Activity* (TEA) que se calcula sumando el número de las actividades empresariales nacientes, o sea las iniciativas que se están poniendo en marcha y que todavía no han pagado ningún salario, con el número de las actividades empresariales nuevas, aquellas iniciativas en fase de consolidación que tienen menos de 42 meses de actividad, sobre el total de la población en edad de 18-64 años. El informe GEM de España del año 2011 muestra que la actividad emprendedora española ha aumentado con respecto a los últimos años, colocándose en una situación similar a la de 2005. Este dato tomado por sí sólo se podría considerar como un factor positivo, todavía hay que analizar con más profundidad la actividad empresarial en España para poder evaluar realmente su potencial.

Indicador fundamental para valorar la calidad y solidez de una actividad emprendedora es la motivación que ha empujado el nacimiento de la empresa. Como destacan Fernández y Romero (2005) se pueden distinguir dos tipos de emprendedores: aquellos que ponen en marcha una actividad “a fin de explotar oportunidades de negocio percibidas en el mercado” y aquellos que lo hacen “como solución ante la inexistencia de alternativas de empleo satisfactoria”. Este segundo caso presenta menos posibilidades de conllevar a la formación de una empresa innovadora y de calidad puesto que se trata de actividades miradas a conseguir el autoempleo como solución individual a la desocupación. El porcentaje de emprendedores que constituyen una empresa por necesidad ha ido subiendo en España en los últimos años a partir de 2008, hasta llegar en 2011 al 36,3% (Global Entrepreneurship Research Association, 2011).

Otro aspecto importante a evaluar y que en parte se relaciona con el anterior es la capacidad de una empresa de generar empleo. El 70,7% de las empresas consideradas en el TEA no tienen empleados. Este elemento es determinante en la aportación de la empresa a la sociedad en cuanto bajar el paro es uno de los factores que la Comunidad Europea reconoce entre los efectos positivos de la actividad empresarial (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003). Además un 71% del TEA no es competitivo a nivel internacional, puesto que no exporta al extranjero y el 57,7% no espera tener ningún nivel de expansión para el próximo año.

Un dato positivo que destaca es el aumento de la proporción de empresas que se reconocen como innovadoras en producto o servicio, pasando de un 10,8% en 2010 a un 16,3% en 2011 (Global Entrepreneurship Research Association, 2011). Por lo general se puede ver confirmado cuanto dicho en el apartado precedente: la sociedad española necesita reforzar su espíritu

emprendedor pero sobre todo mejorar la calidad de su emprendimiento y en este aspecto particular la universidad tiene un papel fundamental, pudiendo formar personas calificadas y desarrollar la actividad investigadora.

El fomento al emprendimiento en ámbito universitario se ha concretado en España sobre todo a través de dos leyes orgánicas que han intentado aportar modificaciones estructurales para dar importancia a la investigación como base de la actividad del personal docente e investigador y agilizar la transferencia del conocimiento desarrollado en la universidad a su entorno. Además se han ido constituyendo a lo largo de los años centros de apoyo al emprendimiento en varias universidades españolas, como se verá más adelante.

La **Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre de 2001 de Universidades** pretende intervenir en el cambio que se ha ido verificando en el sistema universitario español en los últimos veinticinco años con el añadirse de la función de innovación a la docencia y la investigación, a través de la generación, transmisión y explotación del conocimiento. En la ley se subraya el papel central de la universidad en el desarrollo cultural, económico y social del país y se definen como objetivos, entre otros, mejorar la calidad de las actividades realizadas por parte del personal docente e investigador y por la universidad en general, fomentar la movilidad tanto de estudiantes como de profesores, dar más importancia a la creación y transmisión del conocimiento e integrarse en el espacio universitario europeo. Otro objetivo fundamental es crear un equilibrio entre la autonomía de la cual la universidad ha históricamente disfrutado y la responsabilidad que esta está tomando con respecto a la sociedad que la impulsa y financia.

En concreto los puntos más importantes para la temática tratada en el presente proyecto son los siguientes.

- Título preliminar. Artículo 1. Destaca entre las funciones de la universidad como entidad al servicio de la sociedad “la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia de la técnica y de la cultura” y “la difusión, valorización y transferencia del conocimiento al servicio de la cultura, de la calidad de vida y del desarrollo económico”.
- Título preliminar. Artículo 2. Entre las actividades reconocidas como competencia de la universidad destacan: “la creación de estructuras específicas que actúen como soporte de la investigación y de la docencia” y “el establecimiento de relaciones con otras entidades para la promoción de sus fines institucionales”.
- Título II. Artículo 10. Trata de los Institutos Universitarios de Investigación y cabe destacar el punto 2 que indica que pueden “ser constituidos por una o más universidades, o conjuntamente con otras entidades públicas o privadas”.

- Título III. Artículo 14. Se habla del Consejo Social como entidad responsable de supervisar “las actividades de carácter económico de la universidad y el rendimiento de sus servicios; promover la colaboración de la sociedad en la financiación de la universidad y las relaciones entre esta y su entorno cultural, profesional, económico y social”.
- Título V. Artículo 32. Para garantizar la mejora de la calidad de las actividades universitarias se instituye la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) encargada de evaluar la actividad investigadora, docente y de gestión del personal docente e investigador así como los servicios y programas de la universidad.
- Título VII. Este título trata de la investigación en la Universidad: subraya, entre otras cosas, la necesidad de reforzar la actividad investigadora tanto básica como aplicada y hacer que las innovaciones científicas y técnicas que se desarrollan en la universidad se transfieran de forma rápida a la sociedad. Se trata de los investigadores y su movilidad, se contempla la creación de estructuras destinadas a divulgar y explotar los resultados obtenidos en la sociedad y la colaboración continua de la universidad con entidades externas.
- Título XI. Artículo 83.1. En este artículo se reconoce a los actores universitarios, como grupos de investigación o departamentos, la libertad de realizar contratos con personas o entidades externas para realizar “trabajos de carácter científico, técnico y artístico”.
- Título XI. Artículo 84. Define la posibilidad de la universidad de crear, sola o en colaboración con otras entidades, “fundaciones u otras personas jurídicas” para el desarrollo de sus fines.
- Título XIII. Artículo 89.4. Se habla del papel del Estado, de las Comunidades Autónomas y de la universidad en el fomento de la “movilidad de los profesores en el espacio europeo a través de programas y convenios”.
- Disposición adicional décima. Trata de la responsabilidad de la universidad en la promoción de la movilidad temporal del personal para favorecer la cooperación con otras entidades.

La ley denota en general la voluntad de facilitar todas aquellas condiciones necesarias para una relación más directa de la universidad con la sociedad y, sobre todo, de la parte investigadora con los entornos productivos.

En 2007 se aprueba la **Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril**, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

En el texto se afirma que se ha considerado necesario aportar algunos cambios a la ley precedentemente aprobada, puesto que se han detectado carencias en la misma y que el entorno ha subido una evolución importante. Destaca la intención de fomentar la investigación

a nivel europeo por parte de la Comunidad Europea. Se pone el acento en la importancia de la universidad como agente activo en la sociedad para el desarrollo económico y su papel fundamental en la sociedad del conocimiento. Por esto se tiene que fomentar una relación más directa entre la investigación académica y el entorno productivo.

Más en detalle destacan los siguientes puntos:

- Título VII. Los cambios realizados en este título se hacen evidentes ya en el cambio de su nombre que pasa de ser “De la investigación en la Universidad” a ser “De la investigación y la transferencia del conocimiento. Funciones de la universidad”. En general a lo largo de todo el título se explicitan, con respecto a la Ley de 2001, disposiciones relativas a la transferencia del conocimiento, considerada elemento indispensable para permitir la explotación de los resultados de la actividad investigadora. Destaca también la voluntad de fomentar la actividad investigadora entre el PDI, como evidencia la inclusión en el artículo 40 de un nuevo apartado en el que se dice que “la universidad apoyará y promoverá la dedicación a la investigación de la totalidad del Personal Docente e Investigador permanente”.
- Título XI. Artículo 83. Se añade el apartado 3 en el cual se declara que en el caso de empresas de base tecnológica creadas en ámbito universitario el personal docente e investigador implicado en dicho proyecto puede pedir una excedencia para incorporarse temporalmente a la empresa.
- Disposición adicional sexta. Se declara que el Gobierno debe aprobar mediante real decreto antes de un año de la entrada en vigor de la ley, el estatuto del personal docente e investigador.
- Disposición adicional vigésimo cuarta. Esta disposición modifica la Ley 53/1984, de 26 diciembre, de incompatibilidad del personal al servicio de las Administraciones públicas. Se afirma que dichas limitaciones no se aplican en el caso de profesores que participen en una empresa de base tecnológica creada a partir de su actividad universitaria y que cuenta con la participación de la misma universidad.

El Estatuto del Personal Docente o Investigador citado en la disposición adicional sexta no ha llegado todavía a su elaboración y aprobación definitiva. El último borrador que se ha difundido es del 25 de mayo de 2011, aprobado por el Consejo de Universidades el día 6 de junio 2011.

En el texto se definen los distintos perfiles de PDI, sus derechos y sus deberes, sus funciones y las actividades que tienen que desarrollar en la universidad y que se dividen principalmente

en: actividades docentes, actividades de investigación, actividades de innovación y transferencia del conocimiento y actividades de dirección y gestión. Se trata de la carrera del personal y la posibilidad de progresar en la misma, el tema de la movilidad, considerado fundamental para la plena formación del PDI y para la creación de alianzas con otras universidades o entidades externas a la universidad.

En la redacción del estatuto se advierte la importancia atribuida a la investigación y a la transmisión de los resultados del conocimiento. Se detallan todas las actividades concretas que el PDI debe realizar con respecto a estos ámbitos y se les proporcionan una serie de facilidades para que se pueda dedicar a estas. El valor reconocido a estas áreas se nota también en la distribución de los méritos para ascender en la carrera universitaria, puesto que los méritos docentes llegan a un máximo de 65 puntos mientras que los méritos de investigación y de transferencia de conocimiento a un máximo de 95.

La redacción del estatuto ha dado lugar a polémicas por parte del personal interesado.

Con respecto a la última versión del borrador los sindicatos presentes en la mesa sectorial de universidades han manifestado su descontento. Entre otros puntos del informe que han sido criticados se subraya el poder de la universidad en la toma de decisiones relativas a la subdivisión de la dedicación de cada PDI y la “mercantilización” de sus funciones (Boletín CCOO enseñanza, 11 julio 2011).

Como se ha dicho anteriormente, otra forma de fomentar el emprendimiento a través de la universidad ha sido crear centros que, como el Instituto Ideas, apoyan y asesoran personas interesadas en constituir su propia empresa.

Un estudio realizado por Morell y Perelló en 2004 destaca que de las 68 universidades a la época existentes en España, 37 tenían programas de apoyo a emprendedores y fomento al emprendimiento. Como ya observado en la introducción, la primera de estas entidades a nacer fue el Instituto Ideas en 1992, y tuvieron que pasar cinco años hasta que esta iniciativa fuera tomada por otras universidades.

En el estudio, a través de la realización de una encuesta a veinte de estos centros, se intenta indagar sus características. Los centros presentan notables diferencias en cuanto a los recursos de los cuales disponen, tanto humanos como físicos. Por cuanto tiene a que ver con su dedicación cabe destacar que el 45% de los programas prestan sus servicios a cualquier emprendedor vinculado con la universidad, el 31,8% a todo tipo de emprendedor en el territorio, el 9,1% solo a estudiantes y ex alumnos y la misma cifra solo a profesores,

investigadores y doctorandos. Un 4,5% de los programas asesoran solo investigadores.

Las actividades y servicios más ofertados se distribuyen en este orden:

- Asesoramiento en el desarrollo del plan de empresa, proporcionado por el 90,9% de los programas.
- Servicio de soporte y consejo, proporcionado por el 86,4% de los programas.
- Actividades de formación, realizadas por el 81,8% de los programas.
- Asesoramiento en la dirección y gestión, proporcionado por el 63,6% de los programas.
- Incubación en viveros, ofertada por el 63,6% de los programas.
- Ayuda en patentes y/o licencias, proporcionada por el 54,5% de los programas.
- Asesoría legal, proporcionada por el 45,5% de los programas.
- Asesoría en el reclutamiento de recursos humanos, proporcionada por el 18,2% de los programas.

En el estudio se afirma que 20 de los 37 programas han portado a la constitución, entre el año 1998 y el 2004, de 460 empresas, demostrando así su aportación concreta al fomento al emprendimiento en el contexto universitario español.

2.2.2 La Comunidad Valenciana

En el año 2008 las universidades públicas valencianas proponen al Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) de realizar un estudio relativo al impacto socioeconómico de sus actividades. El informe resultante de dicho análisis presenta puntos muy interesantes para el desarrollo del presente trabajo. Las universidades analizadas y componentes el Sistema Universitario Público Valenciano (SUPV) son: la Universitat d'Alacant, la Universitat Jaume I, la Universitat Miguel Hernández de Elche, la Universidad Politécnica de Valencia y la Universitat de València.

La utilidad de un estudio de este tipo queda evidente sobre todo considerando las opiniones escépticas relativas a la efectiva aportación económica de la universidad a la sociedad (Manjarrés, 2009). El informe realizado por el IVIE pretende evidenciar la contribución de la universidad a su entorno y justificar así su actividad frente a sus estudiantes, que ponen en su formación la expectativa de conseguir un empleo calificado, frente al sector productivo y a las administraciones públicas, que la financian y apoyan y frente a la sociedad en general.

El primer elemento analizado es la actividad del SUPV. Esta se divide principalmente en la formación de los titulados y en la actividad investigadora y tecnológica. Por cuanto tiene a que

ver con esta última, la forma de cuantificar la aportación de la universidad se basa en los recursos empleados por esta, tanto económicos como humanos, y en los resultados obtenidos, calculados en este estudio según el número de patentes, de artículos publicados y de tesis doctorales presentadas. Con respecto al gasto en investigación cabe remarcar que, mientras en el contexto español son las empresas e instituciones privadas las que mayores recursos aportan a este sector, en la Comunidad Valenciana esta prerrogativa es de las universidades que en el año 2007 han aportado el 46,4% del gasto y el 50,3% del personal dedicado a I+D en la comunidad. Por cuanto tiene a que ver con los resultados cabe destacar que las universidades del SUPV generaron el 19,2% de las patentes, el 12,4% de los artículos publicados en revistas científicas y el 9,5% de las tesis doctorales de todo el sistema universitario español. Entre los indicadores propuestos en el estudio, uno que se ha encontrado muy significativo es el dato relativo a las patentes en explotación. Si en España el porcentaje de las patentes explotadas sobre el total de patentes producidas llega a un 34%, en la Comunidad Valenciana este valor sube al 68,7% y en concreto en la Universidad Politécnica de Valencia al 95% indicando así un alto retorno a la sociedad de la actividad investigadora local.

El segundo aspecto analizado en el estudio es el entorno socioeconómico del sistema universitario público valenciano. Este tipo de enfoque resulta fundamental puesto que la relación de la universidad con la sociedad no es unilateral sino que se presenta como algo más complejo, un círculo en el cual las dos partes se influyen mutuamente. Así un entorno productivo poco estimulante podría conllevar una baja demanda de formación universitaria y la reducción de las titulaciones ofertadas. Se tiene que definir entonces que se entiende por entorno. Se puede incluir en este grupo los estudiantes de la misma universidad, otras universidades, centros de investigación, el sistema educativo no universitario, responsable de la formación de los futuros estudiantes, el tejido productivo destinado a absorber al capital humano formado por la universidad y los gobiernos centrales y autonómicos que con su financiación y legislación influyen de forma significativa en la acción universitaria. Además de todos estos factores, debido a las particularidades de la sociedad actual caracterizada por el uso de las TIC y la globalización, el entorno de las SUPV se extiende más allá de los confines geográficos próximos. De entre los elementos analizados resulta importante destacar aquí el influjo producido en la actividad de la universidad por parte de la demanda de su entorno productivo. Universidades que trabajan en entornos productivos de alta intensidad tecnológica están más motivadas en formar capital humano calificado y en producir resultados de I+D+i que puedan ser explotados por su entorno. En este sentido el tejido productivo de la Comunidad Valenciana está caracterizado por sectores de intensidad tecnológica baja, basta

con decir que el porcentaje de ocupados en sectores de alta intensidad tecnológica constituyen en la comunidad solo una quinta parte de los empleados totales.

Para acabar se cita la parte de análisis relativo a la contribución del sistema universitario al desarrollo socioeconómico o sea su impacto a largo plazo. Entre los distintos elementos analizados se encuentra la contribución del SUPV a la creación de empresas. Este apartado no contiene un análisis detallado de la situación en la Comunidad Valenciana, pero reconoce la importancia de la universidad en la realización de iniciativas miradas a fomentar el emprendimiento y a la formación de personas capaces de emprender (Pastor y Pérez, 2009).

Por último se quiere nombrar algunas de las entidades presentes en territorio valenciano que se dedican a fomentar el emprendimiento o a apoyar las actividades empresariales y que representan los agentes más directos con los cuales el Instituto Ideas se encuentra a colaborar.

Fundación Universidad-Empresa de la Universitat de València (ADEIT). Es una organización promovida por el Consell Social de la Universitat de València que tiene como objetivo favorecer el diálogo entre la universidad y su entorno. Su principal actividad consiste en ofrecer cursos de formación, favorecer la realización de prácticas por parte de estudiantes en el contexto empresarial, proporcionar asesoramiento para la creación de empresas, realizar actividades miradas a la difusión de la cultura emprendedora y al fomento de la innovación y la transferencia tecnológica, así como participar y gestionar proyectos europeos.

Área de creación de empresas de la Universidad de Alicante. Esta área, enmarcada en el Gabinete de Iniciativas Para el Empleo, se encarga de apoyar estudiantes emprendedores en la creación de su propia empresa y empresarios en el desarrollo de su actividad conforme a las necesidades de mercado. Además ofrece a las empresas constituidas la posibilidad de alojarse en el Centro creación de Empresas. Propone jornadas y cursos de formación.

Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI Valencia). Se trata de una iniciativa promovida por la Generalitat Valenciana, a través del IMPIVA, y dirigida a emprendedores y pymes. Tiene tres líneas de acción principales: el asesoramiento a emprendedores en la creación de su actividad empresarial, el apoyo a empresas ya constituidas que quieran desarrollarse y el impulso a la innovación, colaborando con las distintas entidades activas en territorio valenciano en la realización de eventos y proyectos.

Instituto de la Mediana y Pequeña Industria de la Generalitat Valenciana (IMPIVA). Es una entidad de derecho público de la Generalitat Valenciana, adscrita a la Consellería de Economía, Industria y Comercio. La actividad de IMPIVA prevé el apoyo tanto a pymes como a aquellas

entidades que prestan sus servicios a las empresas valencianas, promoviendo así la creación de una red de infraestructuras de apoyo a emprendedores. Se encarga además de participar y coordinar la participación de empresas y otras entidades de la Comunidad Valenciana en programas de la Unión Europea.

Agencias de desarrollo local. Se trata de entidades dependientes de los ayuntamientos cuyo objetivo es “promover el desarrollo económico y social, potenciando los recursos locales, fomentando la inserción laboral y las iniciativas empresariales”⁸. Entre sus funciones, las directamente relacionadas con el ámbito del emprendimiento son el asesoramiento y apoyo a iniciativas empresariales para facilitar la creación de nuevas empresas y la promoción del desarrollo de las pymes, proporcionándoles información necesaria para que puedan conseguir financiación y recursos técnicos para aumentar su competitividad. Además se realizan programas de formación para fomentar el autoempleo.

Cámara de Comercio de Valencia. Las Cámaras de Comercio en general se presentan como “instituciones intermedias en la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y en la consolidación del tejido económico del país”⁹. Se encargan de representar los intereses de las empresas actuando de intermediarias entre estas y las administraciones públicas, además favorecen la representación y el comercio de las empresas españolas en otros países y realizan actividades de formación para empresarios proporcionando información relativa al mercado, a las posibilidades de desarrollo y novedades tecnológicas.

2.2.3 La Universidad Politécnica de Valencia

En la Universidad Politécnica de Valencia tres son los centros principales que apoyan las acciones de la universidad relacionadas con la producción y trasmisión del conocimiento: el Centro de Apoyo a la Innovación, la Investigación y la Transferencia Tecnológica (CTT), la Fundación Innova y el Instituto IDEAS para la Creación y el Desarrollo de Empresas. De este último se hablará más detenidamente en el siguiente apartado.

En la carta de servicios del CTT se define el centro como “el encargado de promover y facilitar la generación de conocimiento y su difusión y transferencia a la sociedad, tratando de

⁸ Información derivada de la página web <http://www.ico.es/web/contenidos/10/3847/index>.

⁹ Información derivada de la página web http://www.camaras.org/publicado/comunicacion/organizacion_y_funciones.html

adecuarse con rapidez a las necesidades y exigencias de ésta”¹⁰. Tiene como objetivos principales favorecer la participación de la Universidad Politécnica en programas públicos de I+D+i; encargarse de elegir como explotar y comercializar los resultados de la investigación realizada en la universidad; gestionar la relación con empresas o otras entidades que encarguen a la UPV actividades de investigación o apoyo técnico; promocionar las capacidades y los resultados de I+D de la UPV y contribuir en la organización de congresos científicos en la universidad.

La Fundación Innova es la entidad encargada de gestionar la Ciudad Politécnica de la Innovación (CPI). Se constituye en el año 2002 por voluntad de la UPV y de la Confederación Empresarial Valenciana (CEV) para incrementar el intercambio de conocimiento tecnológico y científico entre la universidad y las empresas en la Comunidad Valenciana. La actividad que se mantiene en la CPI implica la participación de tres agentes principales:

- Centros de Innovación. Se trata de los centros en los cuales se desarrolla el I+D+i de la Universidad Politécnica.
- Antenas de Innovación. Son entidades gestionadas por ayuntamientos y agrupaciones empresariales. Tienen como función principal dinamizar la relación entre todos los actores del panorama investigador y empresarial relacionados con la CPI.
- Centros de Innovación Empresarial. Se trata de centros privados que alojan empresas, sobre todo de base tecnológica.

Para regular la creación de empresas de base tecnológica (EBT) y de spin-off la UPV aprueba el 15 de mayo de 2008 la “Normativa sobre la creación de empresas en la Universidad Politécnica de Valencia a partir de la actividad de investigación universitaria”. Esta quiere concretar las directivas proporcionadas en las leyes orgánicas de universidades para facilitar su aplicación en la UPV.

En el texto se detallan los pasos necesarios para la creación de una empresa UPV. En este proceso el Instituto Ideas tiene una función fundamental puesto que la persona o equipo promotor debe acudir al centro para presentar la propuesta de su idea de negocio y recibir asesoramiento sobre cómo moverse para llegar a la constitución de una empresa, presentándose así Ideas como un servicio de Ventanilla Única.

El primer filtro que la propuesta de un proyecto empresarial recibe es la determinación de la

¹⁰ La carta de servicios se encuentra publicada en la página web institucional del CTT UPV: <http://www.upv.es/entidades/CTT/>.

relación o menos con la Universidad Politécnica. Esta tarea es competencia del CTT que tiene que evaluar la propuesta presentada a través del Instituto Ideas y determinar la implicación de la UPV y la relación que esta última mantendrá con la empresa.

Dos escenarios son los posibles: que la empresa no tenga relación directa con la UPV, por lo cual se constituirá de forma libre por su cuenta; que la empresa tenga relación directa con la UPV, por lo cual esta última participará en su capital social. En este segundo caso el equipo promotor tiene que elaborar el plan de empresa con la ayuda de Ideas, que debe evaluar la viabilidad de la idea presentada, mientras que el CTT se encarga de valorar la aportación de la UPV a la empresa.

De entre las propuestas presentadas algunas se clasifican como spin-off UPV. Estas, para ser consideradas tales, tienen, además de cuanto ya explicado para las normales EBTs, estipular un acuerdo de transferencia de patentes o resultados de la UPV con esta última y ser productoras de bienes o servicios de alto valor añadido.

Para facilitar su creación la Universidad Politécnica proporciona a las empresas facilidades e incentivos, como por ejemplo la posibilidad de alojarse en la CPI, de utilizar la marca Spin-off UPV para dar más prestigio a sus productos y utilizar el carné de la UPV para acceder a sus servicios.

Como se ha podido ver el Instituto Ideas tiene un papel fundamental en la creación de empresas impulsadas por personal docente e investigador de la Universidad Politécnica de Valencia, pero su trabajo es más complejo y amplio y se trata detenidamente en el siguiente apartado.

2.4 El Instituto Ideas

El rector Juan Juliá en ocasión de los quince años de actividad del Instituto Ideas afirmó que la UPV “sabe que no solamente debe ser Universidad que forme e investigue desde la excelencia, sino que, como misión de una Universidad de futuro, Universidad del siglo XX, debe de tener un compromiso cada vez más activo con la generación de riqueza” (Instituto IDEAS, s.f.). Con el propósito de cumplir con este compromiso en el año 1992 la Universidad Politécnica de Valencia y el IMPIVA crean el Programa de iniciativas para el Desarrollo de Nuevas empresas (IDEAS). Cómo se ha subrayado anteriormente se trata del primer centro de este tipo en el contexto universitario español y hasta cinco años más tarde ninguna universidad sigue el

ejemplo de esta iniciativa. En el año 2001 el programa pasa a ser Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas, integrado en la Dirección Delegada de Empleo.

Las acciones del instituto giran alrededor de cinco puntos:

1. Buscar emprendedores en la comunidad universitaria y despertar su interés a través de actividades de comunicación y difusión.
2. Crear un entorno favorable al espíritu emprendedor a través de acciones que pretenden estimular la iniciativa personal y actividades formativas que permitan el desarrollo de las habilidades necesarias para poner en marcha un proyecto empresarial.
3. Eliminar los obstáculos que los emprendedores pueden encontrar en la efectiva puesta en marcha de su idea de negocio. Desde este punto de vista el instituto se encarga de asesorar a sus usuarios con respecto a los trámites burocráticos y a la posibilidad de recibir ayudas y subvenciones.
4. Fomentar la relación de la universidad con el entorno productivo, favoreciendo la creación de una red de entidades destinadas a apoyar emprendedores y empresarios formados en el seno de la UPV.
5. Promover la innovación como principal recurso para ser competitivo. Para el conseguimiento de este aspecto resulta fundamental que el asesoramiento al emprendedor sea personalizado. De esta forma los técnicos calificado del Instituto Ideas pueden ayudar los usuarios a convertir su natural creatividad en potencial innovador (Willoughby et al., 2011, Instituto Ideas, 2010).

Estas acciones se desarrollan al interno de tres áreas definidas por el Instituto Ideas y que reflejan la división de las tareas internas.

