

CAPÍTULO 50

PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO Y DE LA EMPRESA CREADA: EL CASO DE LA UMH

José María Gómez Gras

Domingo Galiana Lapera

Dolores López Martínez

Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

gras@umh.es / d.lopez@umh.es

INTRODUCCIÓN

Desde las universidades se hacen cada vez más esfuerzos por conseguir la inserción laboral de los titulados, y últimamente mediante una forma especial como es la creación de empresas por ellos mismos aprovechando la existencia de un gran número de programas diseñados para dar soporte a nuevas iniciativas empresariales.

Ello ha supuesto en muchas universidades pasar de potenciar su papel investigador, en los años ochenta, a enfatizar en los noventa la transferencia de tecnología, y actualmente a generalizar el interés por una particular modalidad de transferencia de tecnología, como es la generación de empresas innovadoras de base tecnológica (Roberts, 1970; Rothwell, 1986; Roberts y Malone, 1996; Carayannis et al., 1998) fundamentadas en la investigación universitaria, las denominadas “spin-off académicas” (Smilor et al., 1990; Samson y Gurdon, 1993; Van Tilburg y Van Der Sijde, 1998; Larios, 1999; Gómez et al., 2002d).

Los resultados alcanzados y las perspectivas de futuro muestran que las universidades pueden jugar un papel clave en el desarrollo de nuevas empresas y empresarios en sus respectivas áreas de influencia (Schaettgen y Werp, 1996; Mason y Harrison, 2000; Sapienza, 2000; Van Der Sijde, 2000; Anderson, 2002; Van Der Sijde et al., 2002a,b), sobre todo en aquellas basadas en tecnología a

J.M^a Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez

través de “spin-off”¹. Como consecuencia las universidades precisan desarrollar una mentalidad emprendedora, lo que implica potenciar esta cultura entre los estudiantes e investigadores, así como promover y valorar la creación de empresas de base tecnológica, facilitando los medios adecuados a los proyectos empresariales que puedan surgir.

En nuestro caso este objetivo fue concretado desde el origen de la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), procurando que los estudiantes tengan facilidades a través de las actividades complementarias que se desarrollan desde un servicio universitario como el Observatorio Ocupacional y encuadradas en el denominado Programa de Emprendedores Universitarios (PEU)².

Esta iniciativa tiene como finalidad fomentar la vocación e iniciativa empresarial entre los estudiantes y demás miembros de la comunidad universitaria que aspiren a poner en práctica un proyecto o una idea empresarial. Así, les orientamos hacia el negocio que quieren o pueden emprender, enfatizando el análisis tanto de los factores externos que pueden afectar al proyecto como de elementos específicos de su situación personal, laboral/profesional, características del mercado objetivo, necesidades a satisfacer, etc.

La presente comunicación, que supone una primera explotación descriptiva de algunos resultados de un estudio específico (Gómez et al., 2004), analiza la caracterización cuantitativa y cualitativa de los estudiantes emprendedores de la UMH y de las empresas creadas por ellos mismos, encontrada en un estudio exploratorio de las cinco primeras promociones desde la primera (1997-98) hasta la última disponible (2001-02).

1. Los beneficios socioeconómicos de las “spin-off” van desde la contribución al desarrollo de un entorno empresarial tecnológico y cercano a la Universidad, hasta la creación de puestos de trabajo altamente cualificados para los titulados universitarios, pasando por la facilitación de financiación de la investigación y su orientación a necesidades empresariales (Gómez et al., 2002c). Por ello en los últimos años se están realizando diversas experiencias en Europa sobre desarrollo de metodología y programas, impulsados para ofrecer orientación, asesoramiento y soporte a emprendedores universitarios con un proyecto que llevar a la práctica. Los programas suelen incluir ofertas variadas de: préstamos, consultoría básica, redes de negocios, incubadoras y otros servicios logísticos diversos (Testar et al., 2002; Solé et al., 2002; Gómez et al., 2002a; Marcos, 2002; Conesa et al., 2002; Van Der Sijde et al., 2002a).

2. En este contexto, la UMH desarrolló en 2000-02 con soporte de la Comisión Europea el proyecto piloto “*Development of Embryo Firms for the Transfer of Technology from the University*”, con el objeto de desarrollar una metodología y un programa de apoyo a la creación de “spin-offs” universitarias y cuyo resultado principal ha sido la puesta en marcha del Programa “*Embryo*” en la UMH (actualmente en su 3^a edición). Desde 2003 se ha continuado con un nuevo proyecto (“*Globalstart: New concepts to stimulate the creation of Global University Start-ups across an European Spin-off Programme*”), centrado en el desarrollo de metodología específica para promoción de “spin-offs” orientadas al mercado global (Gómez et al., 2003).

