**ÍNDICE DE CONTENIDOS**

I. Introducción 21

1. Introducción 23

II. Marco teórico 29

1. La tercera misión de la universidad. 31

1.1. Marco teórico sobre la “tercera misión” 31

1.1.1. Propuesta de formalización de la “tercera misión” 32

1.2. La posición de la Comisión Europea sobre la “tercera misión”. 35

1.2.1. Horizonte 2020 (H2020) 36

1.2.2. El Instituto Europeo de Innovación y Tecnología (EIT) 39

1.3. La posición de España sobre la “tercera misión”. 44

1.3.1. Estrategia Universidad 2015 (EU2015) 44

1.3.2. Campus de Excelencia Internacional 45

1.4. La posición de las universidades valencianas sobre la “tercera misión”. 46

1.4.1. Campus HABITAT5U 46

1.4.2. VLC/CAMPUS 47

2. La iniciativa emprendedora. 48

2.1. La iniciativa emprendedora 48

2.2. La persona emprendedora en España: perfil y características 56

2.3. La actividad de creación de empresas en España 61

2.4. Plataformas de apoyo al emprendimiento 62

2.4.1. La cadena de valor del emprendimiento 63

2.4.2. Las plataformas de apoyo al proceso emprendedor en España 65

2.4.3. Las universidades como plataformas de apoyo en el proceso emprendedor 66

3. El emprendedor y su influencia en el entorno. 72

3.1. Definición de emprendedor, evolución histórica del concepto 72

3.2. Caracterización del emprendedor, principales enfoques. 76

3.3. La investigación en entrepreneurship, un análisis bibliométrico 77

3.3.1. Introducción a la bibliometría y elección de SCOPUS como fuente de análisis. 77

3.3.2. La investigación en entrepreneurship a nivel mundial. 78

3.3.3. La investigación en entrepreneurship en España. 84

3.3.4. La investigación en entrepreneurship en la Universitat Politècnica de València. 90

4. Conclusiones del marco teórico. 91

III. Hipótesis de partida y objetivos 98

1. Motivación 100

2. Hipótesis de partida 101

3. Objetivos 101

IV. Metodología de la investigación 106

1. Identificación de la población objetivo y recogida de datos 108

2. Diseño del cuestionario 108

3. Validación del cuestionario 109

4. Técnicas de análisis de datos 110

4.1. El programa utilizado 110

4.2. Introducción de datos y tratamiento de los mismos 110

4.3. Técnicas utilizadas 111

4.3.1. Estadística descriptiva. 111

4.3.2. Estadística multivariante 113

V. Estudio empírico y resultados de la investigación 117

1. Identificación de la población objetivo y recogida de datos 119

2. Diseño del cuestionario 123

2.1. Las variables relativas al perfil emprendedor e intención emprendedora. 125

2.1.1. El modelo de necesidades de McClelland 125

2.1.2. Cuestionario Características del Comportamiento Emprendedor (CCE) 130

2.2. Las variables relativas al papel de la universidad en la intención emprendedora 135

2.3. Las variables relativas al perfil socio-económico e intención emprendedora 138

3. Validación del cuestionario 142

3.1. Validez del contenido 142

3.2. Pretests 144

3.3. Fiabilidad de la escala 144

4. Perfil socio-económico e intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Validación en el Campus d´Alcoi de la Universitat Politècnica de València. 146

4.1. Hipótesis a contrastar 146

4.2. Estadística descriptiva: 147

4.2.1. Análisis de frecuencias 147

4.2.2. Tablas de contingencia 155

4.2.3. Prueba de independencia 165

4.3. Conclusiones 166

5. El papel de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Validación en el Campus d´Alcoi de la Universitat Politècnica de València. 169

5.1. Hipótesis a contrastar 169

5.2. Estadística descriptiva 170

5.2.1. Análisis de frecuencias 170

5.2.2. Tablas de contingencia 173

5.2.3. Prueba de independencia 175

5.3. Conclusiones 175

6. Perfil emprendedor e intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Validación en el Campus d´Alcoi de la Universitat Politècnica de València. 178

6.1. Hipótesis a contrastar 178

6.2. Estadística descriptiva: análisis de frecuencias 179

6.3. Comparativa agregada entre primeros y cuartos cursos 187

6.4. Comparativa por titulación y por curso 191

6.4.1. Grado en Administración y Dirección de Empresas 192

6.4.2. Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos 193

6.4.3. Grado en Ingeniería Eléctrica 195

6.4.4. Grado en Ingeniería Informática 197

6.4.5. Grado en Ingeniería Mecánica 199

6.4.6. Grado en Ingeniería Química 201

6.5. Conclusiones 203

7. Análisis factorial por componentes principales como nuevo modelo de evaluación del perfil emprendedor. 205

7.1. Hipótesis a contrastar 205

7.2. Análisis Factorial. El análisis de componentes principales 205

7.2.1. Matriz de correlaciones 205

7.2.2. Extracción factorial 208

7.3. Análisis discriminante 223

7.3.1. Modelo McClelland 226

7.3.2. Modelo obtenido 227

7.4. Conclusiones 229

8. Conclusiones del marco empírico y resultados de la investigación. 230

VI. Investigaciones futuras 242

VII. Bibliografía 248

1. Referencias bibliográficas. 250

2. Otras fuentes consultadas 262

VIII. Publicaciones y Congresos 268

1. Artículos Revistas 270

2. Congresos 270

IX. Apéndices 272

1. Listado figuras 274

2. Listado tablas 276

3. Cuestionarios 279

3.1. Encuesta tipo A: Cuartos cursos de grado 279

3.2. Encuesta tipo B: Primeros cursos de grado 285