Área de asesoramiento a emprendedores

El asesoramiento a emprendedores está dirigido a personas vinculadas con la UPV que tienen interés en crear una empresa, en desarrollar una empresa ya constituida o que quieren simplemente recibir información relativa a emprendimiento. El proceso de asesoramiento pasa por distintas fases y en cada una de ellas la atención recibida por el usuario por parte de los técnicos del instituto es personalizada y gratuita. En casos puntuales, cuando se considera que la iniciativa tiene alto potencial científico y tecnológico el centro apoya también personas de la comunidad que no tienen relación directa con la Universidad Politécnica.

El asesoramiento y la información recibida por los usuarios pueden ser relativos a:

- Idea de negocio. Esta parte incluye tanto la realización del análisis de pre-viabilidad de la idea como, en el caso de que esta demuestre tener valor efectivo, la realización del plan de empresa.
- Aspectos técnicos. Se enseña al usuario a aprender a buscar información y a manejar las principales base de datos del sector, a conocer las formas jurídicas y los trámites legales necesarios para constituir una empresa y se les proporciona información relativa a patentes y propiedad intelectual.
- Elementos de apoyo. Se comunica al usuario donde puede recibir ayudas y subvenciones y como participar en cursos de formación y premios para emprendedores.

De entre los emprendedores o equipos emprendedores que acuden a Ideas para recibir información relativa a uno de los aspectos anteriormente listados, indicativamente el 80% tiene la idea de crear su propia empresa y se compromete a seguir un proceso de asesoramiento en el instituto dando vida así a lo que se define un “Proyecto Emprendedor”.

El modelo de creación de empresas de Ideas pasa por cinco fases:

- Formación de la célula de oportunidad. Se trata del primer paso en el cual se ponen las bases para el desarrollo del proyecto empresarial analizando su viabilidad y realizando el plan de empresa.
- Preincubación. El apoyo de Ideas continúa en la fase de desarrollo del producto o del servicio por parte de la empresa.
- Incubación. El instituto sigue y apoya la evolución de la empresa en los primeros años de su actividad.
- Explotación. El seguimiento y el apoyo proporcionado por Ideas continúa, fomentando el desarrollo y crecimiento de la empresa ya consolidada (Morales y Roig, s.f.). Este punto es fundamental en cuanto una de las carencias que la OCDE destaca en el contexto europeo es la de limitar el asesoramiento solo a las primeras fases de un proyecto empresarial, apoyando sobre todo las empresas start-up y olvidando la importancia de fomentar la innovación de empresas ya consolidadas (OCDE, 2008).

Como se ha podido observar en la “Normativa sobre la creación de empresas en la Universidad Politécnica de Valencia a partir de la actividad de investigación universitaria” el Instituto Ideas tiene también una función fundamental de asesoramiento y apoyo en la creación de empresas de base tecnológicas en el seno de la Universidad Politécnica de Valencia o de spin-off UPV.

En el área de asesoramiento a emprendedores se encuentra una parte relativa al desarrollo

empresarial que tiene como objetivo crear las mejores condiciones y facilitar material y apoyo a emprendedores y empresarios. Destacamos aquí:

- **Financiación.** Acciones para ampliar la red de entidades bancarias y financieras y de inversores relacionados con Ideas y poder ofrecer a los emprendedores recursos validos para empezar en la creación de su empresa. El instituto actúa como intermediario entre estas entidades y sus usuarios.
- **Prospección de oportunidades de negocio y estudios de mercado.** Se realizan estudios e informes relativos al entorno socio-económico para averiguar posibles tendencias de mercado, nuevas oportunidades de negocio y novedades tecnológicas.
- **Parque Innova.** Se trata de un servicio proporcionado por Ideas a empresas innovadoras que tiene como objetivo favorecer su presencia en internet y su comercio electrónico.

Área de formación

Uno de los objetivos principales del Instituto Ideas es fomentar el espíritu emprendedor, acercar los posibles usuarios al mundo empresarial y permitir a los empresarios de completar su formación. Por esto se realizan diversas acciones formativas. Estas quieren por una parte despertar la iniciativa personal y la creatividad individual y por la otra proporcionar las habilidades técnicas necesarias para crear o desarrollar una empresa.

La formación del Instituto se articula en las siguientes actividades:

- Talleres que permiten desarrollar capacidades prácticas gracias a la realización de actividades dinámicas y trabajos de grupo.
- Formación presencial que pretende proporcionar a sus alumnos tanto una preparación teórica, garantizada por la presencia entre los ponentes de profesores y catedráticos, cómo una panorámica de casos de éxitos y experiencias personales contadas directamente por parte de empresarios.
- Formación online realizada a través de la plataforma PoliformaT.
- Jornadas formativas y seminarios.

Entre las actividades realizadas cabe destacar:

- Cátedra de cultura directiva y empresarial, dirigida a estudiantes de la UPV para fomentar la cultura empresarial. Las clases son impartidas por catedráticos, directivos y empresarios.
- *Speednetworking* y desayunos emprendedores para permitir a personas que ya se mueven en el mundo de la empresa de compartir sus experiencias y de conocer otras realidades del entorno valenciano.

Área de promoción y difusión

Las actividades de promoción y difusión de los servicios de Ideas y de la cultura empresarial en general se realizan a través de distintos canales.

- Web corporativa y microweb UPV. En la web corporativa el usuario puede encontrar información relativa al Instituto, a sus servicios y a las actividades que desarrolla. Además posee un apartado de novedades e información de interés para emprendedores cómo: premios y subvenciones, formación, jornadas y noticias.

Por cuanto tiene a que ver con la microweb UPV contiene información más institucional relativa al Instituto. Se detallan sus servicios, sus compromisos de calidad. Se tiene acceso a documentos significativos como las memorias y el listado de empresas Ideas.

- Redes sociales. El Instituto está presente en distintas redes sociales: Facebook, LinkedIn, Twitter e Youtube, sobre todo para informar sus seguidores de las actividades realizadas y difundir el material elaborado por el centro. Ideas participa además en la realización del blog Emprenemjunts, un portal que permite a todos los agentes que se mueven en el área de fomento al emprendimiento de publicar en un mismo sitio información de interés.
- Programa de TV Mundo de Ideas en el cual se realizan entrevistas y tertulias relativas a temas como investigación, innovación, emprendimiento y empresa, intercaladas por reportajes y secciones temáticas.
- Realización de audiovisuales para el programa TV, así como para publicitar eventos organizados por Ideas o para otras entidades.

Otra forma de difundir el conocimiento de sus servicios es buscar el contacto directo con sus usuarios potenciales tanto a través de charlas realizadas en las clases de las distintas escuelas y facultades de la politécnica, como en la participación a eventos organizados tanto en la UPV cómo fuera del ámbito universitario. Como ejemplos se pueden citar:

- Foro de empleo. Se trata de un evento organizado por la Dirección Delegada de Empleo de la UPV y enfocado a acercar los estudiantes de la politécnica al mundo empresarial. El Instituto Ideas participa en el foro para dar a conocer sus servicios.
- Día de la persona emprendedora. Día dedicado a la figura del emprendedor en la Comunidad Valenciana y en ocasión del cual se celebra un evento en el que se realizan ponencias, talleres para desarrollar habilidades emprendedoras y otras actividades.
- Jornada de motivación empresarial. Se trata de una actividad promovida por la Universidad Politécnica de Valencia y que prevé la realización de charlas y que puede culminar con la entrega en el Instituto Ideas de un reducido plan de empresa realizado por los participantes.

Cabe destacar aquí también la organización de eventos por parte de Ideas o en colaboración con otras entidades como el IMPIVA, la Associació d'Empreses Innovadores Valencianes Avant I+E, ITACA Instituto de desarrollo e innovación de la UPV, el Ayuntamiento de Valencia, el Servei Valencià de d'Ocupació i Formació (SERVEF), la fundación Lubasa, Bancaja e Uniemprende. Entre estos se encuentran los Premios Ideas en los cuales se premian las mejores empresas que se han creado o desarrollado en el instituto.

Como se ha anticipado en la introducción en el siguiente capítulo se analizará en concreto el servicio de asesoramiento a emprendedores y su evolución en el periodo de 2001 a 2011.

3. METODOLOGÍA

3.1 Tratamiento y análisis de los datos

La primera parte del presente trabajo está enfocada en la descripción y análisis de los siguientes elementos relativos al servicio de asesoramiento a emprendedores del Instituto Ideas:

- “Perfil emprendedor” Ideas. Según la RAE se puede definir como emprendedor cualquier persona “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas” (Real Academia Española, 2001, 22º ed.) indicando en este caso todo tipo de usuario que haya acudido a Ideas para recibir asesoramiento para crear su propia empresa.
- “Canales de difusión” del servicio a través de los cuales los usuarios han conocido el Instituto.
- “Empresas constituidas” gracias al proceso de asesoramiento recibido en el centro.

Se ha elegido escoger los datos a partir de 2001, año en el cual Ideas pasa de ser un programa a formalizarse como instituto, dando así un paso fundamental en su afirmación como servicio universitario. Es en este año que se empieza a contratar personal dedicado únicamente al servicio de asesoramiento a emprendedores para poder así dar más valor al mismo y personalizar una prestación que, hasta el momento, había sido más genérica. No se ha seleccionado una muestra, sino que se han analizado los datos relativos a la población estudiada en su totalidad.

En la elaboración de las memorias Ideas, informes realizados para resumir la actividad anual del Instituto que se van redactando de forma interna desde el año 1992 y de forma oficial desde el año 2006, se han utilizado como indicadores de calidad, entre otros, el número de los nuevos emprendedores/equipos emprendedores que han acudido a Ideas así como el número de empresas constituidas. Se ha encontrado apoyo en la realización del presente trabajo en los datos ya sintetizados por las memorias y relativos a estos elementos mientras que ha sido necesario elaborar de forma propia la información relativa al perfil, o características, de los emprendedores y de las empresas, y a los canales de difusión.

Para conseguir esta finalidad se han analizado los datos poseídos por el centro y almacenados en el CMR (*Customer Relationship Management*) en línea *Sugar*. El hecho de que no se trate de una simple base de datos implica que la información registrada es lo más exhaustiva posible, facilitando la relación del Instituto con sus usuarios y el análisis de las peculiaridades de estos

últimos. No obstante, las características de *Sugar* permiten realizar búsquedas muy concretas y poco flexibles en su base de datos. Por esto el mismo proveedor del producto creó adrede una base de datos en *Access* que se puede vincular a través de ODBC (*Open Database Connectivity*) a los datos del *Sugar*, permitiendo así la realización de consultas e informes más exhaustivos. El acceso al CMR es posible desde cualquier ordenador, poseyendo la contraseña necesaria. El acceso al fichero de *Access* presenta más restricciones: para poder abrir el archivo es necesario, además de poseer la contraseña, conectarse a Internet desde la Universidad Politécnica o conectarse a la red de esta última a través de VPN (*Virtual Private Network*).

Se han realizado búsquedas directas al CMR por cuanto tiene a que ver con la información relativa a “Empresas constituidas” mientras que para obtener datos relativos a “Perfil emprendedor” y “Canales de difusión” se han realizados consultas al fichero de *Access*, apoyándose solo en algunos casos que se detallarán más adelante, a los datos de *Sugar*.

El primer paso ha sido detectar las tablas y los campos que contienen datos de interés en *Sugar* y, en los casos anteriormente expuestos, ver como estos campos se reflejan en *Access*.

De entre las distintas tablas presentes en el CMR se ha considerado que dos son las que tienen importancia para el análisis a realizar: “Emprendedores” y “Empresas”. En estas se encuentran, como se detallará a continuación, todos los datos necesarios para obtener información de interés relativa a los puntos a analizar: “Perfil emprendedor”, “Canales de difusión” y “Empresas constituidas”.

En lo que respecta a la ficha de registro de la tabla “Emprendedor”, esta se puede dividir en distintos apartados.

1. El primero es más técnico e importante solo para la actividad interna del Instituto. Posee información relativa a la fecha y al código de registro, al técnico que se ha encargado de asesorar al usuario y al campus Ideas en el cual se ha prestado el servicio (Valencia, Gandía o Alcoy). De esta parte se ha considerado el código de registro, importante para poder acotar la búsqueda a los años que interesan el presente estudio (2001-2011). En concreto el dato se constituye de la siguiente forma: */xx, indicando * el número secuencial asignado a cada equipo emprendedor en su primera visita a Ideas y xx el año. Por ejemplo el primer equipo emprendedor registrado en el año 2011 recibió el siguiente código de registro: 1/11, el segundo 2/11, y así a seguir, empezando la cuenta de cero cada nuevo año. Los datos relativos a emprendedores del mismo equipo aparecen almacenados en fichas distintas pero con el mismo código de registro. En el caso de que un emprendedor

participe en más proyectos empresariales se le asigna el código del primero que se ha asesorado en Ideas y se crean en su ficha enlaces directos a los demás proyectos.

2. El segundo apartado trata los datos personales del emprendedor cuales el DNI, el nombre, los apellidos, los datos de contacto, el sexo, la edad, la fecha de nacimiento, el estado civil, si tiene hijos y su actual trabajo. No se ha considerado necesario analizar los datos relativos al estado civil de los usuarios, a los hijos y a su trabajo actual puesto que en buena parte el público de Ideas está constituido por estudiantes, grupo que posee características concretas que hacen que dichas variables no sean relevantes.
 - Edad. Se trata de un campo abierto en el cual el técnico tiene que redactar la edad del emprendedor.
 - Sexo. Presenta un desplegable que permite al técnico elegir la opción adecuada.
3. Un tercer apartado identifica la relación del usuario con la UPV definiendo su papel dentro de la universidad. De esta parte se han tomado en consideración, excepto un campo que se encuentra duplicado, todos los campos:
 - Alumno/Titulado. Presenta un desplegable que permite elegir entre las siguientes opciones:
 - No. Se marca esta opción en el caso de usuarios que no son alumnos o antiguos alumnos.
 - 1º. Alumnos matriculados en su primer año de curso.
 - 2º. Alumnos matriculados en su segundo año de curso.
 - 3º. Alumnos matriculados en su tercer año de curso.
 - 4º. Alumnos matriculados en su cuarto año de curso.
 - 5º. Alumnos matriculados en su quinto año de curso.
 - 6º. Alumnos matriculados en su sexto año de curso.
 - Graduado/Titulado. Se marca esta opción en el caso de usuarios que ya han finalizado sus estudios, sean estos diplomatura, licenciatura o grado.
 - PFC. Alumnos que solo están matriculados de su proyecto final de carrera.
 - Máster. Alumnos matriculados en uno de los másteres ofrecidos por la UPV.
 - Doctorado. Alumnos matriculados en un programa de doctorado.
 - Doctor. Usuarios que han terminado su programa de doctorado consiguiendo el título de Doctor.
 - Escuela. Permite elegir entre las distintas titulaciones presentes en la UPV. Las opciones se han vuelto a detallar en el año 2011 y por tanto el listado de titulaciones está actualizado. En los datos recogidos a lo largo de los años y utilizados para el presente

estudio se encuentran algunos elementos obsoletos. Se trata todavía de detalles formales, como el cambio de nombre de una facultad o escuela universitaria, que no afectan la información analizada.

- Departamento. Permite elegir entre los distintos departamentos presentes en la UPV. Como se ha subrayado para el campo “Escuela” cabe destacar que también los departamentos han sufrido algunos cambios formales a lo largo de los años considerados en el estudio. Estos no han interesado los departamentos implicados en el análisis realizado.
- Instituto de investigación. Permite elegir entre los institutos de investigación de la politécnica.
- Profesor. Presenta las siguientes opciones:
 - No. Se marca esta opción en el caso de que el usuario no forme parte del cuerpo docente.
 - Aso (asociado)
 - TEU (titular de escuela universitaria)
 - Ayu (ayudante)
 - TU (titular universitario)
 - Ayu DR. (ayudante doctor)
 - CU (catedrático universitario)
 - Contr. DR (contratado doctor)
 - Otros.
- Si eres Spin-off indica tu situación. Permite a aquellas personas interesadas en crear una spin-off especificar su perfil universitario escogiendo una de las siguientes categorías:
 - PDI Funcionario de carrera
 - Profesor colaborador
 - PDI Profesor asociado
 - Becario
 - PAS
 - PAS Investigaciones
- Otros. Consiente indicar libremente otros posibles centros de procedencia u otra condición no prevista en los demás campos.

4. El siguiente apartado registra cómo el usuario conoció el Instituto Ideas y cómo se puso en contacto con el personal. De esta parte solo se han considerado dos campos,

fundamentales para conocer los canales de difusión del servicio de Ideas que más éxito tienen:

- Conocer Ideas. Permite elegir entre:
 - Conferencia Ideas. Se trata de conferencias realizadas por personal del Instituto en las distintas escuelas y facultades de la politécnica.
 - Jornada de motivación empresarial. Consiste en un evento que prevé la realización de charlas y clases relativas a temas empresariales. Los participantes están animados a realizar un pequeño plan de empresa que tienen que entregar a Ideas.
 - Stands Ideas UPV. En las entradas de las distintas escuelas y facultades se ponen stands del Instituto para dar a conocer sus servicios.
 - Web UPV¹¹. Se trata de una microweb dentro de la web de la UPV que contiene información institucional relativa a Ideas. Se puede acceder a la misma buscando entre el apartado “Servicios universitarios” presente en el menú principal de la *home page* de la UPV.
 - Web Ideas¹². Es la web propia del Instituto en la cual además de encontrar información práctica relativa al mismo, como por ejemplo servicios ofrecidos y ubicación del centro, se proporcionan noticias de interés para sus usuarios como comunicaciones relativas al ámbito empresarial, subvenciones y ayudas, eventos.
 - Parque Innova. Se trata de un servicio ofrecido por la UPV a empresas innovadoras, sobre todo a empresas creadas en el contexto universitario. El Instituto Ideas tiene un papel fundamental en el asesoramiento a dichas empresas.
 - CFP (Centro de Formación Permanente de la UPV). Como se ha destacado en el capítulo anterior el Instituto organiza cursos de formación relacionados con temáticas empresariales. Los usuarios pueden llegar a conocer dichos cursos a través del buscador ofrecido por el CFP o dirigiéndose a este directamente.
 - SIE (Servicio Integrado de Empleo de la UPV). Los usuarios del SIE que preguntan información relativa a las posibilidades del autoempleo se redirigen a Ideas.
 - CTT (Centro de Apoyo a la Innovación, la Investigación y la Transferencia de Tecnología de la UPV). Aquellas personas de la UPV interesadas en crear una empresa EBT o spin-off a partir de su actividad de investigación que acuden al CTT se redirigen a Ideas.

¹¹ El enlace directo a la microweb es el siguiente: <http://www.upv.es/entidades/IDEAS/index-es.html>

¹² El enlace directo a la web Ideas es el siguiente: <http://www.ideas.upv.es/>

- CEEI (Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana). Estos centros proporcionan un servicio de asesoramiento para la creación de empresas pero en determinados casos pueden considerar más apropiado que los usuarios se apoyen a Ideas.
- Organismos públicos. Se trata por ejemplo de ayuntamientos, del IMPIVA y de los Centros de Desarrollo Local. En el caso de personas que se dirigen a estos centros para recibir información relativa a cómo crear su propia empresa, estas entidades les indican los servicios existentes, entre ellos el servicio de asesoramiento a emprendedores ofrecido por Ideas.
- Cursos/talleres Ideas. Se trata de actividades de formación realizadas por Ideas y a través de las cuales el personal del Instituto da a conocer los demás servicios ofertados.
- Antiguos alumnos. Esta asociación proporciona a sus usuarios información relativa a todos los servicios de los cuales estos pueden disfrutar dentro de la UPV, incluyendo aquellos ofertados por el Instituto Ideas.
- Trípticos Ideas. En las entradas de las escuelas y facultades se dejan trípticos informativos de la actividad realizada por Ideas.
- Carteles Ideas. En las entradas de las escuelas y facultades se dejan carteles informativos de la actividad realizada por Ideas.
- Prensa RTV-UPV. Esta opción se refiere al programa TV realizado por Ideas en el canal de la UPV, así como a los artículos publicados y a los programas realizados por radio y televisión en los cuales se habla de Ideas o se entrevista a su director o personal.
- Foro empleo UPV. Es un evento organizado en la UPV que se caracteriza por la realización de actividades enfocadas en dar a conocer a los alumnos las distintas posibilidades que tienen para su futuro laboral. Entre los stands presentes se encuentra el de Ideas que promociona sus servicios.
- Amistades.
- Día del emprendedor. Ideas participa en la organización de las actividades realizadas en la Comunidad Valenciana en ocasión de este evento con su presencia en stands y la realización de charlas.
- Otro.
- Otros (Si procede). Este campo permite especificar cómo el usuario conoció Ideas si las opciones anteriormente listadas no se consideran adecuadas.

5. Sigue un apartado dedicado a definir la situación laboral del usuario. Presenta cuatro campos distintos que permiten elegir entre sí o no. Se considera el apartado en su totalidad puesto que sus campos representan las cuatro situaciones laborales posibles para el usuario:
- Trabajador en activo, entendiendo aquellas personas que trabajan por cuenta ajena.
 - Desempleado.
 - Autónomo.
 - Dado de alta en el INEM (Instituto Nacional de Empleo). Esta opción necesitaría ser actualizada puesto que el INEM ya no existe y ha sido sustituido por el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal).
6. El último apartado considera el estado del proyecto empresarial. Se analiza la motivación que ha traído al usuario al Instituto y su pasado como emprendedor: si ha tenido ya otra experiencia empresarial y si esta ha tenido éxito. De esta parte se ha considerado solo una variable:
- ¿Quiere crear una empresa? Esta opción, en la cual se puede elegir entre sí o no, es fundamental para poder filtrar entre las personas que acuden a Ideas para preguntar información de cualquier tipo, como por ejemplo sobre patentes o financiación, y aquellas que encajan en la definición que se ha elegido adoptar para concretar la categoría de los emprendedores en el presente trabajo: todo tipo de usuario que haya acudido a Ideas para recibir asesoramiento para crear su propia empresa.

Como se ha dicho anteriormente las búsquedas relativas a la tabla “Emprendedores” no se han realizado directamente en *Sugar*, debido a la poca flexibilidad del CMR, sino en *Access*. Se resume en la tabla 1 de forma concisa cómo los campos presentes en *Sugar* se reflejan en *Access*.

Tabla 1. Correspondencia de los campos del *Sugar* en el fichero de *Access*

Nombre del campo en <i>Sugar</i>	Nombre del campo en <i>Access</i>	Tipo de datos almacenados en <i>Access</i>
Edad	Edad	Texto
Sexo	Sexo	Texto
Alumno/Titulado	Alumno/Titulado	Texto
Escuela	Escuela	Texto
Departamento	Departamento	Texto

Instituto de investigación	Instituto de investigación	Texto
Profesor	Profesor	Texto
Otros	No ha encontrado correspondencia en Access	
Conocer Ideas	¿Como conociste ideas?	Memo
Otros (Si procede)	Otros (Si procede)	Texto
Trabajador en activo	Trabajador en activo	Texto
Desempleado	Desempleado	Texto
Autonomo	Autonomo	Texto
Dado de alta en el INEM	Dado de alta en el INEM	Texto
¿Quiere crear una empresa?	¿Quiere crear una empresa?	Texto

Como se puede notar en la tabla 1, el campo “Otros” del *Sugar* no ha encontrado una correspondencia en *Access*. Estimando la importancia de dicho campo en el cual el usuario suele redactar de propia mano información de interés, se ha considerado oportuno analizar cada una de las fichas presentes en el CMR para obtener datos útiles para el estudio. La información así registrada se ha demostrado fundamental para conocer aspectos relativos a la procedencia de los usuarios no previstos en los campos anteriormente listados. Ha permitido además filtrar los datos necesarios a la hora de analizar las características de los usuarios UPV. Sin haber examinado el campo “Otros” se hubiera incluido en este análisis parte de la información proporcionada por personas que no pertenecen a las categorías de alumno, titulado o personal UPV.

Respecto a lo que tiene a que ver con la tabla “Empresas” se destaca cuanto sigue.

1. El primer apartado posee datos técnicos. Se indica aquí si la empresa se crea en Ideas o si se apoya al Instituto para su desarrollo, el perfil UPV del emprendedor, si la empresa posee plan de empresa, el técnico de Ideas que ha asesorado al equipo emprendedor y la fecha de registro. De este apartado se consideran dos campos:
 - Creación desarrollo. A elegir entre:
 - Creación. Se marca en el caso de emprendedores que quieren empezar una actividad desde cero.
 - Desarrollo. Se marca en el caso de empresas ya constituidas que acuden a Ideas para recibir asesoramiento sobre cómo diversificar sus productos y servicios, realizar una planificación que hasta el momento no han tenido, buscar financiación,

ampliar capital encontrando nuevos socios, buscar ayudas y subvenciones y contratar empleados.

– Baja.

Este campo es fundamental puesto que en el presente trabajo solo se analiza el perfil de aquellas empresas que se han creado en Ideas, dejado de lado el aspecto del desarrollo. Este dato se ha utilizado consecuentemente como filtro para elegir las empresas a incluir en el estudio.

- Fecha de registro. Esta información constituye otro elemento filtro, puesto que en el presente texto solo se tratan empresas creadas entre los años 2001 y 2011. Ha sido entonces fundamental especificar en las búsquedas la fecha de registro como comprendida entre 01/01/2001 y 31/12/2011.
2. El segundo apartado contiene datos relativos a la empresa y a su actividad: el nombre, la forma jurídica, el número de socios, el número de empleados, el sector, la fecha de alta de la actividad y la fecha de constitución, el capital inicial poseído por la empresa, el CIF, la descripción de su actividad, si es EBT, sus ingresos anuales y si la UPV tiene algún derecho de propiedad intelectual o industria. Puesto que se considera que son los campos que mejor definen a la empresa y que pueden tener una relación más directa con los datos relativos al perfil de los emprendedores, se ha elegido analizar:
- Sector. Permite elegir entre:
 - Agroalimentación
 - Energía y medioambiente
 - Biotecnología
 - TIC
 - Servicios de Ingeniería y Arquitectura
 - Servicios a otras empresas.
 - Industria química y farmacéutica
 - Servicios relacionados con la salud y asistencia social.
 - Turismo
 - Otros. Se incluyen aquí todas las actividades que no entran en los casos anteriores.
 - EBT. Se trata de una opción a marcar en caso afirmativo. La sigla está por Empresa de Base Tecnológica.

Cabe destacar que el campo EBT es un campo nuevo que ha sido añadido en 2011, por lo tanto la información relativa a este aspecto se ha ido introduciendo de forma retroactiva, empezando por el año 2011 y volviendo atrás en el tiempo. Puesto que la elección de considerar una empresa como EBT o menos requiere una discusión previa entre los técnicos del centro el proceso es largo y de momento solo se han introducido los datos de los últimos cuatro años (2008-2011).