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

En relación con dicho propósito se fijaron los siguientes objetivos a alcanzar: cuantificar los titulados de la UMH que son emprendedores, global y por titulación cursada; conocer características personales y profesionales significativas de los emprendedores; determinar la naturaleza y tipología de la actividad emprendida; precisar algunos elementos interesantes del proceso de creación en cuanto a influencias recibidas y características relacionadas; y significar la complejidad encontrada por los emprendedores en el mercado mediante la decisión de crear la empresa.

El trabajo empírico sobre los objetivos enunciados se desarrolló a partir de un cuestionario propio, basado en diferentes estudios sobre emprendedores y bibliografía específica (Universidad Complutense de Madrid, 1997; Generalitat Valenciana, 1998; Euroforum, 1997; AJE, 2001; Universidad de Cádiz, 2002; UMH, 2002; Gómez et al., 2002b,e), entre una muestra significativa del conjunto de emprendedores de la UMH.

A efectos de diseño del estudio cuantitativo y de selección muestral se ha primado la distribución por titulaciones, tomando como universo la totalidad de egresados existentes en la UMH³, es decir, los titulados que se corresponden con las cinco promociones existentes de 1997 a 2002 y que según estudios previos desarrollan su profesión por cuenta propia (Gómez et al., 2002e). La población inicial alcanzó la cifra de 3.284 titulados, una vez eliminados todos aquellos individuos que no era factible su oportuna localización. La ficha técnica del trabajo buscaba alcanzar una muestra con un margen de confianza del 95 % y un error fijo del 3 %. La muestra resultante tenía un tamaño de 913 individuos que fueron seleccionados mediante muestreo aleatorio simple por titulaciones. Tras el diseño y preparación del estudio a principio de 2003 el trabajo de campo se realizó durante los meses de marzo y abril a través de entrevistas telefónicas personales, siendo los resultados validados posteriormente con dinámicas de grupo y entrevistas personales en profundidad con análisis del caso.

La población y la muestra aparecen distribuidas por titulaciones en la siguiente tabla:

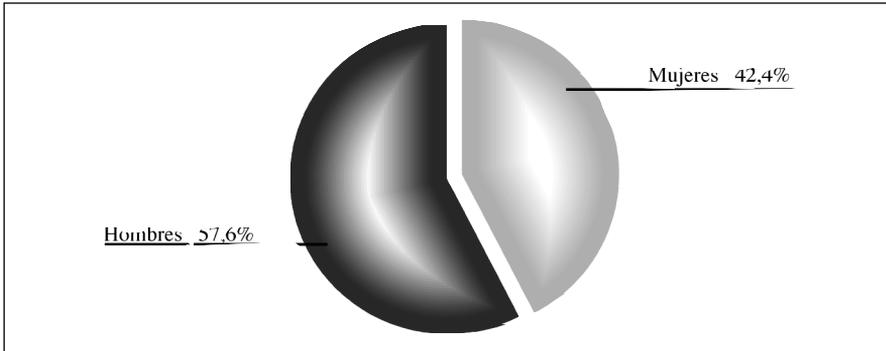
3. Al tratarse de una universidad joven las titulaciones se han ido implantando progresivamente, incrementándose los egresados desde las 7 titulaciones con las que se contaba en la primera promoción (1997-98) hasta las 23 con titulados del curso 2001-02, sobre un total de 31 ofertadas en la actualidad por la UMH. Así, han quedado fuera carreras todavía sin ninguna promoción como: Administración y Dirección de Empresas, Ciencias Políticas y de la Administración, Farmacia, Ingeniero Técnico en Informática de Gestión, Ingeniero Técnico Industrial, Ingeniero en Telecomunicaciones, Psicología y Terapia Ocupacional.