Una vez se ha llegado a conocer de forma detenida tanto la base de datos en línea como el fichero de *Access*, se ha procedido a realizar las consultas necesarias para obtener la información requerida. Como anteriormente se ha dicho la mayoría de las consultas relativas a la tabla "Emprendedores" se han realizado en *Access*, a través de la herramienta "Diseño de consulta" proporcionada por el mismo programa. Las consultas se han realizados para el conjunto de los años estudiados (2001-2011) así como para cada uno de los años que componen esta franja temporal, para poder así, en algunos casos concretos, definir el cambio ocurrido a lo largo del tiempo.

Los datos obtenidos se han organizado entonces según las finalidades del estudio para definir las variables significativas para cada elemento a analizar.

Para definir el "Perfil del emprendedor" se han evaluado las siguientes variables:

- Edad. Para facilitar su interpretación se han agrupado los datos obtenidos de la siguiente forma:
 - menos de 21
 - de 21 a 25
 - de 26 a 30
 - de 31 a 40
 - de 41 a 50
 - de 51 a 65

Cabe destacar que el registro de los datos relativos a la edad no se ha realizado de forma exhaustiva, dando lugar a faltas, sobre todo en los años 2003 y 2004.

- Género:
 - Hombre
 - Mujer
- Perfil UPV. En esta variable se han agrupado los usuarios de Ideas como se detalla a continuación:

- Alumno UPV. Incluye tanto alumnos como antiguos alumnos de la universidad.
- Personal UPV. Incluye tanto PDI como PAS y becarios.
- Usuario no UPV. Incluye a todos aquellos usuarios que no tienen ninguna relación directa con la universidad.

Se ha considerado importante entender en qué proporción los distintos perfiles UPV acuden a Ideas y sobre todo considerar y cuantificar aquellos usuarios que acceden al servicio sin pertenecer a la universidad. Esto puede ocurrir en dos casos: por proponer una idea realmente innovadora; por formar parte de un equipo emprendedor en el cual esté presente por lo menos un miembro de la UPV.

- Alumnos y titulados UPV. Las opciones presentes en el *Sugar* se han agrupado, para permitir una mejor interpretación de los datos, de la siguiente forma:
 - Alumno de primero
 - Alumno de segundo
 - Alumno de tercero
 - Alumno de cuarto
 - Alumno de quinto. En este grupo se juntan los alumnos de quinto con los de sexto. Se ha escogido esta opción puesto que estos últimos son pocos y son alumnos que, como los estudiantes de quinto, están a punto de terminar sus estudios.
 - Alumno PFC
 - Alumno Postgrado. Se han incluido aquí alumnos de máster y de doctorado.
 - Antiguo Alumno. Este grupo incluye los que en la base de datos se indican como “Graduado/Titulado” y “Doctor”.
- Personal UPV. Los perfiles se han definido agrupando las distintas opciones presentes en los campos “Profesor” y “Si eres Spin-off indica tu situación” de *Sugar*:
 - Profesor colaborador. Incluye las categorías del campo “Profesor” ayu (ayudante), ayu DR. (ayudante doctor), contr. DR. (contratado doctor).
 - Asociado, de la opción aso (asociado) del campo “Profesor”.
 - Funcionario de carrera. Incluye las categorías del campo “Profesor”: TU (titular universitario), TEU (titular de escuela universitaria) y CU (catedrático universitario).
 - PAS, que agrupa las categorías PAS y PAS Investigaciones del campo “Si eres Spin-off indica tu situación”.
 - Becario, de la opción becario del campo “Si eres Spin-off indica tu situación”.

- Procedencia alumno. Se han analizado las distintas titulaciones de procedencia de los usuarios Ideas y en un segundo momento se han agrupado para facilitar su representación y comprensión. Se ha elegido unir las titulaciones superiores y las titulaciones técnicas de un mismo sector y resumir las titulaciones poco representadas por un bajo número de usuarios en la opción: "Otras titulaciones UPV". Los distintos grupo han sido por tanto los siguientes:

- ADE
- Arquitecto técnico y Arquitecto
- Bellas Artes
- IT. Agrícola e I. Agrónomo
- I. Caminos, Canales y Puertos e IT. Obras públicas
- IT. Diseño Industrial
- IT. e I. Industriales
- IT. e I. Informática
- I. Organización Industrial
- IT. e I. Telecomunicaciones
- Otras titulaciones UPV. En este grupo se han incluido alumnos procedentes de las titulaciones de Biotecnología, Ciencias Ambientales, Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Comunicación Audiovisual, Documentación, Enología, Ingeniero Aeronáutico, Ingeniero en Automática y Electricidad Industrial, Ingeniero de la Edificación, Ingeniero de Energía, Ingeniero en Geodesia y Cartografía, Ingeniero en Geología, Ingeniero de Materiales, Ingeniero en Mecánica, Ingeniero de Montes, Ingeniero Químico, Ingeniero Técnico Forestal, Ingeniero Técnico en Topografía, Turismo.

De las titulaciones presentadas cabe destacar que todas, menos las que se detallan a continuación, ya existían en el año 2001, primer año analizado en el presente estudio.

Constituyen una excepción:

- Licenciado en Biotecnología. Existente desde el año académico 2005/2006.
- Ingeniero Geólogo. Existente desde el año académico 2002/2003
- Licenciado en Enología. Existente desde el año académico 2002/2003.
- Ingeniero de la Edificación. Sustituye en el año académico 2009/2010 la precedente titulación de Arquitecto Técnico, debido a la reforma universitaria. Los alumnos procedentes de esta titulación se han incluido en el grupo de arquitectos y arquitectos técnicos.
- Grado en Ingeniería de la Energía. Existente desde el año académico 2010/2011.

- Grado en Ingeniería de Obras públicas. Sustituye en el año académico 2010/2011 las precedentes titulaciones de Ingeniero Técnico de Obras Públicas, especialidad en Construcciones Civiles, Ingeniero Técnico de Obras Públicas, especialidad en Hidrología e Ingeniero Técnico de Obras Públicas, especialidad en Transporte y Servicios Urbanos. Los alumnos procedentes de esta titulación se han incluido en el grupo de “I. Camino, Canales y Puertos e I.T. de Obras Públicas”.
- Grado en Arquitectura. Sustituye en el año académico 2010/2011 la precedente titulación de Arquitecto. Los alumnos procedentes de esta titulación se han incluido en el grupo de arquitectos y arquitectos técnicos.
- Grado en Ciencias Ambientales. Sustituye en el año académico 2009/2010 la precedente licenciatura en Ciencias Ambientales. Los alumnos procedentes de esta titulación se han incluido en el grupo “Otras titulaciones UPV”.
- Grado en Ingeniería Mecánica. Sustituye en el año académico 2010/2011 la precedente titulación de Ingeniero Técnico Industrial, especialidad en Mecánica. Los alumnos procedentes de esta titulación se han incluido en el grupo de “IT. e I. Industriales”¹³.

Los alumnos de máster, en la mayoría de los casos, han marcado su titulación de procedencia. Solo en algunas ocasiones han indicado el título específico del máster. En estos últimos casos se ha incluido dichos alumnos en las titulaciones relacionadas con el máster estudiado, como se explica a continuación:

- Máster en Dirección Financiera y Fiscal. Los alumnos se han incluido en el grupo “ADE”.
- *Official Master's Degree in Mechanical and Materials Engineering* y Máster Universitario en Ingeniería del Hormigón. Los alumnos se han incluido en el grupo “Otras titulaciones UPV”, puesto que los máster tienen relación con la titulación de Ingeniero de Materiales.
- Máster en Producción Artística y Máster en conservación y restauración de bienes culturales. Los alumnos se han incluido en el grupo “Bellas Artes”.
- Máster Universitario en Arquitectura Avanzada, Paisaje, Urbanismo y Diseño y Máster en Edificación. Los alumnos se han incluido en el grupo “Arquitecto técnico y Arquitecto”.

¹³ La información relativa a la fecha de comienzo de las titulaciones y a los estudios que substituyen los grados se ha derivado de las memorias redactadas por la Secretaría General de la UPV, accesibles al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/518515normalc.html>

- Máster en Gestión y Seguridad Alimentaria. Los alumnos se han incluido en el grupo “Otras titulaciones UPV”, puesto que el máster tiene relación con la licenciatura en Ciencia y Tecnología de los Alimentos.
 - Máster en gestión deportiva. Los alumnos se han incluido en el grupo “Otras titulación UPV”, puesto que el máster no tiene relación directa con ninguna titulación impartida en la UPV.
 - Máster en Ingeniería Acústica y Máster en Tecnologías, Sistemas y Redes de Comunicaciones. Los alumnos se han incluido en el grupo “IT. e I. Telecomunicaciones”.
- Procedencia personal UPV. El personal UPV puede tener relación con un departamento, un instituto de investigación o con ambos. Para facilitar el tratamiento y la comprensión de la información se ha elegido agrupar dichos centros en categorías sectoriales. Estas han sido definidas a partir de la clasificación propuesta por Ideas en la descripción de la actividad de las empresas creadas. Para poder entender mejor lo que incluye cada categoría se ha ido a la fuente de la cual se ha inspirado el personal de Ideas para definir las: la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Se ha encontrado apoyo en un documento redactado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) que contiene notas explicativas relativas a la clasificación anteriormente nombrada¹⁴.

Con respecto a la clasificación de Ideas se han aportado algunas modificaciones: por una parte se han quitado las categorías “Biotecnología”, “Servicios relacionados con la salud y asistencia social” y “Turismo” por falta de centros a incluir, y la categoría “Servicios a otras empresas” por ser inadecuada para describir un sector universitario; por otra parte se ha añadido la categoría de “Bellas Artes” puesto que un número significativo de departamentos e institutos de investigación tienen relación con este ámbito. Los centros se han agrupado como se indica a continuación:

- Agroalimentación:
 - Departamento de Tecnología de Alimentos
 - Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas
 - Instituto Universitario de Ingeniería de Alimentos para el Desarrollo
- Bellas Artes:
 - Departamento de Conservación y Restauración de Bienes Culturales
 - Departamento de Dibujo
 - Departamento de Escultura
 - Departamento de Pintura

¹⁴ Se puede acceder al documento citado a través de esta URL: http://www.ine.es/clasifi/cnae93_notas.pdf

- Instituto Universitario de Restauración del Patrimonio
- Energía y Medioambiente:
 - Departamento de Ecosistemas Agroforestales
 - Departamento de Termodinámica Aplicada
 - Instituto Agroforestal Mediterráneo
 - Instituto de Ingeniería Energética
 - Instituto de Investigación para la Gestión Integrada de Zonas Costeras
- Servicios de Ingeniería y Arquitectura:
 - Departamento de Construcciones Arquitectónicas
 - Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica
 - Departamento de Ingeniería de la Construcción y de Proyectos de Ingeniería Civil
 - Departamento de Ingeniería Eléctrica
 - Departamento de Ingeniería Electrónica
 - Departamento de Ingeniería Hidráulica y Medio Ambiente
 - Departamento de Ingeniería Mecánica y de Materiales
 - Departamento de Proyectos de Ingeniería
 - Instituto de Diseño para la Fabricación y Producción Automatizada
 - Instituto de Seguridad Industrial, Radiofísica y Medioambiental
 - Instituto del Transporte y Territorio
 - Instituto Universitario de Automática e Informática Industrial
 - Instituto Universitario de Investigación de Ingeniería del Agua y Medio Ambiente
- TIC:
 - Departamento de Comunicaciones
 - Departamento de Informática de Sistemas y Computadores
 - Departamento de Sistemas Informáticos y Computación
 - Instituto Universitario de Aplicaciones de las Tecnologías de la Información
 - Instituto Universitario Mixto de Tecnología de Informática
 - Instituto Universitario de Telecomunicación y Aplicaciones Multimedia
- Otros:
 - Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte
 - Departamento de Física Aplicada
 - Departamento de Ingeniería Gráfica
 - Departamento de Matemática Aplicada
 - Departamento de Organización de Empresas

- Instituto de Ciencia y Tecnología del Hormigón
- Instituto Universitario de Matemática Multidisciplinar
- Instituto Universitario de Matemática Pura y Aplicada

Cabe destacar que los datos relativos al porcentaje total del personal UPV de cada sector solo se ha podido obtener para aquellos individuos registrados en los departamentos, dejando de lado por lo tanto el personal de los centros de investigación.

- Situación laboral. Se han reducido las opciones presentes en el *Sugar* de cuatro a tres de la siguiente forma:
 - Trabajador por cuenta ajena. Incluye aquellos usuarios registrados en *Sugar* como “Trabajadores en activo”.
 - Autónomo, de la homónima opción del *Sugar*.
 - Desempleado. Agrupa los usuarios que se definen en la base de datos como “Dado de alta en el INEM” y los que se consideran “Desempleados”.

Para obtener información relativa a los canales de difusión se han analizado los datos de los campos “Conocer Ideas” y “Otros (Si procede)”. La información registrada en este último se puede dividir en dos tipos de respuestas: por una parte los usuarios han utilizado este campo para indicar opciones que directa o indirectamente se relacionan con las opciones ya previstas por el desplegable y que por lo tanto se han incluido en el análisis en estas últimas; por otra parte se han indicado aquí elementos nuevos y que aportan información relativa a canales de difusión no previstos por el Instituto. Tras analizar los resultados de estos últimos se ha considerado importante incluir entre los canales de difusión la categoría “Profesor”, puesto que constituye el 4% de los canales indicados por los usuarios como medios a través de los cuales han conocido Ideas.

Los datos se han analizados primero siguiendo las opciones indicadas en el *Sugar* y en un segundo momento agrupando esas opciones para obtener una visión más general de las vías de difusión más exitosas:

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: trípticos Ideas y carteles Ideas.
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: conferencias Ideas, jornadas de motivación empresarial, stands Ideas UPV, foro empleo UPV y día del emprendedor.
- Medios de comunicación. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: Web UPV, Web Ideas y prensa RTV-UPV.

- Formación organizada por el propio Instituto Ideas. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: cursos/talleres Ideas.
- Otros servicios de la UPV. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: CFP, SIE, CTT, Antiguos alumnos y Parque Innova. Se han incluido además otros servicios o actividades organizadas por la UPV que algunos usuarios han indicado en el campo “Otros (Si procede)” del CMR.
- Otras instituciones externas a la UPV. Incluyendo aquí las opciones de *Sugar*: CEEI y organismos públicos. Se han incluido además entidades privadas indicadas como fuentes de información de la actividad de Ideas en el campo de *Sugar* “Otros (Si procede)”.
- Amistades
- Profesores
- Otros

Para las empresas se han definido las siguientes variables:

- Sector. En esta variable se han respetado las opciones presentadas en *Sugar*.
- EBT. Dato presente solo para los años de 2008-2011. Parece todavía importante incluirlo, sobre todo puesto que es un dato muy significativo con respecto a la tercera misión de la universidad tratada en el marco teórico.

A partir de los datos obtenidos y ordenados se ha realizado un análisis estadístico exploratorio. Por análisis exploratorio se entiende “un conjunto de técnicas estadísticas cuya finalidad es conseguir un entendimiento básico de los datos y de las relaciones existentes entre las variables analizadas” (Salvador Figueras y Gargallo, 2003).

Como programa estadístico de apoyo se ha utilizado *Statgraphics*, debido a su accesibilidad: se trata del programa estadístico utilizado en los ordenadores de la UPV y es posible descargar una versión demo, con validez de un mes, de forma gratuita¹⁵.

Dependiendo del tipo de variable tratada se han realizados distintos análisis. Como se detalla en la tabla 2 la única variable cuantitativa ha sido la variable “Edad”. Esta se ha podido considerar con más detalle, estudiando distintos factores, mientras que para las demás variables, de tipo cualitativo, se ha realizado un diagrama de sectores para evidenciar su distribución.

¹⁵ <http://www.statgraphics.net/>

Se han así definido las variables para los emprendedores:

Tabla 2: Tipos de variables analizadas para definir el “Perfil emprendedor”

Nombre de la variable	Tipo de variable	Escala de medida	Representaciones gráficas
Edad	Cuantitativa discreta	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores – Boxplot – Histograma – Densidad suavizada
Género	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores – Diagrama de líneas
Alumnos	Cualitativa	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores
Personal UPV	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores
Procedencia alumnos	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores
Procedencia personal UPV	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores
Situación laboral	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores

Por cuanto tiene a que ver con las variables de las empresas:

Tabla 3. Tipos de variables analizadas para definir el “Empresas constituidas”

Nombre de la variable	Tipo de variable	Escala de medida	Representaciones gráficas
Sector	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores
EBT	Cualitativa	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Diagrama de sectores

Por cuanto tiene a que ver con los canales de difusión es suficiente comentar que se trata de una variable cualitativa nominal, por lo tanto ha sido representada a través de un diagrama de barras.

3.2 Diseño y realización del pretest

La segunda parte del presente trabajo está enfocada en la propuesta de una encuesta a realizar a los usuarios reales y potenciales del servicio de asesoramiento a emprendedores ofrecido por el Instituto Ideas. La población objeto de estudio es, consecuentemente, toda la comunidad universitaria UPV y los miembros de la asociación de Antiguos Alumnos. Debido a la amplitud de la población es necesario escoger una muestra representativa. Considerando la variedad de

los individuos a estudiar se elige como tipo de muestreo el muestreo estratificado, para respetar la distribución de los distintos perfiles universitarios de la población real.

Se ha elegido utilizar como técnica de investigación el cuestionario, puesto que se presenta como la opción más adecuada dado el amplio número de individuos de la población y el tipo de información que se pretende obtener (Anguita, Labrador y Campos, 2003).

La encuesta se realiza a través de un cuestionario en línea cuyo enlace de acceso se proporciona por correo electrónico. No se han encontrado inconvenientes en el uso de esta técnica, puesto que las personas a las cuales va dirigida, por su relación con la UPV, tienen acceso a un ordenador. Además la estructura del cuestionario, breve y libre de preguntas complejas y con un número limitado de preguntas abiertas, no requiere de un encuentro cara a cara entre encuestado y encuestador (Ruiz Bueno, 2009).

Con la finalidad de diseñar el cuestionario de la forma más eficiente posible se ha realizado un pretest. Este ha sido cumplimentado por treinta personas pertenecientes a los distintos perfiles de usuarios potenciales del servicio proporcionado por el Instituto Ideas: doce alumnos, cinco titulados, ocho PDI y cinco PAS UPV.

Para aprovechar al máximo la realización del pretest se ha optado por no limitarse a averiguar la corrección y objetividad formal, sino también los aspectos técnicos. Por esto se ha elegido difundir el enlace al pretest en línea por correo electrónico, siguiendo así la misma metodología prevista para la encuesta final.

Se ha utilizado como herramienta para redactar el pretest la aplicación proporcionada por *Google Docs*. Esta elección se debe a causas prácticas: los formularios de *Google Docs* prevén la modalidad de trabajo en línea por lo cual se pueden actualizar y modificar sin depender de un ordenador concreto ni del sistema operativo utilizado. Además la recogida de los datos es automática: los resultados se van almacenando en una base de datos creada por el mismo programa. *Google Docs* proporciona herramientas para realizar el análisis de las respuestas obtenidas en línea. En la realización del presente trabajo se consideró todavía más práctico descargar el fichero en formato *xls* para poder trabajar desde el ordenador tanto con *Microsoft Excel* como con *Open Office Calc*.

En la redacción del pretest se han tenido en cuenta las variables implicadas en el problema de investigación y la necesidad de averiguar las posibles relaciones entre las mismas. Las variables independientes que se han considerado han sido: sexo, edades, estudios, área de conocimiento, situación laboral y perfil universitario (estudiante, titulado, PDI o PAS). Estos

elementos se han visto reflejados en las preguntas de la primera parte del pretest, dedicadas a la definición del perfil del encuestado. Las variables dependientes a considerar han sido: el conocimiento del servicio proporcionado por el Instituto Ideas y la utilización del mismo, real o hipotética. Estos aspectos se han concretado en la segunda parte del pretest, dedicado a indagar la relación del encuestado con el Instituto Ideas. Se ha analizado además una variable relativa al interés potencial de los encuestados en crear una empresa. Esta se considera como variable dependiente del perfil de los individuos pero solo parcialmente ligada a la decisión de utilizar el servicio. Se contempla de hecho la posibilidad de que una persona interesada en crear una empresa opte por no acudir a Ideas.

Tras analizar los objetivos propuestos se han definido los aspectos a medir a través del pretest y se han determinado indicadores necesarios para llegar a conocerlos y cuantificarlos. Consecuentemente se han ido redactando las preguntas concretas que han hecho posible calcular los indicadores definidos. Se resume el procedimiento explicado en la tabla 4.

Tabla 4. Etapas en la redacción del pretest

ASPECTO A MEDIR	INDICADOR UTILIZADO	PREGUNTAS SIGNIFICATIVAS
Grado de conocimiento del servicio.	% de personas que conocen el servicio sobre el total de los encuestados.	¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas?
Grado de uso del servicio.	% de personas que han usado el servicio sobre el total de los encuestados.	¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?
Usuarios potenciales no interesados en utilizar el servicio del Instituto Ideas.	% de personas interesadas en crear una empresa pero no en utilizar el servicio sobre el total de personas que no han utilizado el servicio.	¿Estás interesado en crear una empresa? ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?
Usuarios potenciales interesados en utilizar el servicio del Instituto Ideas.	% de personas interesadas en crear una empresa y en acudir al servicio sobre el total de personas que no han utilizado el servicio.	¿Estás interesado en crear una empresa? ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?
Motivaciones por no utilizar el servicio: desconocimiento.	% de personas que no conocen el servicio, están interesadas en crear una empresa y utilizarían el servicio sobre el total de personas que no han utilizado y no utilizarían el servicio.	¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? ¿Estás interesado en crear una empresa? ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?
Motivaciones por no utilizar el servicio: falta de interés en crear una empresa.	% de personas que no han utilizado el servicio y no están interesadas en crear una empresa sobre el total de personas que no han utilizado y no utilizarían el servicio.	¿Estás interesado en crear una empresa?

Motivaciones por no utilizar el servicio: otras motivaciones.	% personas que están interesadas en crear una empresa y no utilizarían el servicio sobre el total de personas que no han utilizado y no utilizarían el servicio.	¿Estás interesado en crear una empresa? ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? Explica tus motivaciones
Grado de satisfacción del servicio	Media del grado satisfacción expresado por las personas que han usado el servicio y su distribución.	¿Te consideras satisfecho del servicio? (Insatisfecho, poco satisfecho, regular, satisfecho, muy satisfecho).
Canales publicitarios	% en que aparece cada canal de difusión sobre el total de las respuestas obtenidas.	¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? ¿Cómo lo conociste?
Visibilidad Instituto	% respuestas negativas sobre el total de las respuestas.	¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?

Se han realizado cuatro pretest distintos según la pertenencia a uno de los cuatro grandes grupos de usuarios reales o potenciales: estudiantes, titulados, PDI y PAS (anexos 1, 2, 3 y 4). Se ha considerado que, tanto en la definición del perfil como en la parte relativa al Instituto Ideas, se podían introducir preguntas específicas para cada tipo.

De la primera parte del pretest cabe destacar cuanto sigue.

La definición del área de conocimiento relativa a cada encuestado se ha determinado tras analizar la presentación de una encuesta realizada por la biblioteca de la UPV dirigida a PDI¹⁶. En la misma se había elegido proponer las áreas de conocimiento definidas por la biblioteca en los grupos de consulta rápida del PoliBuscador cuales: Agricultura, Forestales y Tecnología de los Alimentos; Arte y Arquitectura; Ciencias Ambientales; Documentación; Economía y Empresa; Física y Química; Informática, Electrónica y Telecomunicaciones; Ingeniería y Topografía; Matemáticas. A los encuestados se permitía además de escoger una sola opción. En los comentarios que los individuos de la población dejaron al final del cuestionario se encontró más de una queja con respecto a la falta de algunas áreas, a la indecisión a la hora de elegir en que área incluirse y a la falta de representatividad debida a tener que elegir una sola opción. Pensando en mejorar esta propuesta se ha escogido una clasificación universalmente aceptada, como la de la UNESCO, y se ha concedido la posibilidad de elegir más de una opción. Se ha considerado además facilitar la elección a estudiantes y titulados de Grado, 1er ciclo y 2º ciclo permitiéndoles indicar simplemente la escuela o la facultad en la cual están cursando o han cursado sus estudios, asociándola el encuestador con posterioridad a un área de conocimiento.

¹⁶ Universidad Politécnica de Valencia. Àrea de Biblioteca i Documentació científica. *Encuesta uso de Polibuscador en la docencia*. Disponible en: www.upv.es/entidades/ABDC/infoweb/bg/info/encuesta_PB.pdf

Se ha considerado importante, en el caso del PDI, definir el tipo de perfil al cual pertenece. Se han incluido en las posibles elecciones aquellas tipologías listadas en la definición de PDI proporcionada en el “Proyecto de reforma de los estatutos de la Universidad Politécnica de Valencia” cuales: funcionario de los cuerpos docentes universitarios, personal contratado docente, investigador (técnico u otro personal) y personal de investigación en formación.

En la definición del perfil del PAS no se ha incluido ninguna pregunta relativa al área de conocimiento o al sitio físico en el cual trabaja, considerando que esta información no aportaría contenido relevante, debido a la naturaleza de su ocupación que se presenta como apoyo al desarrollo de las actividades de la universidad sin especificarse en un sector concreto.

En la parte relativa a la relación con el Instituto Ideas cabe destacar cuanto sigue.

Se introdujo una pregunta más para los alumnos, en la cual se pretende averiguar si están familiarizados con el término “emprender” y consecuentemente con el tema principal tratado en el pretest. Para PDI se introdujo una pregunta específica relativa a su posible interés en crear una spin-off o empresa surgida en la investigación. Además de las preguntas fundamentales estrictamente relacionadas con el análisis de las variables de interés, se han incluido en el pretest preguntas útiles a la hora de averiguar cuáles son los canales publicitarios que más difusión tienen y la opinión de los encuestados con respecto a la visibilidad del servicio ofrecido por el Instituto.

Según las varias posibilidades de respuesta en las preguntas principales se han ido perfilando distintos tipos de usuarios reales. Definimos así los distintos perfiles:

- Persona que conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas y lo ha utilizado.
- Persona que conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas, no lo ha utilizado y no está interesada en crear una empresa.
- Persona que conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas, no lo ha utilizado, está interesada en crear una empresa pero no utilizaría el servicio propuesto.
- Persona que conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas, no lo ha utilizado, está interesada en crear una empresa y utilizaría el servicio propuesto.
- Persona que no conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas y no está interesada en crear una empresa.
- Persona que no conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas, está interesada en crear una empresa pero no utilizaría el servicio propuesto.
- Persona que no conoce el servicio proporcionado por el Instituto Ideas, está interesada en crear una empresa y utilizaría el servicio propuesto.

En la figura 2 se puede ver resumida la estructura del pretest.

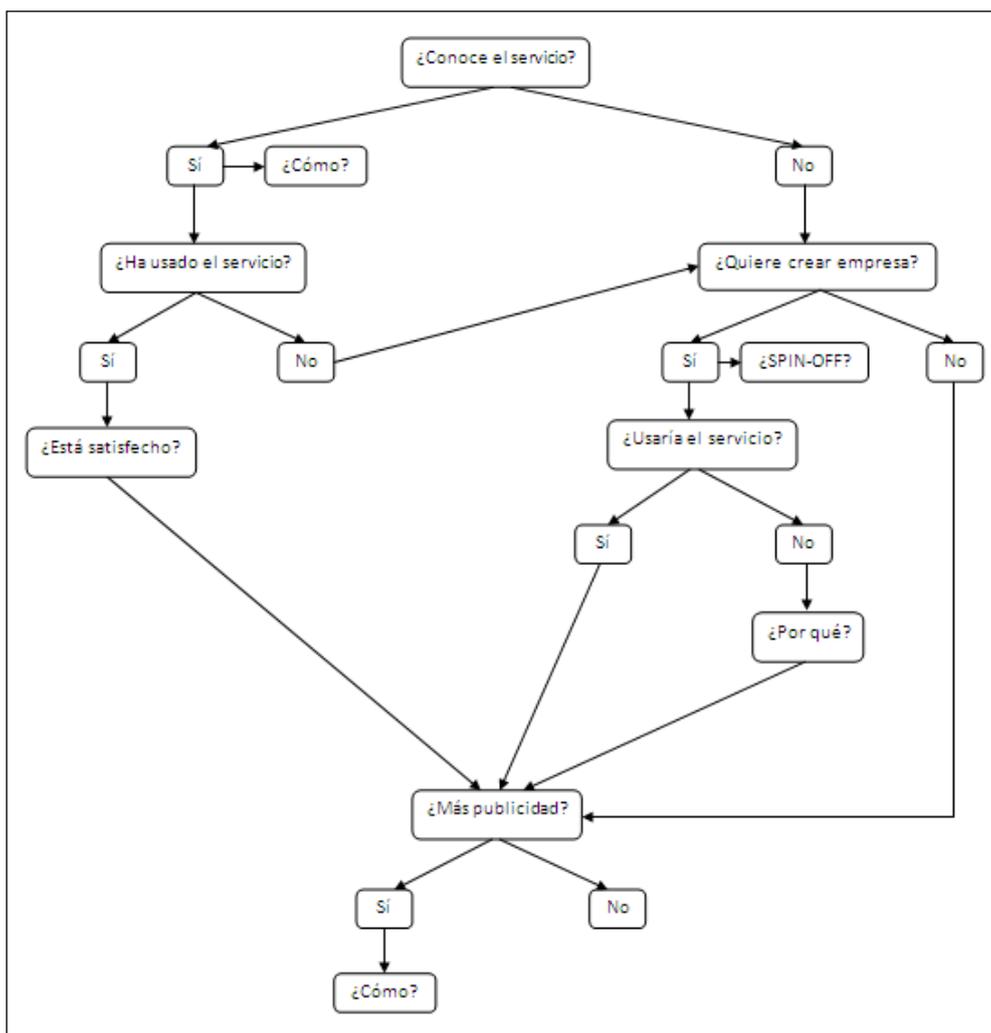


Figura 2. Estructura del pretest

La definición de estos perfiles ha sido útil para insertar en el pretest preguntas contingentes, de forma que los encuestados no tuvieran que contestar a preguntas no relevantes para su caso concreto.

Los distintos pretest tienen una prevalencia de preguntas cerradas de tipo test o de respuesta múltiple. Sólo hay una pregunta semiabierta relativa a cómo el encuestado ha conocido el servicio proporcionado por el Instituto Ideas. En las respuestas predeterminadas se han incluido todas las posibilidades que el Instituto mismo prevé en el formulario que rellenan sus usuarios en su primera visita. Se ha considerado importante dejar a los usuarios la posibilidad de redactar una respuesta alternativa para identificar otros posibles canales de difusión no previstos por el Instituto pero igualmente eficaces.

Se han incluido preguntas abiertas en los siguientes casos:

- Para indagar las motivaciones de personas interesadas en crear una empresa pero no interesadas en utilizar el servicio. Se trata de una situación poco probable pero en los casos en los cuales se verifique puede ser muy interesante para el Instituto indagar las causas, puesto que las personas que responden a este perfil se presentan como usuarios potenciales que de alguna forma se pueden acercar al Instituto.
- Para averiguar los medios de publicidad propuestos por los mismos encuestados para dar más visibilidad al servicio.
- Comentarios y sugerencias. Se ha creado esta pregunta abierta para que los encuestados dejen consideraciones tanto acerca del pretest mismo (preguntas que no han entendido, respuestas en las cuales no se sienten identificados) así como acerca del contenido (añadir consideraciones relativas a su perfil o a su relación con el Instituto Ideas que no han encontrado posibilidad de manifestarse en las preguntas del pretest).

La redacción de las preguntas se ha realizado teniendo en cuenta la opinión del personal del Instituto Ideas, para tener la seguridad de reflejar lo máximo posible la situación real.

La realización del pretest ha permitido individuar elementos a mejorar en previsión de la realización de la encuesta a gran escala. Los comentarios relativos a estas mejoras y a los cambios aportados al pretest tras analizar los datos de los usuarios Ideas de los últimos once años (2001-2011), se encuentran detallados en el capítulo 5.

4. RESULTADOS

4.1 Perfil emprendedor

4.1.1 Edad

Como ya se ha anticipado en metodología, el registro de la edad no se ha realizado con exhaustividad a lo largo del tiempo. De los 1.637 emprendedores registrados en la base de datos de 2001 a 2011, 437 no han completado la parte relativa a esta variable (tabla 6 del anexo 5). Esto ha hecho más dificultoso seguir una evolución a lo largo de los años, pero se ha podido igualmente definir cuáles son las franjas de edades más interesadas en el servicio de asesoramiento.

Como se deduce de la figura 3, el 91,1% de los usuarios tiene entre 21 y 40 años. La edad media del emprendedor Ideas es de 30 años. Este dato no coincide con cuanto afirmado en el Informe GEM España 2011, en el cual se indica como edad media del emprendedor español los 38 años (Global Entrepreneurship Research Association, 2011). Esta discrepancia se puede justificar considerando que la población universitaria de por sí tiene una edad media más baja con respecto a la población española en general. En el año académico 2009/2010 los alumnos, tanto de grado, primer y segundo ciclo como de postgrado, constituían el 86,9% de los miembros de la UPV y este dato es determinante para comprender el bajo porcentaje de usuarios Ideas con más de cuarenta años¹⁷.

El bajo porcentaje de usuarios menores de 21 años se puede relacionar con el perfil de los alumnos que tienen esta edad. Como se detallará más adelante, analizando la variable “alumnos y titulados UPV”, los estudiantes de los primeros años presentan menor interés en el servicio de asesoramiento a emprendedores ofrecido por Ideas.

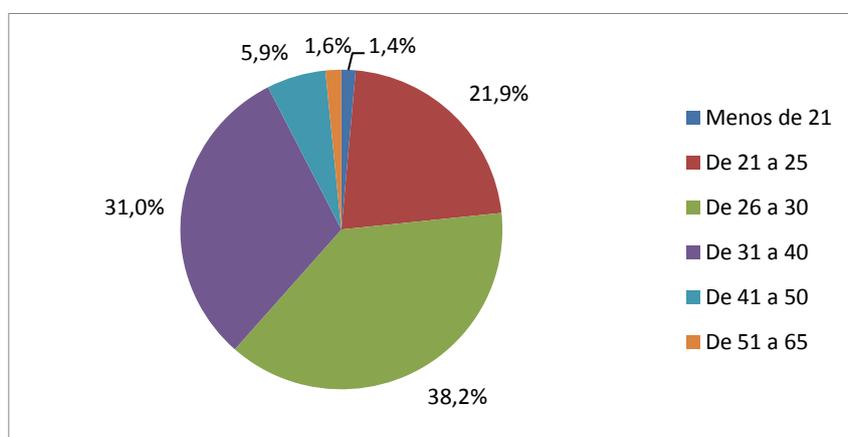


Figura 3. Diagrama de la variable Edad.

¹⁷ Información derivada de la Memoria del curso académico 2009/2010 publicada por la Secretaría General de la UPV, disponible al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

Como se puede observar en la figura 4 la presencia de usuarios menores de 21 años, siempre quedándose a un nivel muy bajo, ha ido aumentando a lo largo del tiempo. Las variaciones más evidentes que se han verificado en los años ven implicadas la franja de los 21 a los 25 que, después de descender tocando el pico más bajo en 2009, vuelve a subir sensiblemente, y la franja de los 31 a los 40 que, al contrario, asciende hasta el año 2009, para volver a disminuir estabilizándose alrededor de un 29%. Cabe destacar que el grupo más numeroso es aquel de los 26 a los 30 años. Las personas que componen esta franja de edad representan un conjunto heterogéneo formado por estudiantes de postgrado, personal UPV en sus primeros años de trabajo y antiguos alumnos que han acabado desde hace poco su carrera y que, como se verá más adelante, constituyen la mayor parte de los usuarios del centro.

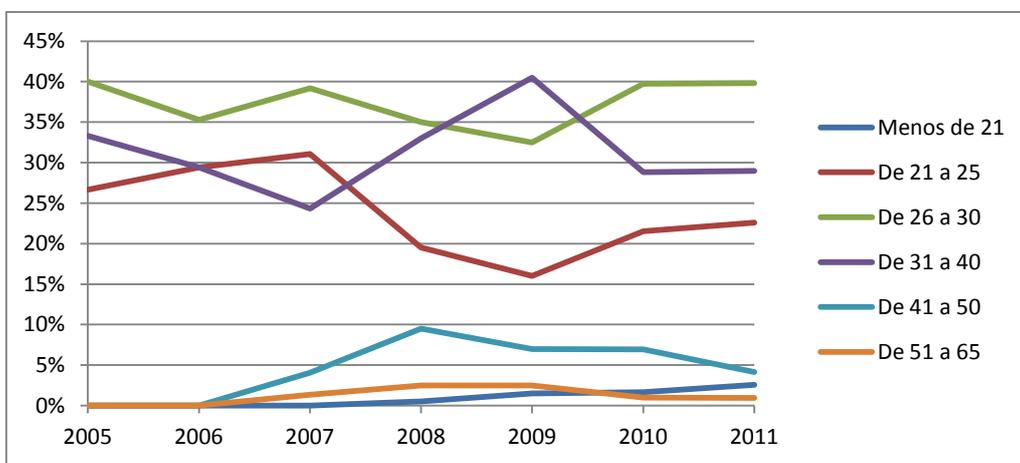


Figura 4. Diagrama de la variable Edad

En la figura 5 se puede observar cómo la población estudiada tiene una distribución asimétrica positiva, condensando el 50% de sus individuos entre los 26 y los 34 años. Estos datos, como ya subrayado al principio, se relacionan con las características de los destinatarios del servicio de Ideas, representados en la mayor parte por estudiantes.

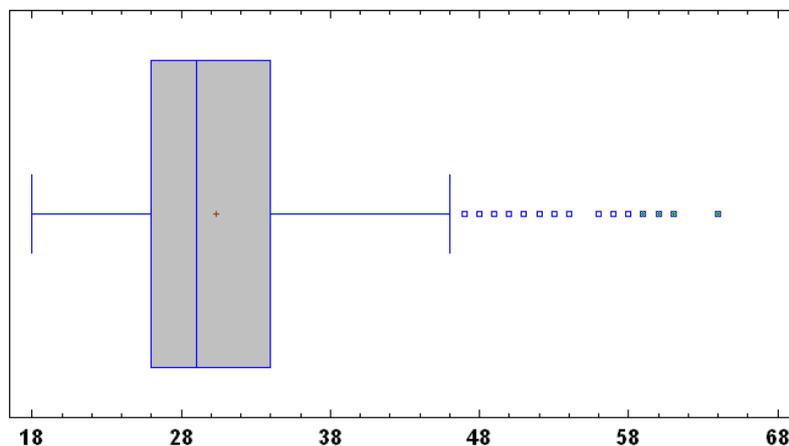


Figura 5. Boxplot de la variable Edad.

Analizando la edad del personal UPV usuario de Ideas se puede ver, como ilustra la figura 6, que el 81,7% tiene entre 31 y 50 años, subiendo así de diez años la edad media del emprendedor Ideas que pasa de 30 años para el total de los usuarios a 40 para el personal.

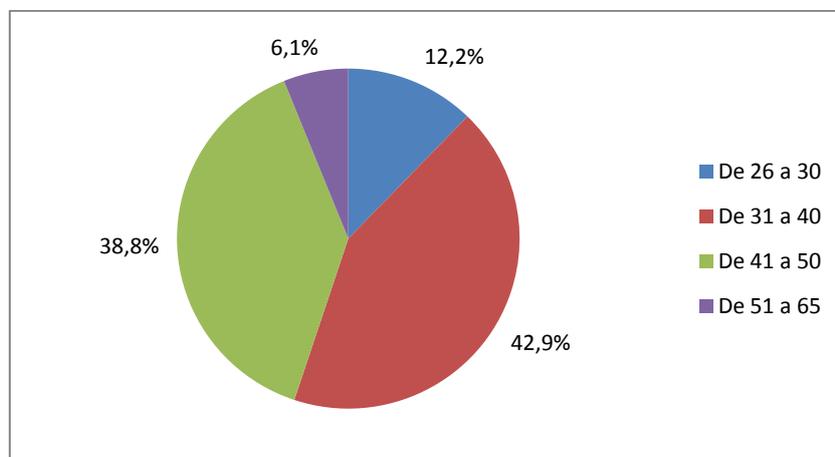


Figura 6. Diagrama de la edad del personal UPV

Este dato se acerca a la edad media del emprendedor español según el informe GEM que, como se ha remarcado anteriormente, es de 38 años, confirmando así cuanto se ha dicho analizando la edad media del total de usuarios con respecto al sesgo debido al alto porcentaje de estudiantes.

La participación del personal entre 26 y 30 años es relativamente baja. Se puede asociar esta franja al grupo de profesores colaboradores que, como se analizará más adelante, constituye un conjunto de personas que tienen interés en consolidar su posición dentro de la universidad más que en crear una actividad propia.

La gran diferencia entre el porcentaje de esta franja en el caso del personal con respecto al porcentaje de la misma para el total de los usuarios hace pensar que la mayor parte de los individuos de este grupo sean alumnos de postgrado y antiguos alumnos.

La franja que menos participación tiene es la de los 51 a los 65 que se coloca a un 6,1%.

Como se puede observar en la figura 7, el 50% de los usuarios Ideas del personal UPV tienen entre 34 y 43 años, siendo los 43 años la edad que más veces se repite.

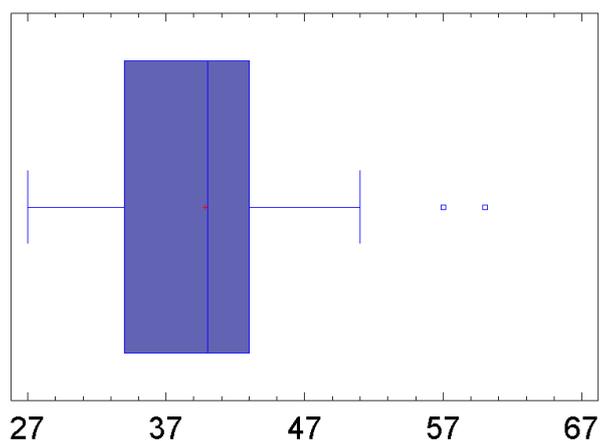


Figura 7. Boxplot de la edad del personal

Con respecto a la edad de la población total de los usuarios del Instituto, la edad del personal presenta una distribución normal y solo hay dos datos considerados como atípicos: un usuario de 57 y uno de 60 años. Esto se debe a una mayor homogeneidad entre los representantes de este grupo.

4.1.2 Género

Con respecto al caso anterior los datos relativos al sexo han sido exhaustivamente recogidos. Esto ha permitido por una parte analizar el porcentaje general de usuarios hombres y usuarios mujeres (tabla 5) y por otra analizar su evolución a lo largo del tiempo (figura 8).

Analizando los porcentajes queda evidente que tres cuartos de los usuarios Ideas son hombres. La participación femenina en el desarrollo de actividades empresariales presenta un porcentaje más bajo con respecto a la situación española general que sitúa dicha aportación, en el año 2011, al 38,7% (Global Entrepreneurship Research Association, 2011). A este propósito cabe destacar que la UPV cuenta con una presencia más masculina que femenina. En el año académico 2009/2010 el porcentaje de alumnos mujeres fue del 36,6% frente al 63,4% de alumnos hombres¹⁸.

Tabla 5. Tabla de frecuencias de la variable Género.

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	1.222	74,6
Mujer	415	25,4
Total	1637	100,0

¹⁸ Información derivada de la Memoria del curso académico 2009/2010 publicada por la Secretaría General de la UPV, disponible al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

En la figura 8 se puede observar como la tendencia precedentemente descrita se ha mantenido constante a lo largo de los años, con pequeñas variaciones.

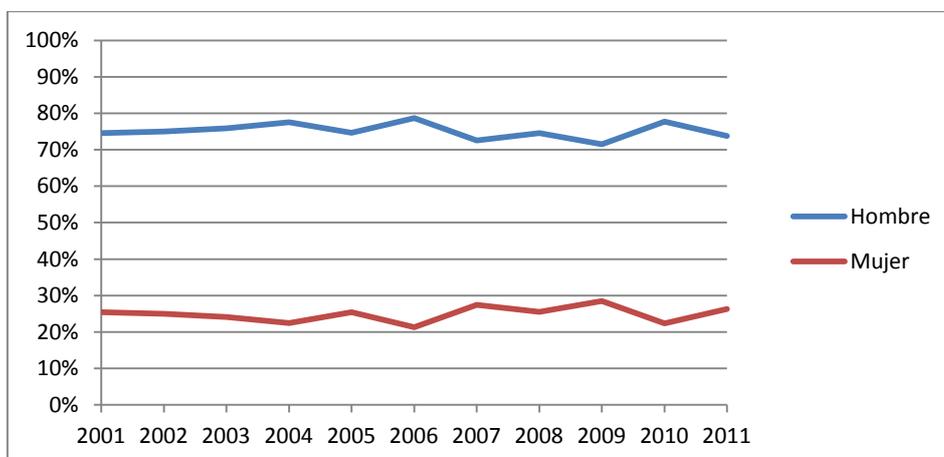


Figura 8. Diagrama de la variable Género

4.1.3 Perfil UPV

La mayoría de los usuarios del Instituto Ideas, concretamente el 78,2%, son alumnos y antiguos alumnos de la UPV. El personal UPV representa un 6,4% del total de los usuarios Ideas mientras que el restante 15,4% son personas que no tienen relación con la UPV pero que, o bien por presentar un proyecto empresarial muy innovador o por pertenecer a un equipo emprendedor con una persona de la UPV, pueden acceder al servicio (figura 9 y tabla 7 del anexo 5).

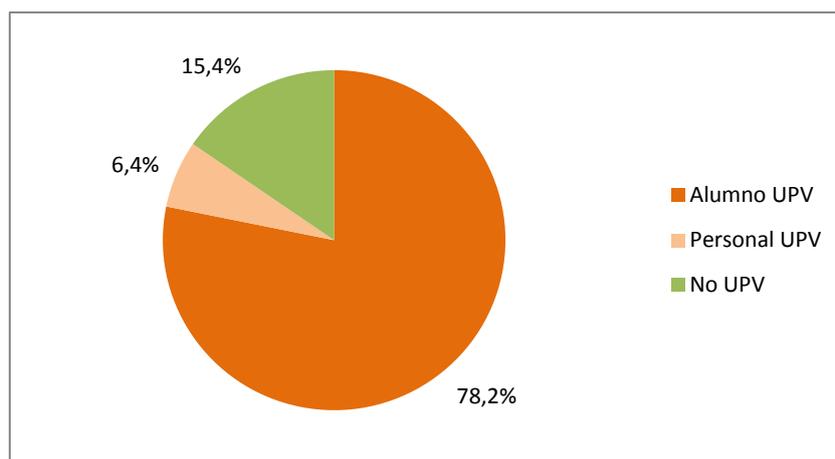


Figura 9. Diagrama de la variable Perfil UPV

Analizando solo los usuarios UPV el personal representa un 7,6% mientras los alumnos un 92,4%. Considerando la distribución de la población dentro la Universidad Politécnica en el año 2009/2010 el personal, PDI y PAS, representaba un 13,1% frente al 86,9% de los alumnos.

Teniendo en cuenta que en estos datos no se incluyen los antiguos alumnos se puede afirmar que la participación del personal es, en proporción, más alta.

El porcentaje de alumnos, sin considerar titulados y doctores, que acudieron a Ideas en el año 2010 con respecto al total de alumnos matriculados en el año académico 2009/2010, fue del 0,28%, mientras que el porcentaje de usuarios Ideas del personal UPV en el mismo año, con respecto al total del personal en el año académico 2009/2010 fue del 0,33%. Este dato demuestra una participación proporcionalmente ligeramente más alta entre el personal que entre los alumnos¹⁹.

Por cuanto tiene a que ver con usuarios que no pertenecen a la UPV cabe destacar que el 69,7% está cursando o ha acabado una carrera universitaria.

4.1.4 Alumnos y titulados UPV

Como se ha indicado antes, de entre los 1.637 emprendedores registrados en la base de datos *Sugar* en los años estudiados el 78,2% son alumnos y titulados (tabla 8 del anexo 5).

Como se puede observar en la figura 10 la relación entre el tipo de alumno y la decisión de acudir al Instituto Ideas tiene una estrecha relación. Los alumnos de los dos primeros años de curso son los que menos acuden al centro. Este dato se puede justificar considerando que se trata de personas que acaban de entrar en el mundo universitario y esto implica que, tendencialmente, centren sus atenciones más en sus estudios que en iniciativas enfocadas en crear las bases de su futuro laboral. Además faltan todavía de los conocimientos técnicos impartidos en las carreras y que pueden facilitar el de ideas de negocio. El poco tiempo transcurrido en la universidad hace además más probable que desconozcan el servicio ofrecido.

Significativo es el aumento, con respecto a los alumnos anteriormente analizados, de usuarios del tercer año y el descenso de usuarios de cuarto. Este dato se puede explicar considerando que para algunos alumnos el tercer año constituye el último año de carrera. Es razonable pensar que los estudiantes que se encuentran en esta situación tienen más interés en evaluar las posibilidades del autoempleo, mientras que los alumnos del cuarto año están vinculados todavía a su carrera universitaria.

¹⁹ Información derivada de la Memoria del curso académico 2009/2010 publicada por la Secretaría General de la UPV, disponible al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

Aumenta sensiblemente el porcentaje de alumnos de quinto que acuden a Ideas pero el momento en el cual los estudiantes muestran más interés en el Instituto es durante la realización de su PFC. Se trata de alumnos que ya tienen formación suficiente como para llegar a crear algo propio con los conocimientos que han aprendido y que además ya tienen pocas obligaciones en el contexto universitario y están más propensos a pensar en su futuro laboral.

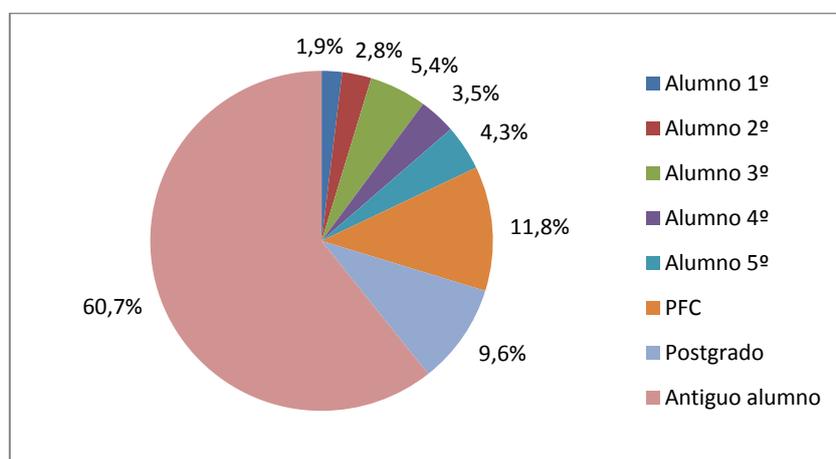


Figura 10. Diagrama de la variable Alumnos y titulados UPV

Analizando solo los datos relativos a alumnos de grado, primer ciclo y segundo ciclo y los alumnos de postgrado vemos que los primeros constituyen el 75,7% de los usuarios mientras que los segundos el 24,3%. Considerando los datos poblacionales de la UPV del año 2009/2010 vemos como los alumnos constituyen un 87,4% mientras que los alumnos de postgrado un 12,6%. Este dato indica que la participación de los alumnos de postgrado en Ideas es realmente alta²⁰.

La mayoría de los usuarios Ideas está constituida por antiguos alumnos, sean estos diplomados, titulados o doctores. Este dato se justifica en parte por el gran número de individuos que componen este sector de la población con respecto a los demás sectores y por otra parte por cuanto se ha afirmado anteriormente: el servicio del Instituto Ideas tiene más interés para personas que, habiendo acabado o casi acabado, su formación y sus obligaciones en la universidad, pueden pensar más libremente en asegurar su futuro laboral.

Procedencia alumnos y titulados UPV

Como se puede ver en la figura 11 y en la tabla 9 del anexo 5, las titulaciones desde las cuales procede la mayoría de los usuarios Ideas son las ingenierías industriales y las ingenierías informáticas. De poco se distancian las dos titulaciones de arquitectura.