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez

TITULACIONES	Población	Muestra
Diplomado en Estadística	192	53
Diplomado en Fisioterapia	222	62
Diplomado en Podología	94	41
Diplomado en Relaciones Laborales	158	54
Ing. Técnico Agrícola, esp. Explotaciones Agropecuarias	176	53
Ing. Técnico Agrícola, esp. Hortofruticultura y Jardinería	321	67
Ing. Técnico Agrícola, esp. Industrias Agrarias y Alimentarias	351	67
Ing. Técnico Telecomunicación, Esp. Sistemas Electrónicos	10	10
Ing. Técnico Telecomunicación, Esp. Sistemas de Telecomunicaciones	20	11
Ing. Agrónomo	288	68
Ing. de Materiales	12	12
Ing. Técnico Agrícola	222	53
Licenciado en Antropología Social y Cultural	265	66
Licenciado en Ciencias y Técnicas Estadísticas	78	37
Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras	36	31
Licenciado en Ciencia y Tecnología de Alimentos	77	38
Licenciado en Ciencias Ambientales	24	9
Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado	81	38
Licenciado en Bellas Artes	30	10
Licenciado en Bioquímica	75	37
Licenciado en Derecho	12	7
Licenciado en Enología	22	22
Licenciado en Medicina	518	70
TOTAL	3.284	913

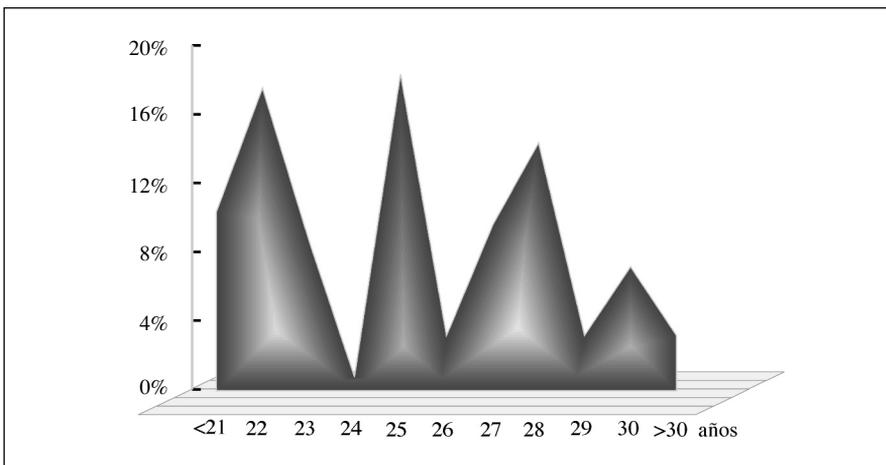
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

En primer lugar la clasificación de los emprendedores desde la variable “sexo” nos muestra globalmente un porcentaje ligeramente superior a favor de los hombres (57,6%), aunque con notables diferencias según las titulaciones cursadas en cada caso.

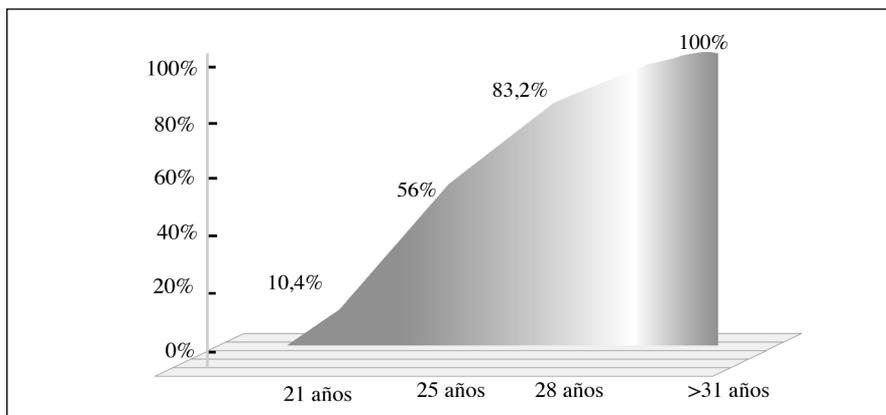
Perfil del emprendedor universitario...

La siguiente descripción tiene que ver con la edad a la que crean su empresa los titulados de la UMH, no sólo por sí misma sino para constatar si dan el paso los licenciados en mayor medida que los diplomados, complementándose también con la reflexión añadida sobre la titulación estudiada.