²⁰ Información derivada de la Memoria del curso académico 2009/2010 publicada por la Secretaría General de la UPV, disponible al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

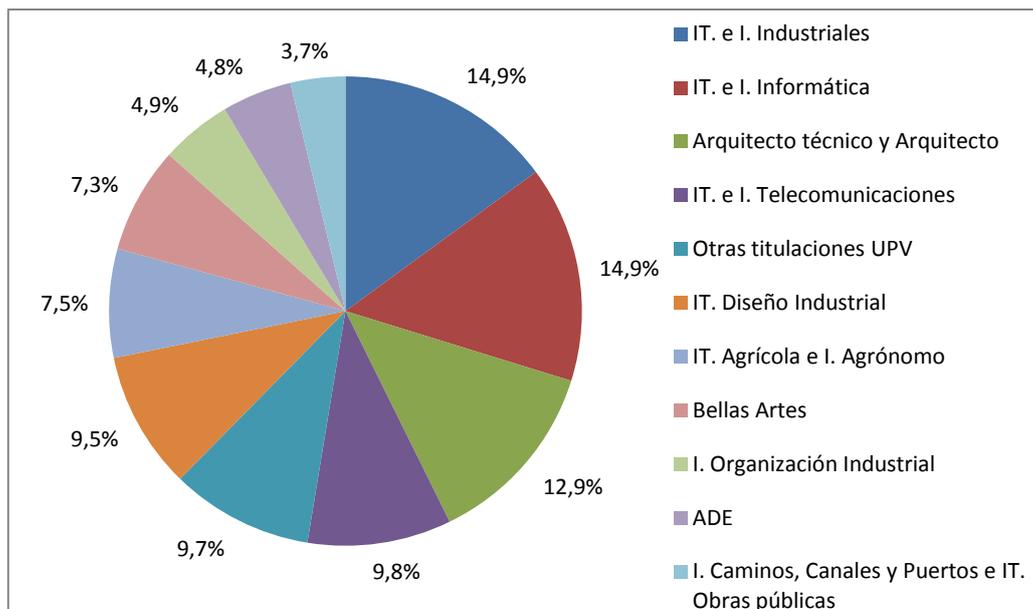


Figura 11. Diagrama de la variable Procedencia alumnos y titulados UPV

Comparando estos datos con el porcentaje de matriculados en las carreras de procedencia de los usuarios Ideas cabe destacar que mientras las arquitecturas y las ingenierías industriales son las que presentan un mayor número de alumnos, justificando así su importante aportación a Ideas, las ingenierías informáticas proporcionalmente forman más usuarios Ideas con respecto al número total de sus matriculados puesto que estos representan solo el 9,5% del total de alumnos UPV frente al 18,3% de industriales y al 19,1% de arquitectura.

Analizando el porcentaje de usuarios Ideas de cada grupo en el año 2010 con respecto al número de matriculados de los mismos grupos en el año académico 2009/2010 se puede observar cuanto se afirma a continuación. La aportación de las titulaciones sigue el siguiente orden: I. Organización Industrial (1,62%), IT. Diseño Industrial (1,51%), IT e I Informática (1,17%), IT e I Telecomunicaciones (1,15%), IT Agrícola e I Agrónomo (1,14%), IT e I Industriales (0,76%), Bellas Artes (0,75%), Otras titulaciones UPV (0,55%), ADE (0,54%), Arquitecto Técnico y Arquitecto (0,47%), I. Caminos Canales y Puertos y IT. Obras Públicas (0,43%)²¹. Como se puede notar, no obstante en términos absolutos los estudiantes de las ingenierías industriales y los arquitectos sean los que más representación tienen entre los usuarios Ideas, en términos relativos estos representan solo una pequeña parte de los estudiantes totales de sus respectivas titulaciones.

²¹ Información derivada de la Memoria del curso académico 2009/2010 publicada por la Secretaría General de la UPV, disponible al siguiente enlace: <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

4.1.5 Personal UPV

Casi la mitad de los usuarios Ideas que componen el personal UPV son funcionarios de carrera, mientras que el PAS representa un cuarto de ellos, considerando que bajo este nombre se han registrado a lo largo de los años tanto individuos del personal administrativos como investigadores no considerados como PDI. Profesores asociados y colaboradores utilizan en igual medida el servicio de asesoramiento para crear una empresa, mientras que los becarios acuden en mínima parte al centro (figura 12 y tabla 10 del anexo 5).

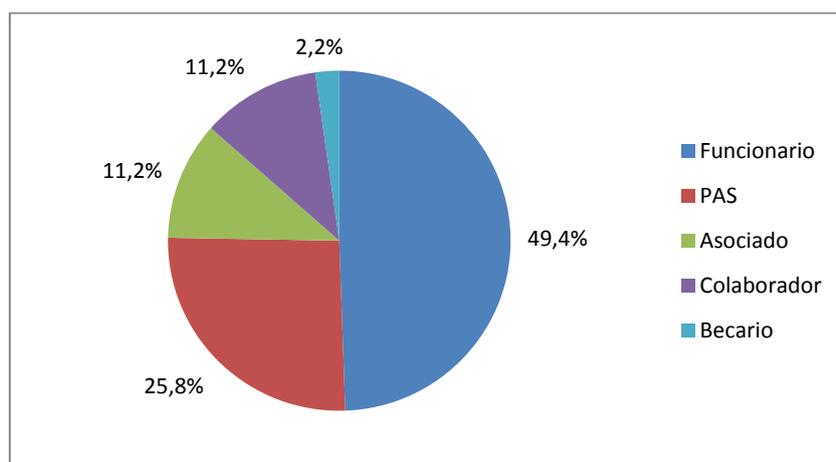


Figura 12. Diagrama de la variable Personal UPV

Analizando la distribución del personal UPV se ha podido evidenciar que en el año académico 2009/2010 el porcentaje de funcionarios de carrera sobre el total fue del 27,7%. Este dato es importante para poder afirmar que la aportación del personal funcionario docente es muy alta. Este dato se puede justificar considerando, como se ha ilustrado en el primer capítulo, la rigurosa división de sus tareas en docencia e investigación, la importancia atribuida a esta última y las facilidades previstas en los casos de que elija ausentarse de su actividad universitaria para participar activamente en la creación de una empresa.

El bajo porcentaje de profesores colaboradores puede parecer raro puesto que, como PDI, es un perfil orientado a la investigación y que debería tener los conocimientos necesarios para crear, a partir de su actividad, EBT o spin-off. Hay todavía que considerar que se trata de personas que centran sus esfuerzos en mejorar su currículum y conseguir los méritos necesarios para progresar en su carrera universitaria, enfocando su trabajo de investigación sobre todo a la publicación de artículos.

Sector de procedencia del personal UPV

Analizando la procedencia del personal UPV se puede observar como los sectores mayoritarios son, como en el caso de la procedencia de los alumnos, los servicios de ingeniería y arquitectura y las tecnologías de la información y de la comunicación.

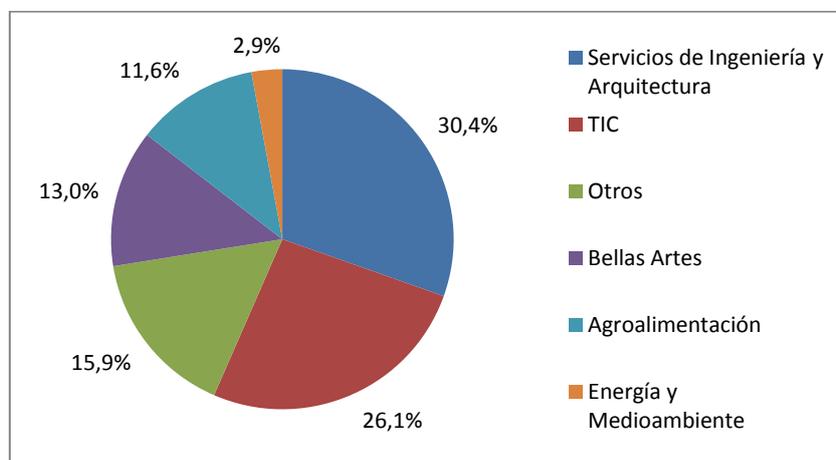


Figura 13. Diagrama de la variable Procedencia personal UPV

Bellas Artes y el sector agroalimentario tienen bastante importancia, aunque se distancian significativamente de las primeras dos categorías. Un bajo número de usuarios procede del sector de energía y medioambiente (figura 13 y tabla 11 del anexo 5).

Se puede observar en la figura 14 la comparación por sectores entre el porcentaje del personal UPV usuario de Ideas en el año 2010 y el porcentaje del personal UPV en el año académico 2009/2010.

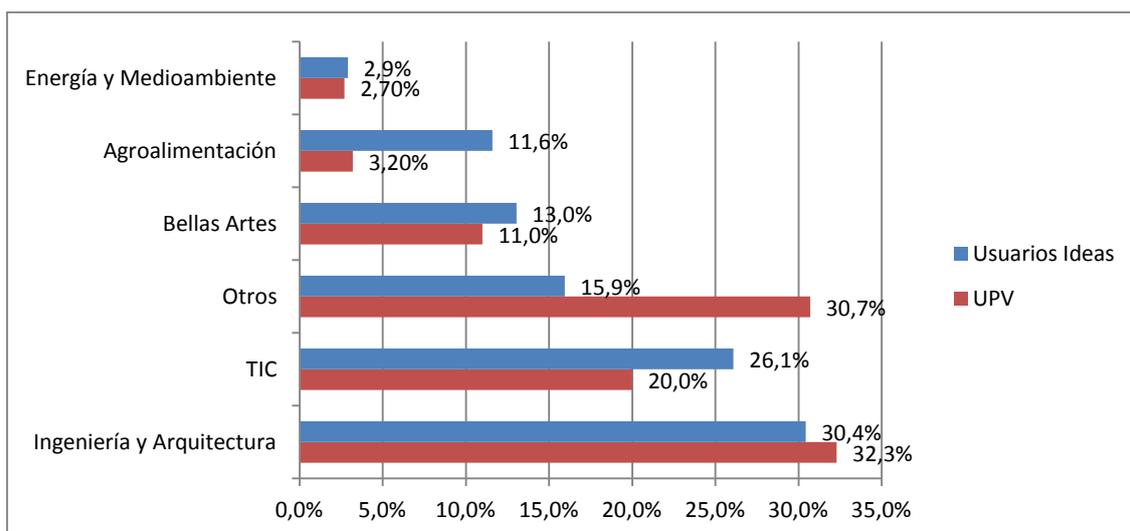


Figura 14. Diagrama de comparación entre sectores de procedencia del personal UPV y sectores de procedencia del personal UPV usuario de Ideas

Las mayores diferencias se encuentran en el sector TIC, en el cual el porcentaje de usuarios Ideas supera sensiblemente el porcentaje del personal total, en el sector Otros, mucho más numeroso en la UPV que en Ideas y en el sector de Agroalimentación, que presenta un porcentaje de usuarios Ideas bastante más alto que el porcentaje total del personal. Cabe destacar que en los casos de Energía y Medio Ambiente y Bellas Artes los porcentajes de usuarios Ideas con respecto al total del personal son ligeramente más altos, mientras que el sector de Ingeniería y Arquitectura manifiesta la tendencia opuesta.

En el caso del personal se verifica el mismo fenómeno ya comentado para los alumnos; no obstante la mayor parte de los usuarios de Ideas procede del sector de ingeniería y arquitectura, considerando el total de la población la aportación de estos sectores parece ser menos significativa.

4.1.6 Situación laboral

La mayor parte de los usuarios Ideas, el 54%, están desempleados. En segundo lugar se encuentran personas que trabajan por cuenta ajena y que tienen el deseo de experimentar el autoempleo, y por último aquellos que ya tienen una empresa o un negocio propio y que acuden en menor porcentaje a Ideas para crear otra actividad (figura 15 y tabla 12 del anexo5). Estos datos no encuentran una correspondencia en el Informe GEM puesto que en el mismo se indica que, de las personas interesadas en crear una empresa, el 60% trabaja a tiempo parcial o completo y solo el 28% está en el paro (Global Entrepreneurship Research Association, 2011).

La discrepancia entre los datos se puede justificar considerando el público específico del Instituto Ideas. Como hemos visto anteriormente una buena parte de sus usuarios, concretamente el 36,3%, considerando solo usuarios UPV, son estudiantes. Esto aumenta notablemente las posibilidades de que no trabajen todavía y se dediquen cien por cien a sus estudios.

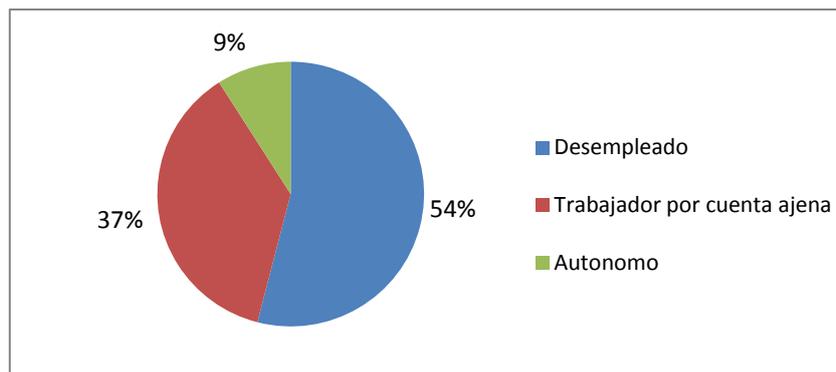


Figura 15. Diagrama de la variable Situación laboral.

El bajo porcentaje de trabajadores autónomos que acuden a Ideas para crear otra empresa parece lógico considerando que se trata de personas que ya tienen una actividad propia y que, frente a un desempleado, no se acercan por lo tanto al mundo empresarial ni por necesidad ni por experimentar las posibilidades del autoempleo. Seguramente el porcentaje de autónomos hubiera crecido si en lugar que tomar en consideración la creación de empresas se hubiera considerado su desarrollo.

4.2 Canales de difusión

Como se puede observar en la figura 16 y en la tabla 13 del anexo 6, el medio de difusión que más éxito ha tenido a lo largo de estos años han sido las amistades.

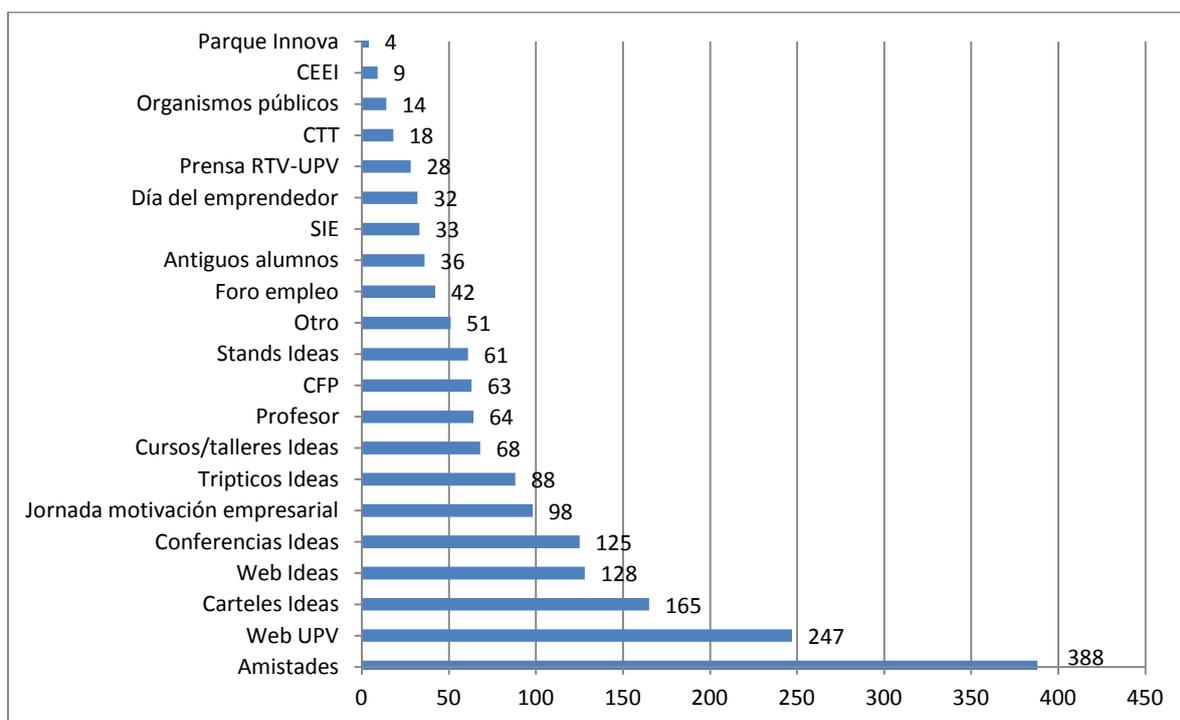


Figura 16. Diagrama de la variable Canales de difusión

En la figura 17 se encuentran los distintos canales agrupados en nueve categorías (tabla 14 del anexo 6). Se puede entender mejor la procedencia de la información relativa a Ideas que hace que sus posibles usuarios acudan al centro.

Destacan en primera posición los medios de comunicación que demuestran ser un canal muy eficiente y al cual se tiene que dar mucha importancia. Las amistades siguen siendo determinantes en el conocimiento del Instituto. Bajo este aspecto es importante considerar las posibilidades representadas por las redes sociales, que por una parte se presentan como medio de comunicación por parte de Ideas y por otra como forma de extender la publicidad realizada al grupo de conocidos de los usuarios reales.

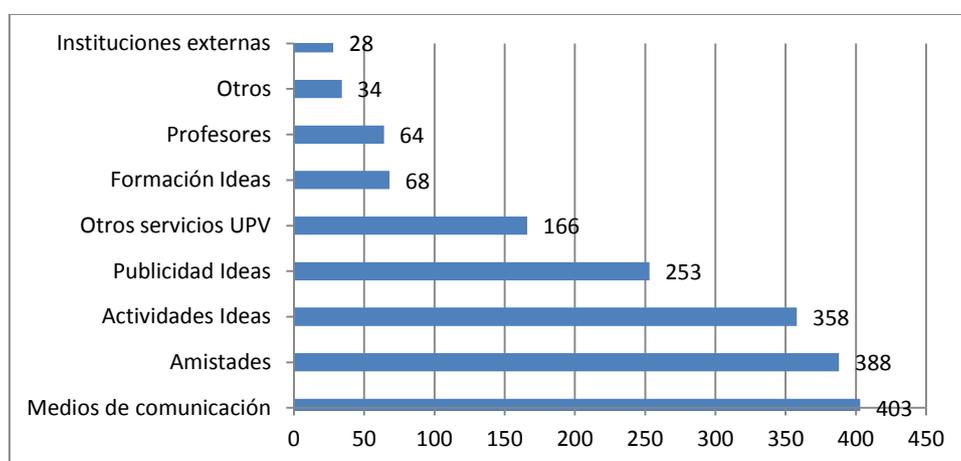


Figura 17. Diagrama resumen de la variable Canales de difusión agrupada por tipos

Las actividades y la publicidad realizadas por Ideas vienen a continuación, demostrando la importancia de mantenerse como centro activo, no solo en las tareas diarias, sino también en la organización y en la participación de eventos y en campañas de publicidad en los espacios universitarios.

166 personas declaran haber conocido a Ideas a través de otros servicios proporcionados por la UPV, sean estos otras instituciones presentes en la misma o actividades informativas. Esto demuestra la interconexión existente entre los centros de la UPV y la voluntad del personal de la universidad de dar a conocer a sus estudiantes los servicios que se les oferta.

Menor peso en la difusión tienen las actividades de formación proporcionadas por Ideas. Es normal considerar que el porcentaje de alumnos que asisten a cursos Ideas sin saber lo que el centro oferta o propone tiene que ser relativamente bajo.

Los profesores, como ya se ha comentado en la parte de metodología, han revelado ser una fuente inesperada de usuarios, no obstante su aportación se podría fomentar a través de charlas informativas dirigidas de forma específica a ellos.

Baja es la aportación de entidades externas, tanto públicas como privadas, indicando posiblemente la necesidad de reforzar la red de apoyo a emprendedores a nivel local.

4.3 Empresas constituidas

4.3.1 Sector

Destaca el porcentaje muy alto de empresas registradas en el sector “Otros”. Este dato da a entender que, para realizar una evaluación más precisa de las empresas constituidas, se tendría que volver a plantear la división de los sectores incluyendo nuevas categorías.

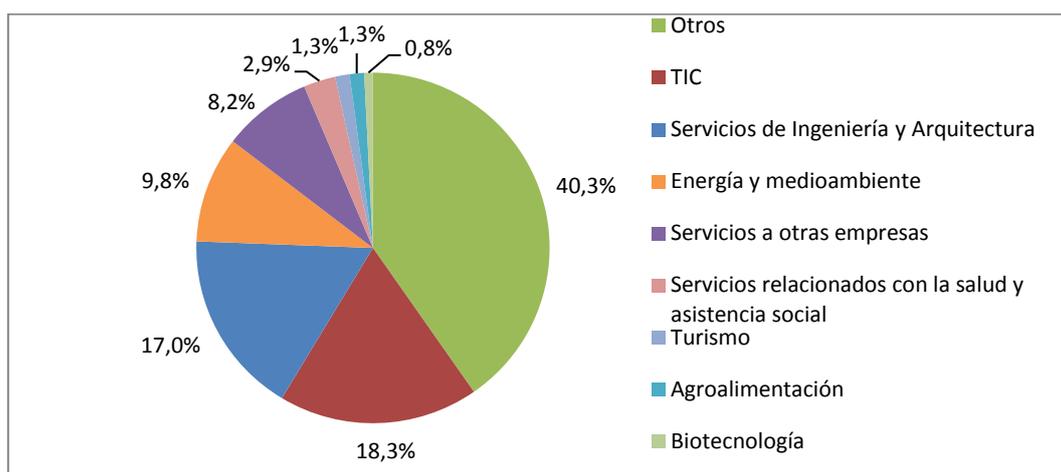


Figura 18. Diagrama de la variable Sector

Por otra parte se puede notar, en la figura 18 y en la tabla 15 del anexo 7, como el sector TIC y el sector relativo a servicios de ingeniería y arquitectura son los que más peso tienen, así como se verifica en la procedencia de los alumnos UPV, relacionados sobre todo con carreras de ingenierías industriales, informáticas y arquitectura, y del personal UPV, cuyo 55,6% procede de estos dos sectores.

Cabe destacar el bajo porcentaje de empresas del sector agroalimentario, 1,3%, con respecto al alto número de usuarios activos en este sector: el 7,5% de los alumnos y el 11,6% del personal UPV.

Se considera interesante destacar además que, no obstante en la UPV no se proporcione formación relativa al sector sanitario y de asistencia social, haya un porcentaje más alto de empresas de este último que de otros ámbitos de competencia de la UPV, como turismo, agroalimentación y biotecnología.

4.3.2 EBT

Un cuarto de las 112 empresas creadas entre los años 2008 y 2011 se considera de base tecnológica (figura 19 y la tabla 16 del anexo 7).

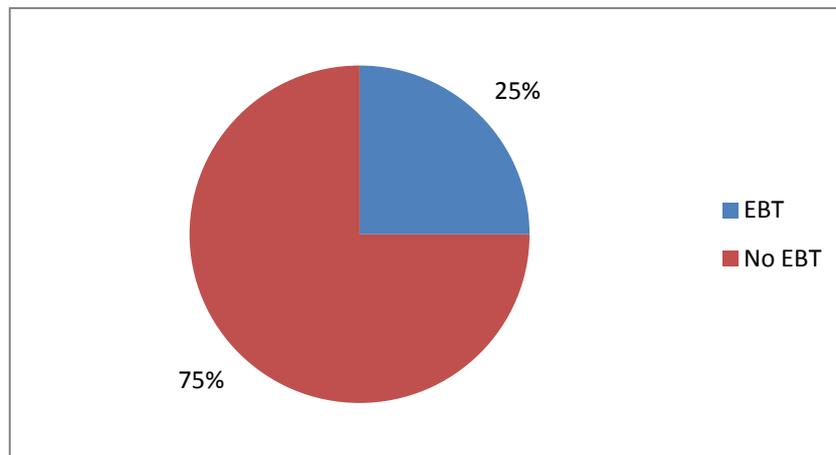


Figura 19. Diagrama de la variable EBT

Como se puede observar en la figura 20 esta tendencia ha sufrido variaciones a lo largo de los años, disminuyendo de 2008 a 2010, para volver a subir en 2010 hasta llegar a un 48% en el año 2011.

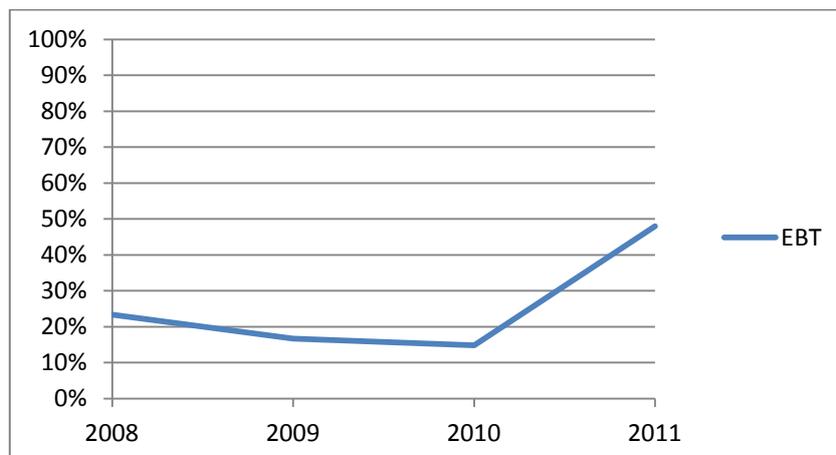


Figura 20. Diagrama de la variable EBT

Es importante tener en cuenta que para reconocer una empresa como EBT esta no tiene simplemente que tratar con tecnología, tiene que utilizar de forma intensiva tecnología para producir algún tipo de producto o servicio que presente carácter innovador. Ambos aspectos se consideran fundamentales en su conjunto. Como se puede deducir, las mejores condiciones para la creación de EBT se dan en contextos de investigación y de promoción de I+D+i. Por esto las empresas spin-off creadas en Ideas se consideran directamente como EBT.

4.4 Observaciones relativas a la base de datos Sugar

Tras analizar los datos a partir de la base de datos *Sugar* y del fichero *Access* a esta vinculado, se pueden realizar algunas observaciones y propuestas de mejora relativas a la estructura del CMR, para permitir un seguimiento más lineal y sencillo de la actividad realizada en Ideas. Cabe destacar cuanto se detalla a continuación.

Como ya se ha remarcado en la metodología se considera fundamental añadir, en el fichero de *Access* el correspondiente al campo "Otros" del *Sugar*. De esta forma se podrán realizar búsquedas más rápidas centradas en detectar posibles comentarios añadidos por el usuario, sin tener que revisar cada una de las fichas de los emprendedores manualmente.

Se tendría que revisar algunos campos que permiten elegir entre opciones que no son entre sí excluyentes. Es el caso, por ejemplo, del campo "Perfil UPV" de la tabla "Empresas", en el cual se puede escoger entre: Emprendedor UPV, Emprendedor no UPV, PDI/PAS, Spin-off. Una opción no excluye la otra y además cada una responde a cuestiones distintas como: si el equipo emprendedor tiene una relación con la UPV, a qué perfil universitario pertenecen los miembros del equipo y de qué tipo es la empresa registrada.

Como se ha destacado anteriormente, los sectores previstos para definir la actividad de las empresas creadas no son exhaustivos, puesto que no se consideran representativos en el 40% de los casos. Este dato se puede deber a dos motivaciones fundamentales o al conjunto de las dos: por un lado la carencia de atención y profundización a la hora de elegir el sector; por otro la falta de ulteriores categorías, necesarias para cubrir más ámbitos de actividad empresarial. En el primer caso se haría necesario revisar las empresas ya registradas para detectar posibles errores. En el segundo caso se necesitaría, a partir de un análisis de las empresas incluidas bajo "Otros", proponer nuevos sectores a incluir.

Se considera positivamente la posibilidad de añadir en la tabla "Emprendedores" una opción en la cual indicar si la persona tiene relación con la UPV. Este campo aparece en la tabla

“Empresas” pero se cree fundamental evaluar este aspecto en relación al emprendedor, a nivel individual, puesto que en la realización de estudios e informes puede ser de interés filtrar la información por la pertenencia o no a la UPV. Se podría por tanto añadir un campo “Perfil emprendedor” que permitiera elegir entre las siguientes opciones: emprendedor no UPV, alumno UPV, antiguo alumno UPV, personal UPV.

Actualmente un usuario PAS solo puede indicar su situación si está interesado en crear una spin-off, en otro caso debe redactar manualmente su perfil en el campo “Otros”. Se considera que este campo se tendría que reservar solo para especificar situaciones relativas a la procedencia de usuarios que no se puedan prever con antelación. Se propone por lo tanto añadir un campo “Personal UPV” en el cual se pueda elegir entre PDI y PAS. A partir de ahí el PDI podría definir ulteriormente su perfil en otro campo a él dedicado. Se propone además añadir un campo para especificar el nivel de estudios de los antiguos alumnos.

Cabe especificar que un usuario que estuviera realizando un proyecto de doctorado se incluiría en el grupo PDI como personal de investigación en formación en lugar que en el grupo alumno.

La estructura de la base de datos con respecto a los últimos cambios propuestos se quedaría así definida (figura 21):

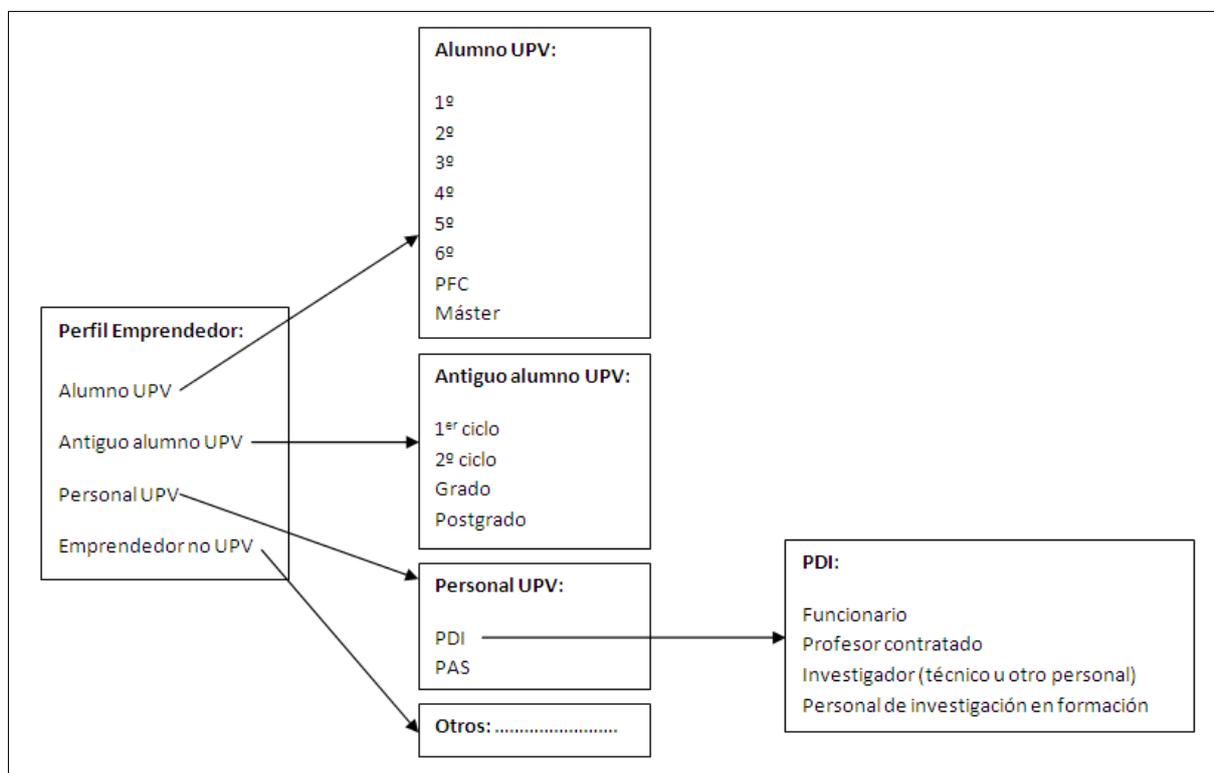


Figura 21. Propuesta modificación campos Sugar

5. PROPUESTA DE ESTUDIO EMPÍRICO: LA ENCUESTA

La realización de una encuesta a los usuarios reales y potenciales del Instituto tiene como objetivo investigar el grado de conocimiento y el grado de uso del servicio de asesoramiento a emprendedores ofrecido por Ideas. El resultado del cuestionario, junto con el resultado del análisis de los datos recogidos a lo largo de los años en el Instituto y relativos a sus usuarios reales, tiene como finalidad identificar las características de los destinatarios del servicio para poder realizar una campaña de marketing más personalizada.

5.1. Diseño del cuestionario

5.1.1 Diseño del cuestionario en función de la realización del pretest

La realización del pretest ha evidenciado distintos aspectos a mejorar en el cuestionario.

El correo electrónico enviado a los encuestados contenía un texto explicativo y la posibilidad de acceder a los distintos tipos de cuestionarios eligiendo el perfil universitario de pertenencia. Más de un encuestado, PAS o PDI, ha manifestado sus dudas a la hora de escoger la opción adecuada. Este fenómeno se puede explicar considerando que las definiciones de los dos perfiles se han ido modificando a lo largo de los años y la versión escogida en la realización del presente trabajo es relativamente reciente. Se considera necesario incluir en el correo electrónico a enviar en la encuesta definitiva, una nota aclaratoria relativa a la definición actualmente vigente de cada perfil.

En una de las respuestas a la pregunta relativa a los posibles medios de difusión del servicio un encuestado ha subrayado su imposibilidad de contestar, debido a la falta de información sobre el servicio en cuestión. Se deduce que el texto explicativo puesto al principio del cuestionario no es suficiente para que personas que hasta el momento desconocían el servicio y el Instituto Ideas entiendan de forma clara de qué se trata. Esta percepción ha sido confirmada por el comentario de uno de los encuestados en la última pregunta de *Comentarios y sugerencias*. Se considera todavía inapropiado ampliar y detallar el texto inicial, que podría hacerse demasiado largo desanimando así al encuestado a realizar el cuestionario. Se incluye por lo tanto un enlace incrustado a la página web del Instituto para dar la posibilidad a aquellas personas que no tengan familiaridad con el mismo de obtener una información más detallada y, al mismo tiempo, animar a todos los encuestados a visitar el sitio web.

A nivel personal algunos encuestados han manifestado haber echado en falta una frase aclaratoria relativa a la duración del cuestionario en la parte introductoria al mismo. Dada la flexibilidad del cuestionario, cuyo número de preguntas varía según las respuestas del encuestado, sería difícil definir un tiempo real, pero sí se incluye en la versión definitiva información relativa a su duración estimada.

Se considera necesario aportar algunos cambios en las opciones previstas por la variable "Edad". No obstante quede más elegante personalizar las franjas de edades según el perfil del encuestado es más fiable incluir todas las categorías previstas en cada uno de los cuestionarios. De esta forma se evitaría malinterpretar algunos datos que de lo contrario no estarían definidos claramente. Por ejemplo si se dejara la subdivisión utilizada en el pretest un alumno podría indicar que tiene más de treinta años, pero a la hora de analizar los datos no se sabría en que categoría incluirlo.

Se han detectados problemas relativos al uso de la clasificación UNESCO para definir las áreas de conocimiento. Los PDI no han manifestado haber tenido indecisiones en la elección de una o más categorías significativas. Sin embargo estudiantes y titulados se han visto menos familiarizados con la clasificación propuesta. Se considera la siguiente solución: escoger las áreas de conocimiento utilizadas en la UPV para definir los distintos ámbitos de un mismo departamento, permitir a los encuestados escoger más de una opción y agrupar en un segundo momento las áreas en categorías más generales para facilitar la comprensión de los datos.

Se introduce en el cuestionario una pregunta relativa a la situación laboral para PAS y PDI en la cual se les permite elegir entre trabajo a tiempo parcial y trabajo a tiempo completo. Esto permite incluir estos perfiles en el análisis y comparación de los datos obtenidos con respecto a esta variable independiente.

La pregunta relativa a la fecha de finalización de estudios para los titulados se omite del cuestionario definitivo. Se considera que con la indicación de los estudios y las edades se poseen suficientes parámetros a analizar, parámetros que, con respecto a él que se ha eliminado, permiten comparar encuestados de distintos perfiles.

Más de una persona ha manifestado su incertidumbre frente a la última pregunta abierta *Comentarios y sugerencias*. Como se ha explicado anteriormente la pregunta pretende permitir a los encuestados dejar comentarios tanto relativos a la forma del cuestionario como a su contenido. Solo una persona ha hecho uso de este recurso y, entre otros comentarios, ha evidenciado cómo esta interrogación se presenta tras una serie de preguntas sobre el Instituto

Ideas, sin ningún tipo de introducción, hecho que dificulta entender su función. En la versión definitiva del cuestionario especifica qué se espera del encuestado.

Se considera que la realización del pretest no asegura al 100% la claridad de todas las preguntas dado que, debido a la presencia de preguntas contingentes, hay preguntas que no han sido respondidas por ninguno de los encuestados. Es el caso por ejemplo de la pregunta relativa a la creación de una spin-off, dedicada a PDI. Como ningún PDI ha afirmado tener interés en crear una empresa nadie ha llegado a dicha pregunta. La única forma que tenemos para considerar que puede ser válida es la opinión de los trabajadores del Instituto Ideas, que la han considerado necesaria y bien redactada.

Con respecto a la herramienta utilizada en la realización del pretest no se ha detectado ningún inconveniente o problema.

5.1.2 Diseño del cuestionario en función de los resultados del análisis de los datos relativos a usuarios Ideas

En el trabajo de análisis de los datos almacenados en el CMR de Ideas y relativos a los usuarios reales se han obtenidos puntos de reflexión para mejorar el cuestionario.

En primer lugar por lo que tiene a que ver con la forma de definir los sectores de procedencia del personal UPV para sustituir la clasificación UNESCO, se había en un principio considerado la posibilidad de seguir el sistema utilizado en el *Sugar* permitiendo a los usuarios elegir entre institutos de investigación y departamentos. Todavía la dificultad que se ha encontrado en incluir dichos centros en categorías más generales debido a su carácter multidisciplinario ha permitido escoger una solución más adecuada, como se ha explicado anteriormente.

Tras analizar la procedencia de los alumnos usuarios de Ideas se ha encontrado la división por titulaciones utilizada en el *Sugar* detallada y completa y se ha elegido por lo tanto sustituir esta a la precedente división por escuelas utilizada en el pretest. Con respecto a este punto cabe destacar que desde el año 2011 ha habido ulteriores modificaciones relativas a las escuelas y las titulaciones universitarias en la UPV. Por lo tanto las opciones presentadas en la propuesta definitiva del cuestionario no coinciden enteramente con las del *Sugar*.

Tras tratar los datos del *Sugar* se ha considerado que analizar la opción de trabajador autónomo es interesante para indagar la condición laboral de los usuarios y por lo tanto se ha

incluido en la propuesta definitiva del cuestionario en la pregunta relativa a la situación laboral para todas las categorías previstas.

Un elemento interesante a la hora de estudiar los datos ha sido poder, en algunos casos, analizar la evolución en los años y poder comparar los resultados con los datos genéricos de la UPV. Por esto se considera fundamental poseer información de usuarios reales de Ideas en años concretos. Se ha añadido por lo tanto en el cuestionario una opción que prevé que el encuestado indique en qué año se ha dirigido al servicio de asesoramiento a emprendedores. Respetando la línea seguida en el análisis de los datos del *Sugar* se consideran sobre todo los años a partir desde 2001. Se dejará la posibilidad al encuestado de indicar si su presencia en Ideas ha sido anterior.

Otro aspecto que se considera útil tras analizar los datos del *Sugar* es obtener más información en el caso de usuarios reales de Ideas. Además de saber si han utilizado el servicio y si se consideran satisfechos, como ya se preguntó en el pretest, se cree importante saber si han llegado a constituir su propia empresa. Se pide además al encuestado de indicar el sector de la empresa creada, a elegir entre los sectores utilizados en Ideas con una distinción: en el caso de "Otros" se dejará que el encuestado indique de propia mano el sector correspondiente. Este dato podría ser importante a la hora de considerar añadir alguna nueva opción a los sectores ya utilizados en Ideas y que, como se ha visto, no cubren el 40% de las empresas creadas.

5.2 Propuesta definitiva del cuestionario

5.2.1 Pase de la encuesta

Como ya se ha anticipado en la parte metodológica, debido a la dimensión de la población estudiada se recomienda escoger una muestra para realizar la encuesta. Es necesario que el tipo de muestreo sea estratificado considerando las características de la población y su heterogeneidad.

Los cuatro grupos principales de usuarios potenciales son: antiguos alumnos, alumnos, PDI y PAS.

Por cuanto tiene que ver con los últimos tres grupos, analizando los datos de la memoria UPV del año académico 2009/2010 se puede indicativamente definir la siguiente distribución: los alumnos representan un 86,9%, el PDI un 6,8% y el PAS un 6,3% del total. El muestreo debe por lo tanto tener en cuenta estos porcentajes. Cabe destacar que por cuanto tiene que ver con los antiguos alumnos el acceso a los mismos está limitado y solo se puede conseguir a través de la

asociación de Antiguos Alumnos. Se tiene por lo tanto que contar con el apoyo de dicha asociación para escoger una muestra adecuada de usuarios entre sus afiliados y para pasar la encuesta.

Entrando en detalle en cada uno de los grupos se pueden considerar los siguientes aspectos: para los alumnos si es su primer año o si ya tienen por lo menos un curso completado y el centro en el cual están matriculados; para el PDI su categoría y para el PAS el grupo y el tipo de unidad a la cual pertenecen²². Por cuanto tiene que ver con el grupo de antiguos alumnos se escogerían los datos de aquellos que hayan acabado su carrera a partir del año anterior al primer año analizado o sea 2000.

Escogido el número de individuos necesarios para constituir la muestra estratificada se tiene que establecer las fechas de realización de la encuesta. Para esto es indispensable dirigirse al SEPC (Servicio de Evaluación, Planificación y Calidad), entidad de la UPV que se encarga de las encuestas no institucionales para evitar solapes y duplicidades. Con el apoyo del SEPC se intentaría buscar una época del año en la cual los alumnos no estén de vacaciones u ocupados en la realización de exámenes.

Elegidas las fechas del pase de la encuesta, se tienen que pasar todos los datos necesarios al ASIC (Área de Sistemas de Información y Comunicaciones) que se encarga de elaborar el cuestionario mediante el programa de software libre *LimeSurvey* (<http://www.limesurvey.org/es>) y de enviarlo a la muestra establecida.

Se da un plazo de veinte días a los encuestados para contestar, enviando un recordatorio al pasar diez días. El correo electrónico en concreto contiene una carta explicativa que contextualiza la encuesta y hace las aclaraciones necesarias para escoger el cuestionario adecuado según el perfil UPV y los enlaces a la web donde se encuentran los distintos cuestionarios.

5.2.2 Contenido del cuestionario

A continuación se presentan los cuestionarios definitivos propuestos.

²² En la realización de la propuesta de muestreo se ha tenido en cuenta la metodología utilizada por el SEPC para las encuestas de satisfacción anuales enmarcadas en el programa PEGASUS. Se puede acceder al texto explicativo al siguiente enlace: <http://www.upv.es/noticias-upv/documentos/4704a.pdf>

5.2.2.1 Cuestionario para alumno UPV²³

Hoy en día es cada vez más importante poder considerar las posibilidades del autoempleo. El [Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas](#) ofrece un servicio gratuito de asesoramiento a emprendedores miembros de la UPV. Para poder mejorar el servicio es fundamental conocer su opinión relativa al mismo y al autoempleo en general a través del presente cuestionario.

Los datos obtenidos en la encuesta serán anónimos y solo se utilizarán con fines estadísticos y para uso interno del Instituto.

Dispone de veinte días para responder al cuestionario, acción que puede requerir entre 5 y 10 minutos. Las preguntas acompañadas por un asterisco son de cumplimentación obligatoria.

Gracias por la colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 21 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

3. Estudios *

- 1^{er} ciclo
- 2^o ciclo
- Grado
- Máster (*pasa a la pregunta 5*)

4. Titulación de procedencia (tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 6)

- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Mecánica
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Electricidad
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Química Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Textil
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Electrónica Ind.
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. De Telecomunicaciones, esp. Telemática

²³ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. en Organización Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. de Materiales
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. En Diseño Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. en Informática de Gestión
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería en Diseño Ind. Y Desarrollo de Productos
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Informática
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Eléctrica
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Química
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Mecánica
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Imagen y Sonido
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Sist. de Telecom.
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Sist. Electrónicos
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. Forestal, esp. Explotaciones Forestales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Licenciado en Ciencias Ambientales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Licenciado en Comunicación Audiovisual
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Diplomado en Turismo
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Ciencias Ambientales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Gestión Turística
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Comunicación Audiovisual
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación, Sonido e Imagen
- ETS de Arquitectura – Arquitecto
- ETS de Arquitectura – Grado en Arquitectura
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Agrónomo
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. de Montes
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Explotaciones Agropecuarias
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Hortofruticultura y Jardinería
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Industrias Agrarias y Alimentarias
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Mecanización y Constr. Rurales
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenciado en Biotecnología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenc. Ciencia y Tecnología de los Alimentos
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenciatura en Enología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en Biotecnología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en. Ciencia y Tecnología de los Alimentos
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en. Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural

- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en. Ingeniería Forestal y del Medio Natural
- ETS de Ingeniería de Edificación - Arquitecto Técnico
- ETS de Ingeniería de Edificación - Ing. de Materiales
- ETS de Ingeniería de Edificación - Grado en Ingeniería de la Edificación
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ingeniero Aeronáutico
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. en Organización Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. en Diseño Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Electricidad
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Electrónica Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Mecánica
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Química Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Aeroespacial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería en Diseño Y Desarrollo de Productos
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Eléctrica
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Electrónica Industrial y Automática
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Mecánica
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Ing. Técnico en Topografía
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Ing. Geodesia y Cartográfica
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Grado en Ing. Geomática y Topografía
- ETS Ingeniería Informática - Ing. en Informática
- ETS Ingeniería Informática - Ing. Téc. en Informática de Gestión
- ETS Ingeniería Informática - Ing. Téc. en Informática de Sistemas
- ETS Ingeniería Informática - Licenciado en Documentación
- ETS Ingeniería Informática - Grado en Ingeniería Informática
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Ing. de Caminos, Canales y Puertos
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Ing. en Geología
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Constr. Civiles
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Hidrología
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Transportes y Ser. Urb.
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Licenciado en Ciencias Ambientales
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Grado en Ingeniería de Obras Públicas
- ETS Ingenieros Telecomunicación - Ing. de Telecomunicación
- ETS Ingenieros Telecomunicación – Grado en Ing. Técnica de Telecomunicación
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. en Automática y Electrónica Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. de Materiales
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. en Organización Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. Química
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería de la Energía
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería de Organización Industrial
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería Química
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales
- Facultad Administración y Dirección Empresas - Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
- Facultad Administración y Dirección Empresas - Diplomado en Gestión y Administración Pública
- Facultad Administración y Dirección Empresas – Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)
- Facultad Administración y Dirección Empresas – Grado en Gestión y Administración Pública (ADE)
- Facultad Bellas Artes - Licenciado en Bellas Artes

- Facultad Bellas Artes - Grado en Bellas Artes
- Facultad Bellas Artes – Grado en Conservación y Restauración de Bienes Culturales

5. Área de conocimiento (puede elegir más de una opción)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Arquitectura y tecnología de computadores | <input type="checkbox"/> Ingeniería cartográfica, geodesia y fotogrametría |
| <input type="checkbox"/> Biblioteconomía y documentación | <input type="checkbox"/> Ingeniería de la construcción |
| <input type="checkbox"/> Bioquímica y biología molecular | <input type="checkbox"/> Ingeniería de los procesos de fabricación |
| <input type="checkbox"/> Botánica | <input type="checkbox"/> Ingeniería de sistemas y automática |
| <input type="checkbox"/> Ciencia de los materiales e ingeniería metalúrgica | <input type="checkbox"/> Ingeniería del terreno |
| <input type="checkbox"/> Ciencias de la computación e inteligencia artificial | <input type="checkbox"/> Ingeniería e infraestructura de los transportes |
| <input type="checkbox"/> Comercialización e investigación de mercado | <input type="checkbox"/> Ingeniería eléctrica |
| <input type="checkbox"/> Composición arquitectónica | <input type="checkbox"/> Ingeniería electrónica |
| <input type="checkbox"/> Comunicación audiovisual y publicidad | <input type="checkbox"/> Ingeniería hidráulica |
| <input type="checkbox"/> Construcciones arquitectónicas | <input type="checkbox"/> Ingeniería mecánica |
| <input type="checkbox"/> Derecho administrativo | <input type="checkbox"/> Ingeniería nuclear |
| <input type="checkbox"/> Derecho civil | <input type="checkbox"/> Ingeniería química |
| <input type="checkbox"/> Derecho constitucional | <input type="checkbox"/> Ingeniería telemática |
| <input type="checkbox"/> Derecho del trabajo y de la seguridad social | <input type="checkbox"/> Ingeniería textil y papelera |
| <input type="checkbox"/> Derecho mercantil | <input type="checkbox"/> Lengua española |
| <input type="checkbox"/> Dibujo | <input type="checkbox"/> Lengua y Cultura del Extremo Oriente |
| <input type="checkbox"/> Ecología | <input type="checkbox"/> Lenguajes y sistemas informáticos |
| <input type="checkbox"/> Economía aplicada | <input type="checkbox"/> Maquinas y motores térmicos |
| <input type="checkbox"/> Economía financiera y contabilidad | <input type="checkbox"/> Matemática aplicada |
| <input type="checkbox"/> Economía, sociología y política agraria | <input type="checkbox"/> Mecánica de fluidos |
| <input type="checkbox"/> Edafología y química agrícola | <input type="checkbox"/> Mecánica de los medios continuos y teoría de estructura |
| <input type="checkbox"/> Escultura | <input type="checkbox"/> Microbiología |
| <input type="checkbox"/> Estadística e investigación operativa | <input type="checkbox"/> Nutrición y bromatología |
| <input type="checkbox"/> Expresión gráfica arquitectónica | <input type="checkbox"/> Organización de empresas |
| <input type="checkbox"/> Expresión gráfica en la ingeniería | <input type="checkbox"/> Petrología y geoquímica |
| <input type="checkbox"/> Filología alemana | <input type="checkbox"/> Pintura |
| <input type="checkbox"/> Filología catalana | <input type="checkbox"/> Producción animal |
| <input type="checkbox"/> Filología francesa | <input type="checkbox"/> Producción vegetal |
| <input type="checkbox"/> Filología inglesa | <input type="checkbox"/> Proyectos arquitectónicos |
| <input type="checkbox"/> Filología italiana | <input type="checkbox"/> Proyectos de ingeniería |
| <input type="checkbox"/> Filosofía moral | <input type="checkbox"/> Química analítica |
| <input type="checkbox"/> Física aplicada | <input type="checkbox"/> Química física |
| <input type="checkbox"/> Fisiología vegetal | <input type="checkbox"/> Química inorgánica |
| <input type="checkbox"/> Genética | <input type="checkbox"/> Química orgánica |
| <input type="checkbox"/> Geografía física | <input type="checkbox"/> Sociología |
| <input type="checkbox"/> Historia del arte | <input type="checkbox"/> Tecnología de alimentos |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería aeroespacial | <input type="checkbox"/> Tecnología del medio ambiente |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería agroforestal | <input type="checkbox"/> Teoría de la señal y comunicaciones |
| | <input type="checkbox"/> Urbanística y ordenación del territorio |
| | <input type="checkbox"/> Zoología |

7. Curso académico

- 1º
- 2º

- 3º
- 4º
- 5º
- P.F.C.

7. Situación laboral

- Desempleado/a
- Trabajador en activo a tiempo parcial
- Trabajador en activo a tiempo completo
- Autónomo

El Instituto Ideas

8. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 11*)

9. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

10. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 15*)
- No

11. ¿Conoces lo que significa ser emprendedor?

- Sí
- No

12. ¿Estás interesado en crear una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 18*)

13. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 18*)
- No

14. Explica tus motivaciones (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 18*)

15. ¿En qué año lo utilizaste?

- Anteriormente a 2001
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012

16. ¿Llegaste a constituir una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 17*)

16a. ¿A qué sector pertenece la empresa constituida?

- Agroalimentación
 - Biotecnología
 - Energía y medioambiente
 - Industria química y farmacéutica
 - Servicios a otras empresas
 - Servicios de ingeniería y arquitectura
 - Servicios relacionados con la salud y asistencia social
 - TIC
 - Turismo
 - Otros:
-

17. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Satisfecho Regular Poco satisfecho Muy satisfecho

18. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 19*)

18a. ¿A través de qué medios?

19. Comentarios y sugerencias. Puedes indicar aquí cuestiones relativas a tus datos personales o a tu relación con el Instituto Ideas que no hayas podido expresar anteriormente. Puedes comentar además si has tenido problemas o indecisiones en la realización del cuestionario.

5.2.2.2 Cuestionario para titulado UPV²⁴

Hoy en día es cada vez más importante poder considerar las posibilidades del autoempleo. El [Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas](#) ofrece un servicio gratuito de asesoramiento a emprendedores miembros de la UPV. Para poder mejorar el servicio es fundamental conocer su opinión relativa al mismo y al autoempleo en general a través del presente cuestionario.

Los datos obtenidos en la encuesta serán anónimos y solo se utilizarán con fines estadísticos y para uso interno del Instituto.

Dispone de veinte días para responder al cuestionario, acción que puede requerir entre 5 y 10 minutos. Las preguntas acompañadas por un asterisco son de cumplimentación obligatoria.