En el gráfico siguiente podemos ver dos claros picos destacados de los demás, concernientes con las edades de 22 y 25 años. En el primer caso, se puede corresponder con la fase siguiente a la terminación de una diplomatura, mientras que el segundo pico, aún más pronunciado, puede referirse a la etapa posterior tras cursar una licenciatura o, como también se argumenta después, a haber tenido una experiencia previa en el mercado laboral aprovechable para después crear su propia empresa. Esta última opción también puede ser aplicable al pico de los 28 años en el cual una madurez laboral/profesional puede llevarles a lanzar definitivamente una iniciativa empresarial.



J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez



La descripción se complementa observando a continuación en la tabla el ratio de emprendedores por titulación, en el caso de aquellas que cuentan con algún emprendedor en los cursos académicos contemplados en el estudio:

Emprendedores 1997-2002	Porcentajes
Diplomado en Podología	48,4%
Diplomado en Fisioterapia	16,2%
Ingeniero Técnico Agrícola	9,8%
Ing. Téc. Agrícola, esp. Hortofruticultura y Jardinería	8,2%
Ing. Téc. Agrícola, esp. Explotaciones Agropecuarias	8,0%
Ingeniero Agrónomo	7,4%
Diplomado en Estadística	5,7%
Licenciado en Enología	5,3%
Licenciado en Investigación y Tecnología de Mercado	5,3%
Licenciado en Ciencia y Tecnología de Alimentos	3,0%
Licenciado en Ciencia y Técnicas Estadísticas	2,9%
Licenciado en Antropología Social y Cultural	2,0%
Ing. Téc. Agrícola, esp. Industrias Agrarias y Alimentarias	1,8%
Licenciado en Medicina	1,0%

Estos datos arrojan una tasa global de emprendedores en la UMH que llega a un porcentaje del 6,8% de sus estudiantes. Sin embargo, la significación particular de cada titulación es muy diferente como se puede observar en la tabla anterior.

Perfil del emprendedor universitario...

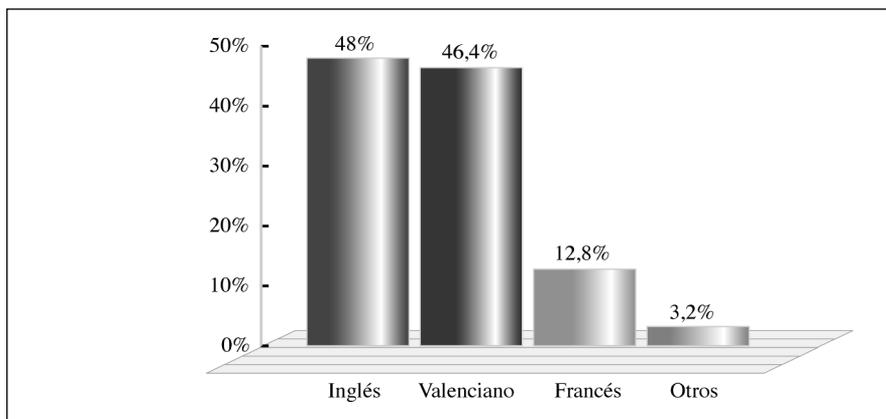
Así, destaca la Diplomatura de Podología, donde un 48.4% de sus titulados crea su propia empresa, seguida de la Diplomatura en Fisioterapia con un 16,2%. En un segundo grupo de significación media aparecen titulaciones del área agroalimentaria, con las ingenierías tanto técnica como superior de Agrónomos, así como las licenciaturas en Tecnología de los Alimentos y Enología. Por último, en un tercer grupo englobaríamos con porcentajes poco significativos al resto de titulaciones (de Ciencias Experimentales y Ciencias Sociales y Jurídicas).

Seguidamente abordamos un punto destacado que se corresponde con el “conocimiento del mercado laboral” antes de dar el paso de crear la empresa, obteniendo que el 79,2% de los emprendedores conocía el mercado laboral y en especial el sector donde posteriormente creó la empresa; y de éstos un 80% considera fundamental tener un contacto previo con el sector laboral antes de crear la empresa. Los medios por los que habían accedido nuestros emprendedores a “conocer el mercado laboral” antes de crear la empresa son: un 69,8%, por haber realizado prácticas en empresa, el 29,2% porque había trabajado antes, y un 1% porque continuó el negocio familiar.