Gracias por la colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 21 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

3. Estudios cursados *

- 1^{er} ciclo
- 2^o ciclo
- Grado
- Postgrado (*pasa a la pregunta 5*)

4. Titulación de procedencia (tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 6)

- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Mecánica
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Electricidad
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Química Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Textil
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. Industrial, esp. Electrónica Ind.
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. De Telecomunicaciones, esp. Telemática

²⁴ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. en Organización Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. de Materiales
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. En Diseño Industrial
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Ing. Téc. en Informática de Gestión
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería en Diseño Ind. Y Desarrollo de Productos
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Informática
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Eléctrica
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Química
- Escuela Politécnica Superior de Alcoy (EPSA) - Grado en Ingeniería Mecánica
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Imagen y Sonido
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Sist. de Telecom.
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. de Telecomunicaciones, esp. Sist. Electrónicos
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Ing. Téc. Forestal, esp. Explotaciones Forestales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Licenciado en Ciencias Ambientales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Licenciado en Comunicación Audiovisual
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Diplomado en Turismo
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Ciencias Ambientales
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Gestión Turística
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Comunicación Audiovisual
- Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) - Grado en Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación, Sonido e Imagen
- ETS de Arquitectura – Arquitecto
- ETS de Arquitectura – Grado en Arquitectura
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Agrónomo
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. de Montes
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Explotaciones Agropecuarias
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Hortofruticultura y Jardinería
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Industrias Agrarias y Alimentarias
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Ing. Téc. Agrícola, esp. Mecanización y Constr. Rurales
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenciado en Biotecnología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenc. Ciencia y Tecnología de los Alimentos
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Licenciatura en Enología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en Biotecnología
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en. Ciencia y Tecnología de los Alimentos
- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en. Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural

- ETS de Ingeniería Agronómica y del Medio Rural – Grado en Ingeniería Forestal y del Medio Natural
- ETS de Ingeniería de Edificación - Arquitecto Técnico
- ETS de Ingeniería de Edificación - Ing. de Materiales
- ETS de Ingeniería de Edificación - Grado en Ingeniería de la Edificación
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ingeniero Aeronáutico
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. en Organización Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. en Diseño Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Electricidad
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Electrónica Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Mecánica
- ETS de Ingeniería del Diseño - Ing. Téc. Industrial, esp. Química Industrial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Aeroespacial
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería en Diseño Y Desarrollo de Productos
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Eléctrica
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Electrónica Industrial y Automática
- ETS de Ingeniería del Diseño - Grado en Ingeniería Mecánica
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Ing. Técnico en Topografía
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Ing. Geodesia y Cartográfica
- ETSI Geodésica, Cartográfica y Topográfica - Grado en Ing. Geomática y Topografía
- ETS Ingeniería Informática - Ing. en Informática
- ETS Ingeniería Informática - Ing. Téc. en Informática de Gestión
- ETS Ingeniería Informática - Ing. Téc. en Informática de Sistemas
- ETS Ingeniería Informática - Licenciado en Documentación
- ETS Ingeniería Informática - Grado en Ingeniería Informática
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Ing. de Caminos, Canales y Puertos
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Ing. en Geología
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Constr. Civiles
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Hidrología
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - I.T. Obras Públicas, esp. Transportes y Ser. Urb.
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Licenciado en Ciencias Ambientales
- ETSI Caminos, Canales y Puertos - Grado en Ingeniería de Obras Públicas
- ETS Ingenieros Telecomunicación - Ing. de Telecomunicación
- ETS Ingenieros Telecomunicación – Grado en Ing. Técnica de Telecomunicación
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. en Automática y Electrónica Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. de Materiales
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. en Organización Industrial
- ETS Ingenieros Industriales - Ing. Química
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería de la Energía
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería de Organización Industrial
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería Química
- ETS Ingenieros Industriales – Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales
- Facultad Administración y Dirección Empresas - Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
- Facultad Administración y Dirección Empresas - Diplomado en Gestión y Administración Pública
- Facultad Administración y Dirección Empresas – Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)
- Facultad Administración y Dirección Empresas – Grado en Gestión y Administración Pública (ADE)
- Facultad Bellas Artes - Licenciado en Bellas Artes

- Facultad Bellas Artes - Grado en Bellas Artes
- Facultad Bellas Artes – Grado en Conservación y Restauración de Bienes Culturales

5. Área de conocimiento (puede elegir más de una opción)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Arquitectura y tecnología de computadores | <input type="checkbox"/> Ingeniería cartográfica, geodesia y fotogrametría |
| <input type="checkbox"/> Biblioteconomía y documentación | <input type="checkbox"/> Ingeniería de la construcción |
| <input type="checkbox"/> Bioquímica y biología molecular | <input type="checkbox"/> Ingeniería de los procesos de fabricación |
| <input type="checkbox"/> Botánica | <input type="checkbox"/> Ingeniería de sistemas y automática |
| <input type="checkbox"/> Ciencia de los materiales e ingeniería metalúrgica | <input type="checkbox"/> Ingeniería del terreno |
| <input type="checkbox"/> Ciencias de la computación e inteligencia artificial | <input type="checkbox"/> Ingeniería e infraestructura de los transportes |
| <input type="checkbox"/> Comercialización e investigación de mercado | <input type="checkbox"/> Ingeniería eléctrica |
| <input type="checkbox"/> Composición arquitectónica | <input type="checkbox"/> Ingeniería electrónica |
| <input type="checkbox"/> Comunicación audiovisual y publicidad | <input type="checkbox"/> Ingeniería hidráulica |
| <input type="checkbox"/> Construcciones arquitectónicas | <input type="checkbox"/> Ingeniería mecánica |
| <input type="checkbox"/> Derecho administrativo | <input type="checkbox"/> Ingeniería nuclear |
| <input type="checkbox"/> Derecho civil | <input type="checkbox"/> Ingeniería química |
| <input type="checkbox"/> Derecho constitucional | <input type="checkbox"/> Ingeniería telemática |
| <input type="checkbox"/> Derecho del trabajo y de la seguridad social | <input type="checkbox"/> Ingeniería textil y papelera |
| <input type="checkbox"/> Derecho mercantil | <input type="checkbox"/> Lengua española |
| <input type="checkbox"/> Dibujo | <input type="checkbox"/> Lengua y Cultura del Extremo Oriente |
| <input type="checkbox"/> Ecología | <input type="checkbox"/> Lenguajes y sistemas informáticos |
| <input type="checkbox"/> Economía aplicada | <input type="checkbox"/> Maquinas y motores térmicos |
| <input type="checkbox"/> Economía financiera y contabilidad | <input type="checkbox"/> Matemática aplicada |
| <input type="checkbox"/> Economía, sociología y política agraria | <input type="checkbox"/> Mecánica de fluidos |
| <input type="checkbox"/> Edafología y química agrícola | <input type="checkbox"/> Mecánica de los medios continuos y teoría de estructura |
| <input type="checkbox"/> Escultura | <input type="checkbox"/> Microbiología |
| <input type="checkbox"/> Estadística e investigación operativa | <input type="checkbox"/> Nutrición y bromatología |
| <input type="checkbox"/> Expresión gráfica arquitectónica | <input type="checkbox"/> Organización de empresas |
| <input type="checkbox"/> Expresión gráfica en la ingeniería | <input type="checkbox"/> Petrología y geoquímica |
| <input type="checkbox"/> Filología alemana | <input type="checkbox"/> Pintura |
| <input type="checkbox"/> Filología catalana | <input type="checkbox"/> Producción animal |
| <input type="checkbox"/> Filología francesa | <input type="checkbox"/> Producción vegetal |
| <input type="checkbox"/> Filología inglesa | <input type="checkbox"/> Proyectos arquitectónicos |
| <input type="checkbox"/> Filología italiana | <input type="checkbox"/> Proyectos de ingeniería |
| <input type="checkbox"/> Filosofía moral | <input type="checkbox"/> Química analítica |
| <input type="checkbox"/> Física aplicada | <input type="checkbox"/> Química física |
| <input type="checkbox"/> Fisiología vegetal | <input type="checkbox"/> Química inorgánica |
| <input type="checkbox"/> Genética | <input type="checkbox"/> Química orgánica |
| <input type="checkbox"/> Geografía física | <input type="checkbox"/> Sociología |
| <input type="checkbox"/> Historia del arte | <input type="checkbox"/> Tecnología de alimentos |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería aeroespacial | <input type="checkbox"/> Tecnología del medio ambiente |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería agroforestal | <input type="checkbox"/> Teoría de la señal y comunicaciones |
| | <input type="checkbox"/> Urbanística y ordenación del territorio |
| | <input type="checkbox"/> Zoología |

6. Situación laboral

- Desempleado/a
- Trabajador en activo a tiempo parcial

- Trabajador en activo a tiempo completo
- Autónomo

El Instituto Ideas

7. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 10*)

8. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

9. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?*

- Sí (*pasa a la pregunta 13*)
- No

10. ¿Estás interesado en crear una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 16*)

11. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 16*)
- No

12. Explica tus motivaciones (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 16*)

13. ¿En qué año lo utilizaste?

- | | |
|---|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Anteriormente a 2001 | <input type="checkbox"/> 2007 |
| <input type="checkbox"/> 2001 | <input type="checkbox"/> 2008 |
| <input type="checkbox"/> 2002 | <input type="checkbox"/> 2009 |
| <input type="checkbox"/> 2003 | <input type="checkbox"/> 2010 |
| <input type="checkbox"/> 2004 | <input type="checkbox"/> 2011 |
| <input type="checkbox"/> 2005 | <input type="checkbox"/> 2012 |
| <input type="checkbox"/> 2006 | |

14. ¿Llegaste a constituir una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 15*)

14a. ¿A qué sector pertenece la empresa constituida?

- Agroalimentación
 - Biotecnología
 - Energía y medioambiente
 - Industria química y farmacéutica
 - Servicios a otras empresas
 - Servicios de ingeniería y arquitectura
 - Servicios relacionados con la salud y asistencia social
 - TIC
 - Turismo
 - Otros:
-

15. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

16. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 17*)

16a. ¿A través de qué medios?

17. Cometarios y sugerencias. Puedes indicar aquí cuestiones relativas a tus datos personales o a tu relación con el Instituto Ideas que no hayas podido expresar anteriormente. Puedes comentar además si has tenido problemas o indecisiones en la realización del cuestionario.

5.2.2.3 Cuestionario para PDI UPV²⁵

Hoy en día es cada vez más importante poder considerar las posibilidades del autoempleo. El [Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas](#) ofrece un servicio gratuito de asesoramiento a emprendedores miembros de la UPV. Para poder mejorar el servicio es fundamental conocer su opinión relativa al mismo y al autoempleo en general a través del presente cuestionario.

Los datos obtenidos en la encuesta serán anónimos y solo se utilizarán con fines estadísticos y para uso interno del Instituto.

²⁵ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

Dispone de veinte días para responder al cuestionario, acción que puede requerir entre 5 y 10 minutos. Las preguntas acompañadas por un asterisco son de cumplimentación obligatoria.

Gracias por la colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 21 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

3. Situación laboral

- Desempleado/a
- Trabajador en activo a tiempo parcial
- Trabajador en activo a tiempo completo
- Autónomo

4. Perfil PDI

- Funcionario de los cuerpos docentes universitarios
- Personal contratado docente
- Investigador (técnico u otro personal)
- Personal de investigación en formación

5. Área de conocimiento (puede elegir más de una opción)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Arquitectura y tecnología de computadores | <input type="checkbox"/> Derecho del trabajo y de la seguridad social |
| <input type="checkbox"/> Biblioteconomía y documentación | <input type="checkbox"/> Derecho mercantil |
| <input type="checkbox"/> Bioquímica y biología molecular | <input type="checkbox"/> Dibujo |
| <input type="checkbox"/> Botánica | <input type="checkbox"/> Ecología |
| <input type="checkbox"/> Ciencia de los materiales e ingeniería metalúrgica | <input type="checkbox"/> Economía aplicada |
| <input type="checkbox"/> Ciencias de la computación e inteligencia artificial | <input type="checkbox"/> Economía financiera y contabilidad |
| <input type="checkbox"/> Comercialización e investigación de mercado | <input type="checkbox"/> Economía, sociología y política agraria |
| <input type="checkbox"/> Composición arquitectónica | <input type="checkbox"/> Edafología y química agrícola |
| <input type="checkbox"/> Comunicación audiovisual y publicidad | <input type="checkbox"/> Escultura |
| <input type="checkbox"/> Construcciones arquitectónicas | <input type="checkbox"/> Estadística e investigación operativa |
| <input type="checkbox"/> Derecho administrativo | <input type="checkbox"/> Expresión gráfica arquitectónica |
| <input type="checkbox"/> Derecho civil | <input type="checkbox"/> Expresión gráfica en la ingeniería |
| <input type="checkbox"/> Derecho constitucional | <input type="checkbox"/> Filología alemana |
| | <input type="checkbox"/> Filología catalana |
| | <input type="checkbox"/> Filología francesa |
| | <input type="checkbox"/> Filología inglesa |
| | <input type="checkbox"/> Filología italiana |

- Filosofía moral
- Física aplicada
- Fisiología vegetal
- Genética
- Geografía física
- Historia del arte
- Ingeniería aeroespacial
- Ingeniería agroforestal
- Ingeniería cartográfica, geodesia y fotogrametría
- Ingeniería de la construcción
- Ingeniería de los procesos de fabricación
- Ingeniería de sistemas y automática
- Ingeniería del terreno
- Ingeniería e infraestructura de los transportes
- Ingeniería eléctrica
- Ingeniería electrónica
- Ingeniería hidráulica
- Ingeniería mecánica
- Ingeniería nuclear
- Ingeniería química
- Ingeniería telemática
- Ingeniería textil y papelera
- Lengua española
- Lengua y Cultura del Extremo Oriente
- Lenguajes y sistemas informáticos
- Maquinas y motores térmicos
- Matemática aplicada
- Mecánica de fluidos
- Mecánica de los medios continuos y teoría de estructura
- Microbiología
- Nutrición y bromatología
- Organización de empresas
- Petrología y geoquímica
- Pintura
- Producción animal
- Producción vegetal
- Proyectos arquitectónicos
- Proyectos de ingeniería
- Química analítica
- Química física
- Química inorgánica
- Química orgánica
- Sociología
- Tecnología de alimentos
- Tecnología del medio ambiente
- Teoría de la señal y comunicaciones
- Urbanística y ordenación del territorio
- Zoología

El Instituto Ideas

6. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 9*)

7. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

8. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?*

- Sí (*pasa a la pregunta 12*)
- No

9. ¿Estás interesado en crear una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 15*)

9a. ¿Quieres ser SPIN-OFF-UPV según la disposición 24 de la LOU, siendo la UPV socia con la calificación EBT?

- Sí
- No

10. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 15*)
- No

11. Explica tus motivaciones (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 15*)

12. ¿En qué año lo utilizaste?

- Anteriormente a 2001
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008

- 2009
- 2010
- 2011
- 2012

13. ¿Llegaste a constituir una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 14*)

13a. ¿A qué sector pertenece la empresa constituida?

- Agroalimentación
 - Biotecnología
 - Energía y medioambiente
 - Industria química y farmacéutica
 - Servicios a otras empresas
 - Servicios de ingeniería y arquitectura
 - Servicios relacionados con la salud y asistencia social
 - TIC
 - Turismo
 - Otros:
-

14. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

15. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 16*)

15a. ¿A través de qué medios?

16. Comentarios y sugerencias. Puedes indicar aquí cuestiones relativas a tus datos personales o a tu relación con el Instituto Ideas que no hayas podido expresar anteriormente. Puedes comentar además si has tenido problemas o indecisiones en la realización del cuestionario.

5.2.2.4 Cuestionario para PAS UPV²⁶

Hoy en día es cada vez más importante poder considerar las posibilidades del autoempleo. El [Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas](#) ofrece un servicio gratuito de asesoramiento a emprendedores miembros de la UPV. Para poder mejorar el servicio es fundamental conocer su opinión relativa al mismo y al autoempleo en general a través del presente cuestionario.

Los datos obtenidos en la encuesta serán anónimos y solo se utilizarán con fines estadísticos y para uso interno del Instituto.

Dispone de veinte días para responder al cuestionario, acción que puede requerir entre 5 y 10 minutos. Las preguntas acompañadas por un asterisco son de cumplimentación obligatoria.

Gracias por la colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 21 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

3. Situación laboral

- Trabajador en activo a tiempo parcial
- Trabajador en activo a tiempo completo
- Autónomo

El Instituto Ideas

4. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 7*)

5. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)

²⁶ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

6. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?

- Sí (*pasa a la pregunta 10*)
- No

7. ¿Estás interesado en crear una empresa?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 13*)

8. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 13*)
- No

9. Explica tus motivaciones (tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 13)

10. ¿En qué año lo utilizaste?

- Anteriormente a 2001
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012

11. ¿Llegaste a constituir una empresa?*

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 12*)

11a. ¿A qué sector pertenece la empresa constituida?

- Agroalimentación
- Biotecnología
- Energía y medioambiente
- Industria química y farmacéutica

- Servicios a otras empresas
 - Servicios de ingeniería y arquitectura
 - Servicios relacionados con la salud y asistencia social
 - TIC
 - Turismo
 - Otros:
-

12. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

13. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?*

- Sí
 No (*pasa a la pregunta 14*)

13a. ¿A través de qué medios?

14. Comentarios y sugerencias. Puedes indicar aquí cuestiones relativas a tus datos personales o a tu relación con el Instituto Ideas que no hayas podido expresar anteriormente. Puedes comentar además si has tenido problemas o indecisiones en la realización del cuestionario.

6. CONCLUSIONES

La aportación efectiva del presente trabajo está estrictamente relacionada con la consecución de los objetivos específicos propuestos en su introducción. Se relacionan por lo tanto las conclusiones con dichos objetivos.

1. “Proponer un estado de la cuestión relativo al apoyo a la creación y al desarrollo de empresas en ámbito universitario y en concreto a la actividad realizada por Ideas en la Universidad Politécnica de Valencia.”
 - Los cambios socioeconómicos experimentados en los últimos veinte años a nivel global han conllevado a una adaptación por parte de la universidad a las nuevas condiciones de su entorno. A sus tradicionales funciones de docencia e investigación se ha añadido una tercera relativa a la transferencia de los conocimientos desarrollados al entorno social y productivo.
 - Esta tercera función se concreta en el contexto universitario a través de dos vías principales: por una parte la búsqueda de formas más directas de hacer llegar los resultados de la investigación a la sociedad, como por ejemplo la creación de centros de transferencia, spin-off y la colaboración directa con el sector empresarial; por otra parte la formación de personas que tengan los conocimientos y las habilidades necesarias para ser futuros emprendedores.
 - La Comunidad Europea apuesta por el crecimiento de la actividad empresarial en territorio europeo pero solo puede guiar a los estados miembros a través de directivas generales. Entre otros puntos abordados en los comunicados de la Unión Europea se subraya la necesidad de que la universidad se afirme como entidad promotora del emprendimiento, adaptando a este fin sus planes de estudio y haciendo del desarrollo de las habilidades empresariales la base de su enseñanza, un trasfondo necesario a cualquier estudio superior.
 - España se incluye entre los países que poseen un tejido empresarial de baja calidad, por lo tanto es necesario fomentar la investigación y la concretización de sus resultados en empresas.
 - Para conseguir estos objetivos se aprobaron en España dos leyes orgánicas (6/2001 y 4/2007) que subrayan la importancia de una relación más directa entre universidad y sociedad y están centradas en facilitar las condiciones necesarias para que el PDI pueda dedicarse a la investigación y a la transferencia de los resultados de la misma.

Además se ha visto crecer el número de centros de la universidad que apoyan y asesoran a emprendedores universitarios en la creación de su propia empresa, a partir del primero, el Instituto Ideas, fundado en el año 1992 hasta llegar en el año 2004 a 37 centros existentes.

- La actividad interna del Instituto se divide principalmente en tres áreas: asesoramiento a emprendedores, formación y área de promoción y difusión. Las tres actúan en el contexto del fomento al emprendimiento dentro de la universidad, colaborando con otras entidades de la UPV y con entidades externas a la misma.
 - El área de asesoramiento a emprendedores se caracteriza y diferencia con respecto a servicios parecidos ofrecidos por otros centros por ser gratuito, personalizado y completo. Este último adjetivo quiere remarcar que el asesoramiento no se centra solo en las primeras fases de creación de la empresa, sino también en su consolidación y desarrollo. En este contexto el Instituto se presenta además como referente para PDI interesado en crear una empresa a partir de la actividad de investigación realizada en la universidad. En este sentido Ideas ofrece un servicio de ventanilla única.
 - El área de formación organiza actividades no solo centradas en el conseguimiento de la base teórica que complete la formación del emprendedor sino también en el desarrollo de habilidades necesarias para crear una actividad empresarial.
 - El área de promoción y difusión se dedica, por una parte, a la gestión de los medios de comunicación de los cuales dispone Ideas como web, redes sociales, programa de televisión y, por otra parte, a organizar la participación del Instituto en eventos que permitan difundir el conocimiento del mismo y de sus servicios entre sus usuarios potenciales.
2. “Analizar la base de datos actualmente utilizada para registrar los datos de los usuarios reales del servicio de asesoramiento a emprendedores.”
- La base de datos se debería revisar para eliminar campos que permitan respuestas que no son entre sí excluyentes.
 - Se necesitaría examinar las actividades de las empresas constituidas hasta ahora para poder definir nuevos sectores y hacer así que la clasificación utilizada se adapte mejor y sea más representativa de la actividad empresarial creada en Ideas.
 - Para permitir la realización de búsquedas más eficaces y consecuentemente un seguimiento más lineal de la actividad realizada en Ideas, se aconsejaría añadir los campos “Perfil Emprendedor”, “Antiguo Alumno UPV”, “Personal UPV” y “PDI”. Estos podrían operar como filtros para recuperar una información más detallada y precisa.

3. “Definir el perfil de los usuarios reales del servicio de asesoramiento para la creación de empresa de los últimos once años (2001-2011).”
- El 74,6% de los usuarios de Ideas son de sexo masculino.
 - Para el total de los usuarios el 91,1% tiene entre los 21 y los 40 años y su edad media es de 30 años. Para los usuarios Ideas constituyentes el cuerpo del personal UPV la edad media es de 40 años y el 81,7 % de ellos tienen entre 31 y 50 años.
 - El 78,2% de los usuarios Ideas son o han sido alumnos de la UPV. Entre ellos el 60,7% se compone por antiguos alumnos. Los actuales estudiantes que más acuden a Ideas son aquellos que están realizando su proyecto final de carrera.
 - Las principales titulaciones de procedencia de los usuarios Ideas del grupo de alumnos son las ingenierías industriales (14,9%), las ingenierías informáticas (14,9%) y arquitectura (12,9%).
 - Un 6,4% de los usuarios Ideas forma parte del personal UPV. La mitad de ellos son PDI funcionarios y un cuarto se constituye por PAS.
 - Los principales sectores de procedencia del personal UPV usuario de Ideas son ingeniería y arquitectura (30,4%) y TIC (26,1%).
 - Un 15,4% de los usuarios Ideas no tienen ninguna relación con la UPV.
 - El 54% de los usuarios Ideas están desempleados.
 - Los sectores de procedencia de los usuarios Ideas se ven reflejados en los principales sectores de las empresas constituidas que, si se omite el sector Otros (40,3%), son TIC (18,3%) y servicios de ingeniería y arquitectura (17%).
 - Un cuarto de las empresas creadas en Ideas en los últimos cuatro años (2008-2011) se consideran EBT.
4. “Detectar cuáles son los principales canales de difusión del servicio, en qué proporción estos llegan a sus usuarios y realizar propuestas de mejora.”
- Analizando los canales de difusión los que más llegan a los usuarios son las amistades (22%) y la microweb Ideas en la página de la UPV (14%).
 - Analizando la aportación de los canales de difusión agrupados en categorías aquellas que más éxito tienen son los medios de comunicación (22,9%) y las amistades (22%).
 - La categoría que menos usuarios ha aportado a Ideas es la de entidades externas (1,6%).
 - Considerando los resultados, parece fundamental seguir manteniendo la fuerte presencia de Ideas en las redes sociales.
 - La categoría Profesores se ve como una posible vía a explotar para dar a conocer la

actividad de Ideas. Se podrían realizar encuentros para familiarizar a los profesores con el Instituto y contar así con su apoyo para difundir la información relativa a Ideas entre los estudiantes. Es importante que esta aportación no se realice solo en la facultad de ADE, debido a su enfoque sectorial, puesto que las posibilidades del autoempleo deberían ser un tema presente en todas las carreras universitarias.

5. “Planificar la realización de un estudio empírico enfocado en la recogida de información relativa a usuarios potenciales.”
 - El método que mejor se presta para recoger el tipo de información requerida es la encuesta, y se elige utilizar como técnica el cuestionario.
 - El tipo de muestreo, considerando las características de la población, tiene que ser estratificado, respetando la distribución real de los principales grupos de usuarios potenciales: antiguos alumnos, alumnos, PDI y PAS.
 - Con la finalidad de respetar las diferencias entre los perfiles se han desarrollado cuatro cuestionarios distintos.
 - La forma de distribución del cuestionario es a través de correo electrónico. En el mismo se incluye el texto explicativo de la encuesta y el enlace al cuestionario en línea.
 - La primera parte del cuestionario se destina a indagar el perfil del encuestado y difiere según el perfil del mismo.
 - La segunda parte del cuestionario quiere indagar el grado de conocimiento y el grado de uso del servicio de asesoramiento a emprendedores. En caso de uso del servicio, se pretende investigar el grado de satisfacción y si se ha llegado a constituir una empresa. Se indagan además los canales de difusión.

Se considera que el presente trabajo ha llegado a alcanzar los objetivos específicos propuestos. Las limitaciones sufridas, sobre todo temporales, no han permitido desarrollar de la forma deseada todos los aspectos de interés para el conseguimiento del objetivo genérico: “identificar las características de los usuarios reales y potenciales del servicio de asesoramiento para la creación de empresas ofertado por el Instituto Ideas: averiguar en qué proporción los distintos perfiles de usuarios conocen el servicio, en qué proporción, conociéndolo, acuden al mismo, cuántos usuarios potenciales lo desconocen y cuántos de ellos podrían estar interesados en utilizarlo”.