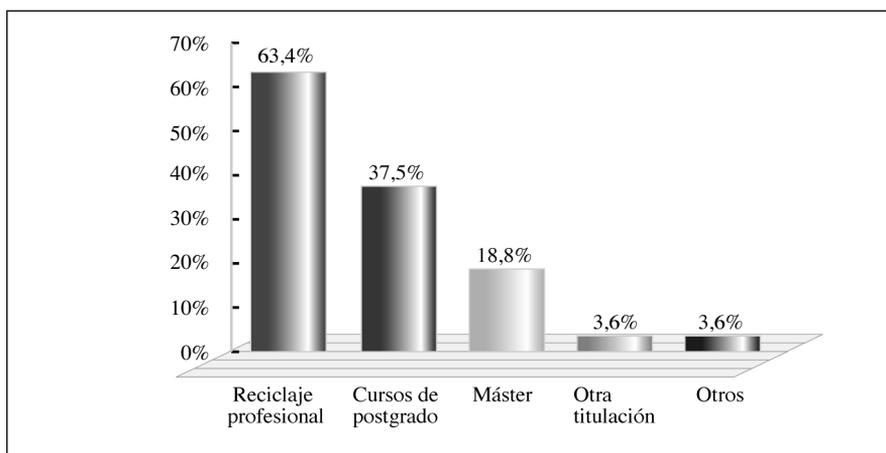
Cada vez es mayor el número de estudiantes que van atesorando experiencia laboral mientras cursan sus estudios, esto es trabajaban mientras estudiaban o bien realizan prácticas. En nuestro estudio dicho porcentaje alcanza una cifra considerable (84,8%), influyendo positivamente a la hora de adquirir experiencia en el mercado laboral y también conocimientos prácticos relacionados con los estudios y el mercado, así como contactos útiles, que posteriormente hacen más fácil la puesta en marcha de la empresa. Así mismo es significativo que el 20,8% trabajaban por cuenta ajena mientras estudiaban (y luego su salida laboral la orientaron al autoempleo), y que un 8,5% ya habían dado el paso de crear su empresa sin la necesidad de haber terminado su titulación.

Complementamos esta descripción personal fijándonos en uno de los factores más importantes de cualquier universitario, y en especial de los emprendedores, como es la formación complementaria aquí centrada en el conocimiento de idiomas por las posibilidades añadidas de negocio que puede representar, destacando claramente sobre los demás el conocimiento de Inglés, en un 48% de emprendedores, y de Valenciano (46,4%).

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lopera, D. López Martínez

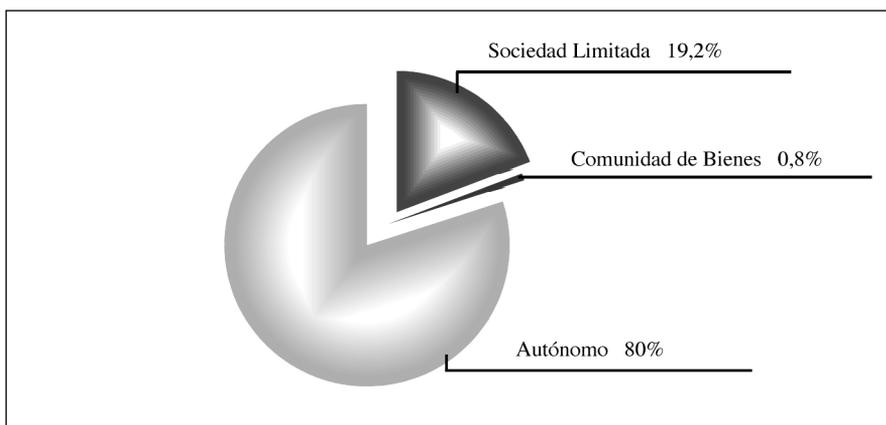


Además, una vez que los emprendedores han terminado su titulación universitaria y han puesto en marcha la empresa, continúan formándose, resaltando la afirmación del 89,6% de los encuestados tanto a través de reciclaje profesional (63,39%) como en cursos de postgrado y masters (56,3%).



CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA CREADA POR EL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

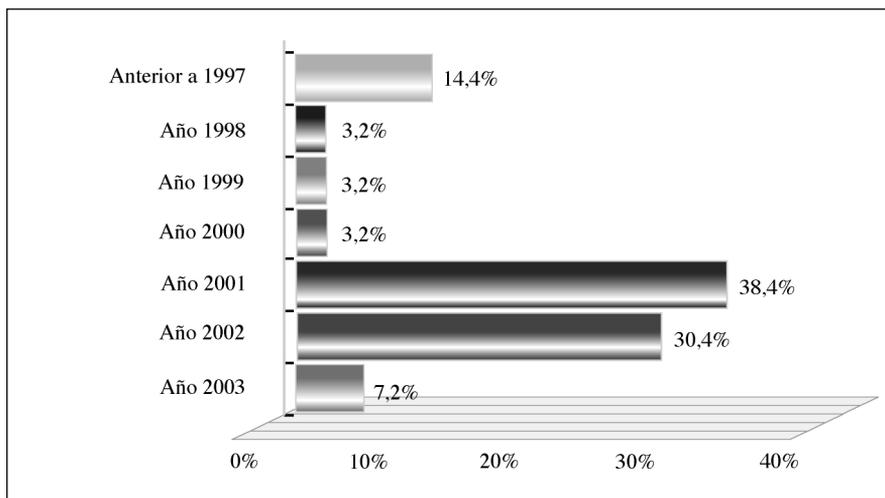
A continuación abordamos la descripción somera de las características de la empresa creada, empezando en el gráfico de la derecha por la forma jurídica otorgada a la empresa. Nos encontramos con que el 80% de los titulados cuando crean su empresa en un primer momento se dan de alta en la seguridad social como autónomos, lo que nos indica que la gran mayoría de ellos en un principio no se plantean la posibilidad de tener socios. Con menor significación algunos optan en un 19,2% de casos por la forma de “Sociedad Limitada”, y finalmente por el carácter marcadamente individual de las iniciativas empresariales emprendidas tan sólo un 0,8% constituyen una “Comunidad de Bienes”.



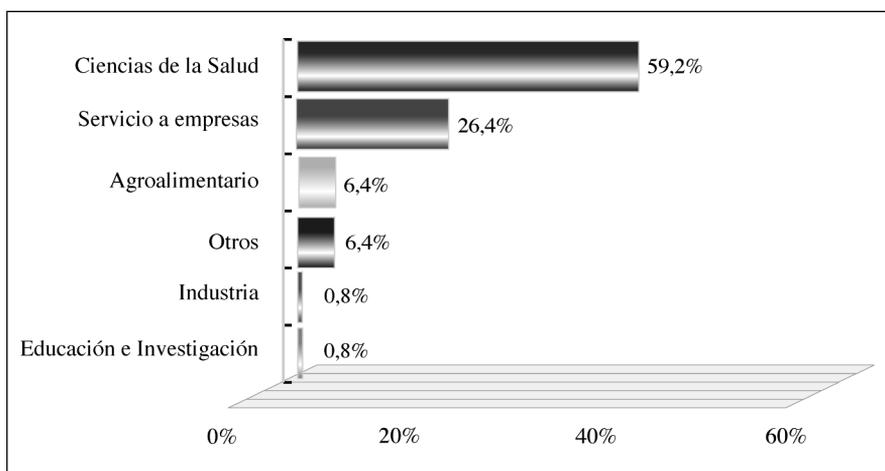
En el gráfico siguiente y como complemento a la edad en la que los emprendedores crean la empresa, ahora veremos en que año surgen, destacando el mayor porcentaje en el año 2001 con un 38,4% seguido con un 30,4% en 2002 y similar a estas cifras en una estimación para 2003⁴, lo que nos lleva a concluir que la progresión de estudiantes emprendedores en los últimos años es muy destacada en relación con los primeros años contemplados.

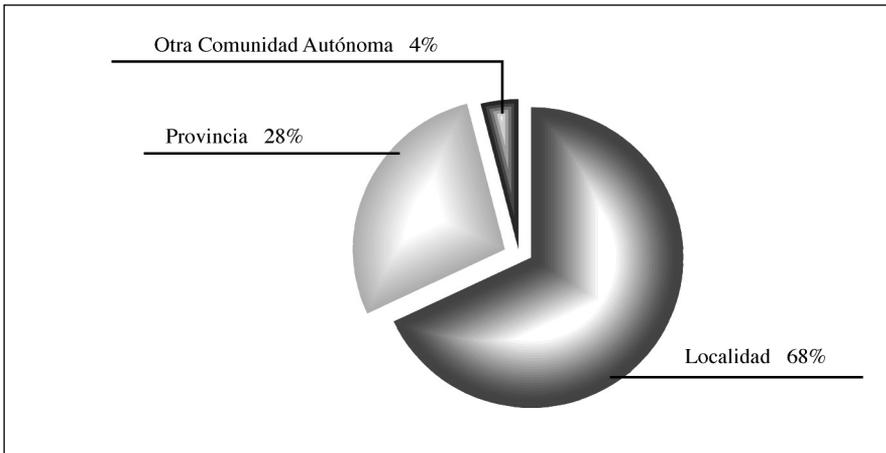
4. El porcentaje del año 2003 es menor al calcularse con datos hasta Febrero, pero la evolución de esos meses apunta una cifra final estimada como mínimo igual a la de sus dos años predecesores.