Se presentan por lo tanto a continuación las cuestiones abiertas a investigar para completar y perfeccionar el presente trabajo:

- Analizar de forma detenida la actividad de las empresas creadas en Ideas a lo largo de estos años para poder sugerir nuevos sectores a incluir en la clasificación actual, y revisar posibles errores o descuidos que pueden haber llevado a la inclusión bajo el sector Otros a un número tan alto de proyectos empresariales.
- Investigar posibles diferencias de perfil entre emprendedores y empresarios Ideas, considerando como emprendedores aquellos usuarios que acuden a Ideas para crear una empresa y que, por alguna razón, no llevan a cabo el proyecto empresarial, y por empresarios aquellos usuarios que sí consiguen crear una empresa a partir del uso del servicio de asesoramiento a emprendedores.
- Realizar un análisis multivariante para individuar posibles relaciones entre las variables estudiadas y aclarar así el perfil de uso y de usuario.
- Realizar la encuesta propuesta en el capítulo 5 y analizar los resultados obtenidos.
- A partir de los resultados de la encuesta y de los resultados presentados en el presente trabajo y relativos a los usuarios reales del servicio, planificar una campaña de marketing más personalizada que permita llegar a aquellas categorías de usuarios que hasta el momento no han utilizado el servicio por desconocimiento.

7. BIBLIOGRAFÍA

Benavides, M., Sánchez, M., Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario [en línea]. *Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas*, 30, 34-48. Extraído el 12 de enero 2012 de <http://www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/viewFile/122/122>

Benítez, J., Cabrera, S. (2010). Discusión sobre la política de innovación y de fomento del emprendimiento en Europa. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2, 114-125.

Benner, M., Sandström, U. (2000). Institutionalizing the triple helix: research funding and norms in the academic system. *Research Policy*, 29, 291-301.

Beraza, J., Rodríguez, A. (2007). La evolución de la misión de la universidad [en línea]. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 14, 25-56. Extraído el 21 de febrero 2012 de http://www.empresa-donostia.ehu.es/p256-content/es/contenidos/informacion/euempss_revista/es_revista/adjuntos/Revista14_02.pdf

Casa, J., Repullo, J.R., Donado, J. (2003) La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten primaria*, (8), 527-538.

Casa, J., Repullo, J.R., Donado, J. (2003) La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (II). *Aten primaria*, (9), 92-108.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2003). *Libro verde sobre los servicios de interés general* [en línea]. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0270es01.pdf

Comisión de las Comunidades Europeas. (2004). *Libro verde sobre la colaboración público-privada y el derecho comunitario en materia de contratación pública y concesiones* [en línea]. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2004/com2004_0327es01.pdf

Comisión de las Comunidades Europeas. (2006) *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning* [en línea]. Extraído el 13 de febrero 2012 de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:EN:PDF>

Comisión Europea, Dirección General de Empresa e Industria. (2002). *Final Report of the Expert Group "Best Procedure" Project on Education and Training for Entrepreneurship* [en línea]. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/education_final_en.pdf

Comisión Europea, Dirección General de Empresa e Industria. (2008). *Best Procedure Project: "Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies" Final Report of the Expert Group* [en línea]. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf

Comisión Europea, Dirección General de Empresa e Industria. (2010). *Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education* [en línea]. Birmingham: McCoshan, A. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/reflection-panels/files/entr_education_panel_en.pdf

Decisión nº1639/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de octubre de 2006 por la que se establece un programa marco para la innovación y la competitividad (2007-2013) [en línea]. (2006, noviembre 9). *Diario Oficial de la Unión Europea*. Extraído el 13 de febrero 2012 de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:310:0015:0040:es:PDF>

España, Jefatura del Estado. (2001, Diciembre 21). Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades [en línea]. *Boletín Oficial del Estado*, 307, 49400-49425. Extraído el 13 de marzo 2012 de <http://www.boe.es/boe/dias/2001/12/24/pdfs/A49400-49425.pdf>

España, Jefatura del Estado. (2007, Abril 12). Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades [en línea]. *Boletín Oficial del Estado*, 89, 16241-16260. Extraído el 13 de marzo 2012 de <http://www.boe.es/boe/dias/2007/04/13/pdfs/A16241-16260.pdf>

España, Ministerio de Educación, Secretaría General de Universidades. (2011). *Borrador Estatuto del Personal Docente e Investigador de las universidades públicas Españolas. Versión Informada por el Consejo de Universidades 25 de Mayo 2011*.

España, Ministerio de Igualdad, Instituto de la Juventud. (2009). *Emprendimiento económico y social en España. Guía de recursos para jóvenes emprendedores/as* [en línea]. Madrid: Pérez, S., Hidalgo, A., Balaguer, S., Pérez E. Extraído el 30 de enero 2012 de http://xuventude.xunta.es/uploads/Emprendimiento_economico_y_social_en_Espaa.pdf

Etzkowitz, H. (2002). Incubation of incubators: innovation as a triple helix of university–industry–government networks. *Science and Public Policy*, 29, 115-128.

Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix-University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development. *EASST Review* 14, 14-19.

Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., Terra, B. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 29, 313-330.

European Foundation for Entrepreneurship Research, European Foundation for Management Development. (2004). *Entrepreneurship Education at European Universities and Business*

Schools [en línea]. Wilson, K. Extraído el 13 de febrero 2012 de <http://www.efer.nl/pdf/RP-European%20EntrepreneurshipEducationPilotSurveyResultsFINAL.pdf>

Fernández, J., Romero, I. (2005). La política europea de fomento empresarial: un análisis crítico [en línea]. *Revista de economía mundial*, 13, 137-161. Extraído el 3 de marzo 2012 de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/465/b1376737.pdf?sequence=1>

Fernández, J., Romero, I. (2006). *La nueva política de fomento empresarial y los modelos empresariales en la UE* [en línea]. Ponencia presentada en la VIII Reunión de Economía Mundial, Alicante, España. Extraído el 3 de marzo 2012 de <http://altea.daea.ua.es/ochorem/comunicaciones/MESA1COM/RomeroFernandez.pdf>

Global Entrepreneurship Research Association. (2011). *Informe GEM España 2011* [en línea]. Hernández, R., Coduras, A., de la Cruz, M., Díaz, J., Vaillant, Y., Lafuente, E. Extraído el 3 de febrero de 2012 de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2262>

Grilo, I., Irigoyen J. (2005). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be [en línea]. *Small Business Economics*, 26, 305-318. Extraído el 1 de marzo de http://www.odc.public.lu/actualites/2005/11/colloque_entrepr/EntrepreneurshipintheEU_July2005_SBE.pdf

Hernández, A. (2006). El fomento del espíritu emprendedor en la escuela: nuevos retos para la educación del siglo XXI. En *Actas del V Congreso Internacional Educación y Sociedad* [en línea]. Granada: Colegio Oficial de Doctores Licenciados de Granada, Jaén y Almería. ISBN: 84-690-2369-1. Extraído el 3 de marzo 2012 de <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~emprender/documentos/emprenderescuela.pdf>

Instituto IDEAS creación y desarrollo de empresa. 15 aniversario 1992-2007 [en línea]. (s.f.). Extraído el 20 de marzo 2012 de <http://www.ideas.upv.es/conocenos/memoria15aniversario.pdf>

Instituto IDEAS. (2010). *Memoria bianual de actividades 2008-2009* [en línea]. Valencia: Millet, J., Talón, J. Extraído el 20 de marzo 2012 de http://www.ideas.upv.es/conocenos/memoria_ideas_2008-2009.pdf

Instituto Nacional de Estadística. *CNAE- 93 Rev.1 Notas explicativas* [en línea]. Extraído el 10 de abril 2012 de http://www.ine.es/clasifi/cnae93_notas.pdf

Lanzas, V., Lanzas, F., Lanzas, A. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica [en línea]. *Scientia Et Technica*, 15, 267-272. Extraído el 4 de febrero 2012 de <http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/145856267-272.pdf>

Laredo, P. (2007). Revisiting the Third Mission of Universities: Toward a Renewed Categorization of University Activities? *Higher Education Policy*, 20, 441-456.

Manifiesto de los sindicatos presentes en la mesa sectorial de universidades (CCOO, UGT, CSIF y CIG) contra el documento del Estatuto del PDI aprobado en el Consejo de Universidades el 6

de junio [en línea]. (2011, Julio 11). *Boletín CCOO enseñanza*. Extraído el 16 de marzo 2012 de http://www.fe.ccoo.es/comunes/recursos/25/doc63550_Hoja_del_Lunes_N_527.pdf

Manjarrés, L. (2009). *Las relaciones universidad empresa y su efecto sobre la segunda misión universitaria*. Tesis de Doctorado. Departamento de Estadística e Investigación Operativa Aplicadas y Calidad, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.

Martin, B., H. Etzkowitz (2000). The origin and evolution of the university species. *Journal for Science and Technology Studies* 13(3-4), 9-34.

Molas-Gallart, J., Salter, A., Patel, P., Scott, A., Duran, X. (2002). Measuring Third Stream Activities. Final report to the Russell Group of Universities. *SPRU, University of Sussex*.

Morales, S. (2010). El Emprendedor Académico Español: Su Perfil Y Motivaciones Para Convertirse En Empresario. *Tec Empresarial*, 4 (2), 9-20.

Morales, S., Roig, S. (s.f.). El papel de las universidades en el fomento de la cultura emprendedora. El caso de España [en línea]. Extraído el 4 de marzo 2012 de <http://www.uv.es/motiva/Medellin/SilviaMoralesSalvadorRoig.pdf>

Morell, J., Perelló, J. (2004). *Identificación de los modelos de las unidades de creación de empresas desde las universidades en España* [en línea]. Tesis de Máster, Departament d'Organització d'Empreses, Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, España. Extraído el 14 de marzo 2012 de <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/2651/1/34596-1.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2008). *Entrepreneurship and higher education*. Paris: OCDE.

Parlamento Europeo. (2000, Marzo). *Conclusiones de la Presidencia* [en línea]. Consejo Europeo de Lisboa, Lisboa, Portugal. Extraído el 13 de febrero 2012 de http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm

Pastor, J., Pérez, F. (2009). La contribución socioeconómica de las Universidades públicas valencianas. Valencia: Universitat de València

Rubiralta, M. (2007). La transferencia de la I+D en España, principal reto para la innovación [en línea]. *Economía Industrial*, 366, 27-41. Extraído el 4 de febrero 2012 de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/366/27.pdf>

Ruiz, A. (2009). Método de encuesta: construcción de cuestionarios, pautas y sugerencias [en línea]. *Revista de Innovació i Recerca en Educació*, (2), 96-110. Extraído el 5 de febrero 2012 <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/fitxa13-cast.pdf>

Salvador-Figueras, M., Gargallo, P. (2003). Análisis Exploratorio de Datos [en línea]. *5campus.com, Estadística*. Extraído el 20 de marzo 2012 de <http://www.5campus.com/leccion/aed>.

Sanchiz, J. (2011). *Emprendimiento, Economía, Social y Empleo* [en línea]. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Extraído el 6 de marzo de <http://www.iudescoop-formaempleo.es/wp-content/uploads/2011/03/emprendimiento2.pdf>

Schwartz, M. (2009). Beyond incubation: an analysis of firm survival and exit dynamics in the post-graduation period. *The Journal of Technology Transfer*, 34, 403-421.

Unión Europea. (2005). *Relanzamiento de la Estrategia de Lisboa* [en línea]. Extraído el 15 de marzo 2012 de http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/community_employment_policies/c11325_es.htm

Universidad Politécnica de Valencia, Área de Biblioteca i Documentació Científica. (s.f.). *Encuesta uso de Polibuscador en la docencia* [en línea]. Extraído el 15 de noviembre 2011 de http://www.upv.es/entidades/ABDC/infoweb/bg/info/encuesta_PB.pdf

Universidad Politécnica de Valencia, Comisión de Reforma de Estatutos. (2010). *Proyecto de reforma de los estatutos de la Universitat Politècnica de València* [en línea]. Extraído el 11 de marzo 2012 de <http://ccoo.webs.upv.es/files/Legislacion/2010/Estatutos-aprobados-el-13-12-2010-castellano.pdf>

Universidad Politécnica de Valencia, Secretaria General. (2008, Mayo, nº 16). Normativa sobre la Creación de Empresas en la Universidad Politécnica de Valencia a partir de la Actividad de Investigación Universitaria [en línea]. *Boletín Oficial de la Universidad Politécnica de Valencia*, pp. 4-15. Extraído el 24 de marzo de <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0413838.pdf>

Universidad Politécnica de Valencia, Secretaría General. (s.f.). *Memoria del curso académico 2009/2010* [en línea]. Extraído el 10 de marzo 2012 de <http://www.upv.es/entidades/SG/infoweb/sg/info/U0563938.pdf>

Veciana, M. (2007). Las nuevas empresas en el proceso de innovación en la sociedad del conocimiento: Evidencia empírica y políticas públicas [en línea]. *Economía industrial*, 363, 103-118. Extraído el 4 de marzo 2012 de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/363/103.pdf>

Willoughby, M., Talón, J., Millet, J., Ayats, C. (2011). University services for fostering creativity in hi-tech firms. *The Service Industries Journal*, 1-14.

ANEXOS

Anexo 1. Pretest para alumnos UPV²⁷

El presente cuestionario pretende averiguar el grado de conocimiento del servicio de asesoramiento ofrecido gratuitamente por el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas, a aquellos miembros de la comunidad universitaria de la UPV (alumnos, PDI, PAS) y titulados UPV interesados en crear una empresa.

Gracias por vuestra colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 20 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Más de 31 años

3. Estudios *

- 1^{er} ciclo
- 2^o ciclo
- Grado
- Máster (*pasa a la pregunta 5*)

4. Escuela/Facultad (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 6*)

- Escuela Técnica Superior de Arquitectura
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Edificación
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Geodésica, Cartográfica y Topográfica
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales
- Facultad de Administración y Dirección de Empresas
- Facultad de Bellas Artes

5. Área de conocimiento (clasificación UNESCO)

Se puede marcar más de una opción. Si tienes dudas al respecto puedes consultar el documento accesible a la siguiente URL: <http://www.upv.es/upl/U0538257.xls>

²⁷ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- 11 Lógica
- 12 Matemáticas
- 21 Astronomía y Astrofísica
- 22 Física
- 23 Química
- 24 Ciencias de la vida
- 25 Ciencias de la tierra y del espacio
- 31 Ciencias agrarias
- 32 Ciencias médicas
- 33 Ciencias tecnológicas
- 51 Antropología
- 52 Demografía
- 53 Ciencias económicas
- 54 Geografía
- 55 Historia
- 56 Ciencias jurídicas y derecho
- 57 Lingüística
- 58 Pedagogía
- 59 Ciencia política
- 61 Psicología
- 62 Ciencias de las artes y de las letras
- 63 Sociología
- 71 Ética
- 72 Filosofía

6. Curso académico

- 1º
- 2º
- 3º
- 4º
- 5º
- P.F.C.

7. Situación laboral

- Desempleado/a
- Trabajador en activo a tiempo parcial
- Trabajador en activo a tiempo completo

El Instituto Ideas

8. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 11*)

9. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

10. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 15*)
- No

11. ¿Conoces lo que significa ser emprendedor?

- Sí
- No

12. ¿Estás interesado en crear una empresa?

- Sí
- No *(pasa a la pregunta 16)*

13. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí *(pasa a la pregunta 16)*
- No

14. Explica tus motivaciones *(tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 16)*

15. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Satisfecho Regular Poco satisfecho Muy satisfecho

16. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?*

- Sí
- No *(pasa a la pregunta 18)*

17. ¿A través de qué medios?

18. Comentarios y sugerencias

Anexo 2. Pretest para titulados UPV²⁸

El presente cuestionario pretende averiguar el grado de conocimiento del servicio de asesoramiento ofrecido gratuitamente por el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas, a aquellos miembros de la comunidad universitaria de la UPV (alumnos, PDI, PAS) y titulados UPV interesados en crear una empresa.

Gracias por vuestra colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 25 años
- Entre 25 y 30 años
- Entre 31 y 35 años
- Más de 35 años

3. Estudios cursados *

- 1^{er} ciclo
- 2^o ciclo
- Grado
- Postgrado/Máster (*pasa a la pregunta 5*)

4. Escuela/Facultad (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 6*)

- Escuela Técnica Superior de Arquitectura
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Edificación
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Geodésica, Cartográfica y Topográfica
- Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales
- Facultad de Administración y Dirección de Empresas
- Facultad de Bellas Artes

5. Área de conocimiento (clasificación UNESCO)

Se puede marcar más de una opción. Si tienes dudas al respecto puedes consultar el documento accesible a la siguiente URL: <http://www.upv.es/upl/U0538257.xls>

²⁸ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- 11 Lógica
- 12 Matemáticas
- 21 Astronomía y Astrofísica
- 22 Física
- 23 Química
- 24 Ciencias de la vida
- 25 Ciencias de la tierra y del espacio
- 31 Ciencias agrarias
- 32 Ciencias médicas
- 33 Ciencias tecnológicas
- 51 Antropología
- 52 Demografía
- 53 Ciencias económicas
- 54 Geografía
- 55 Historia
- 56 Ciencias jurídicas y derecho
- 57 Lingüística
- 58 Pedagogía
- 59 Ciencia política
- 61 Psicología
- 62 Ciencias de las artes y de las letras
- 63 Sociología
- 71 Ética
- 72 Filosofía

6. Fecha finalización de estudios

- 2009-2011
- 2006-2008
- 2000-2005
- Años anteriores

7. Situación laboral

- Desempleado/a
- Trabajador en activo a tiempo parcial
- Trabajador en activo a tiempo completo

El Instituto Ideas

8. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 11*)

9. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

10. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?

- Sí (*pasa a la pregunta 14*)
- No

11. ¿Estás interesado en crear una empresa?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 15*)

12. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí *(pasa a la pregunta 15)*
- No

13. Explica tus motivaciones *(tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 15)*

14. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

15. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?

- Sí
- No *(pasa a la pregunta 17)*

16. ¿A través de qué medios?

17. Comentarios y sugerencias

Anexo 3. Pretest para PDI UPV²⁹

El presente cuestionario pretende averiguar el grado de conocimiento del servicio de asesoramiento ofrecido gratuitamente por el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas, a aquellos miembros de la comunidad universitaria de la UPV (alumnos, PDI, PAS) y titulados UPV interesados en crear una empresa.

Gracias por vuestra colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 30 años
- Entre 30 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

3. Perfil PDI

- Funcionario de los cuerpos docentes universitarios
- Personal contratado docente
- Investigador (técnico u otro personal)
- Personal de investigación en formación

4. Área de conocimiento (clasificación UNESCO)

Se puede marcar más de una opción. Si tienes dudas al respecto puedes consultar el documento accesible a la siguiente URL: <http://www.upv.es/upl/U0538257.xls>

- 11 Lógica
- 12 Matemáticas
- 21 Astronomía y Astrofísica
- 22 Física
- 23 Química
- 24 Ciencias de la vida
- 25 Ciencias de la tierra y del espacio
- 31 Ciencias agrarias
- 32 Ciencias médicas
- 33 Ciencias tecnológicas
- 51 Antropología
- 52 Demografía
- 53 Ciencias económicas
- 54 Geografía

²⁹ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

- 55 Historia
- 56 Ciencias jurídicas y derecho
- 57 Lingüística
- 58 Pedagogía
- 59 Ciencia política
- 61 Psicología
- 62 Ciencias de las artes y de las letras
- 63 Sociología
- 71 Ética
- 72 Filosofía

El Instituto Ideas

5. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 8*)

6. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

7. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?

- Sí (*pasa a la pregunta 12*)
- No

8. ¿Estás interesado en crear una empresa?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 13*)

9. ¿Quieres ser SPIN-OFF-UPV según la disposición 24 de la LOU, siendo la UPV socia con la calificación EBT?

- Sí
- No

10. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 13*)
- No

11. Explica tus motivaciones (*tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 13*)

12. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

13. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 15*)

14. ¿A través de qué medios?

15. Comentarios y sugerencias

Anexo 4. Pretest para PAS UPV³⁰

El presente cuestionario pretende averiguar el grado de conocimiento del servicio de asesoramiento ofrecido gratuitamente por el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas, a aquellos miembros de la comunidad universitaria de la UPV (alumnos, PDI, PAS) y titulados UPV interesados en crear una empresa.

Gracias por vuestra colaboración.

Perfil

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Edades

- Menor de 30 años
- Entre 30 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 65 años
- Más de 65 años

El Instituto Ideas

3. ¿Conoces el Instituto Ideas para la Creación y Desarrollo de Empresas? *

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 6*)

4. ¿Cómo lo conociste?

- Publicidad realizada por el Instituto Ideas (trípticos, carteles,...)
- Actividades de difusión realizadas por el Instituto Ideas (conferencias, jornadas, foros,...)
- Medios de comunicación (Web, prensa, RTV-UPV)
- Formación organizada por el propio Instituto Ideas
- Otros servicios de la UPV (CFP, SIE, CTT,...)
- Otras instituciones externas a la UPV (organismos públicos, CEEI,...)
- Profesores
- Amistades
- Otro: _____

5. ¿Has utilizado alguna vez el servicio de asesoramiento a emprendedores que ofrece gratuitamente el Instituto Ideas para crear tu propia empresa?

- Sí (*pasa a la pregunta 9*)
- No

³⁰ Las indicaciones puestas entre paréntesis y en cursiva indican los saltos determinados en la realización del cuestionario por las preguntas contingente. Si no aparece ninguna indicación se sigue el orden normal de lectura. Las aclaraciones han sido añadidas únicamente para hacer comprensible la presente versión en papel del cuestionario.

6. ¿Estás interesado en crear una empresa?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 10*)

7. ¿Utilizarías el servicio proporcionado por el Instituto Ideas para crear tu propia empresa? *

- Sí (*pasa a la pregunta 10*)
- No

8. Explica tus motivaciones (tras contestar a esta pregunta pasa a la pregunta 10)

9. ¿Te consideras satisfecho del servicio?

- Insatisfecho Poco satisfecho Regular Satisfecho Muy satisfecho

10. ¿Crees que el servicio ofrecido por el Instituto Ideas debería estar más publicitado?

- Sí
- No (*pasa a la pregunta 12*)

11. ¿A través de qué medios?

12. Comentarios y sugerencias

Anexo 5. Tablas de resultados “Perfil emprendedor”

Tabla 6. Tabla de frecuencias de la variable Edad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Validos			
Menos de 21	17	1,0	1,4
De 21 a 25 años	262	16,0	21,9
De 26 a 30 años	456	27,9	38,2
De 31 a 40 años	370	22,6	31,0
De 41 a 50	71	4,3	5,9
De 51 a 65	19	1,2	1,6
Total	1.195		100,0
Nulos	5	0,4	
Vacíos	437	26,7	
Total	1.637	100,0	

Tabla 7. Tabla de frecuencias de la variable Perfil UPV

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Validos			
Alumno UPV	1.089	66,5	78,2
Personal UPV	89	5,4	6,4
No UPV	215	13,1	15,4
Total	1.393		100,0
Vacíos	244	14,9	
Total	1.637	100,0	

Tabla 8. Tabla de frecuencias de la variable Alumnos y titulados UPV.

	Frecuencia	Porcentaje
Alumno de primero	21	1,9
Alumno de segundo	30	2,8
Alumno de tercero	59	5,4
Alumno de cuarto	38	3,5
Alumno de quinto	47	4,3
Alumno PFC	129	11,8
Alumno Postgrado	104	9,6
Antiguo alumno	661	60,7
Total	1.089	100,0

Tabla 9. Tabla de frecuencia de la variable Procedencia alumnos y titulados UPV

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Validos			
ADE	51	4,7	4,8
Arquitecto Técnico y Arquitecto	138	12,7	12,9
Bellas Artes	78	7,2	7,3
I. Caminos, Canales y Puertos y IT. Obras Públicas	40	3,7	3,7
I. Organización Industrial	52	4,8	4,9
IT. Agrícola e I. Agrónomo	80	7,3	7,5
IT. Diseño Industrial	101	9,3	9,5
IT. e I. Industriales	159	14,6	14,9
IT. e I. Informática	159	14,6	14,9
IT. e I. Telecomunicaciones	105	9,6	9,8
Otras titulaciones UPV	104	9,6	9,7
Total	1.067		100,0
Vacíos	22	2,0	
Total	1.089	100,0	

Tabla 10. Tabla de frecuencias de la variable Personal UPV

	Frecuencia	Porcentaje
Asociado	10	11,2
Becario	2	2,2
Funcionario de carrera	44	49,4
PAS	23	25,8
Profesor colaborador	10	11,2
Total	89	100,0

Tabla 11. Tabla de frecuencias de la variable Sector de procedencia del personal UPV

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Validos			
Agroalimentación	8	9,0	11,6
Bellas Artes	9	10,1	13,0
Energía y Medioambiente	2	2,2	2,9
Otros	11	12,4	15,9
Servicios de Ingeniería y Arquitectura	21	23,6	30,4
TIC	18	20,2	26,1
Total	69		100,0
Vacíos	20	22,5	
Total	89	100,0	

Tabla 12. Tabla de frecuencias de la variable Situación laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Vacíos			
Autónomo	83	5,1	9,0
Desempleado	497	30,4	54,0
Trabajador por cuenta ajena	340	20,8	37,0
Total	920		100,0
Vacíos	717	43,8	
Total	1.637	100,0	

Anexo 6. Tablas de resultados “Canales de difusión”

Tabla 13. Tabla de frecuencias de la variable canales de difusión.

	Frecuencia	Porcentaje
Amistades	388	22,0
Antiguos Alumnos	36	2,0
Carteles Ideas	165	9,4
CEEI	9	0,5
CFP	63	3,6
Conferencias Ideas	125	7,1
CTT	18	1,0
Cursos/Talleres Ideas	68	3,9
Día del emprendedor	32	1,8
Foro Empleo	42	2,4
Jornada motivación empresarial	98	5,6
Organismos públicos	14	0,8
Otro	51	2,9
Parque Innova	4	0,2
Prensa RTV-UPV	28	1,6
Profesores	64	3,6
SIE	33	1,9
Stands Ideas	61	3,5
Trípticos Ideas	88	5,0
Web Ideas	128	7,3
Web UPV	247	14,0
Total	1.762	100,0

Tabla 14. Tabla resumen de la variable Canales de difusión

	Frecuencia	Porcentaje
Actividades Ideas	358	20,3
Amistades	388	22,0
Formación Ideas	68	3,9
Instituciones externas	28	1,6
Medios de comunicación	401	22,9
Otros	34	1,9
Otros servicios UPV	166	9,4
Profesores	64	3,6
Publicidad Ideas	253	14,4
Total	1.762	100,0

Anexo 7. Tablas de resultados “Empresas constituidas”

Tabla 15. Tabla de frecuencias de la variable Sector

	Frecuencia	Porcentaje
Agroalimentación	5	1,3
Biotecnología	3	0,8
Energía y medioambiente	37	9,8
Otros	152	40,3
Servicios a otras empresas	31	8,2
Servicios de Ingeniería y Arquitectura	64	17,0
Servicios relacionados con la asistencia a la salud	11	2,9
TIC	69	18,3
Turismo	5	1,3
Total	377	100,0

Tabla 16. Tabla de frecuencia de la variable EBT

	Frecuencia	Porcentaje
EBT	28	25,0
Total	112	100,0