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez



Analizamos seguidamente el sector laboral donde crean la empresa los emprendedores de la UMH, que como es coherente tiene una relación directa con la titulación que cursaron. Igual como constatamos que las titulaciones más proclives para los emprendedores están en “Ciencias de la salud”, ahora parece corresponderse directamente con el sector laboral ya que como vemos el 59,2% de las empresas creadas son Clínicas de Fisioterapia o especializadas en Podología. Un segundo sector destacado es el de “Servicio a empresas” que está integrado por empresas como pueden ser: Consultorías, asesorías, gabinetes técnicos, etc.; quedando finalmente otros porcentajes menores pero igualmente confirmadores de la prescripción de los estudios cursados.

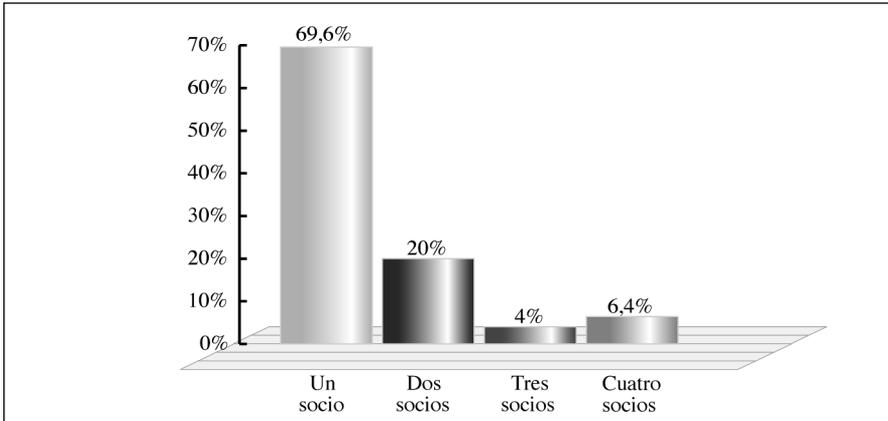


Perfil del emprendedor universitario...

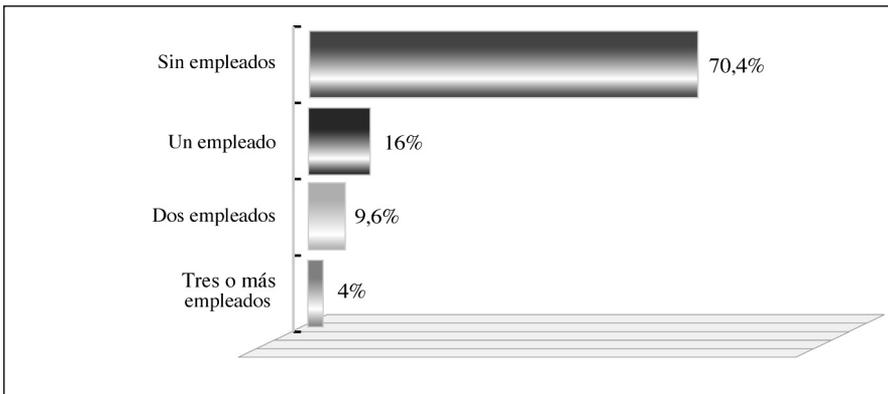
Otro aspecto significativo del perfil exploratorio es el lugar de constitución geográfica de la empresa. Arriba el gráfico de la derecha resalta como el 68% de los casos se corresponde con estudiantes que una vez terminan su carrera crean la empresa en su propia localidad de nacimiento, o en la provincia de Alicante (en nuestro caso) con un 28%. El resto lo hace fuera de la comunidad autónoma, es decir, en la práctica observada ninguno de los emprendedores entrevistados eligió otra provincia dentro de las tres que forman la Comunidad Valenciana.

En cuanto al número de socios y de empleados que conforman las empresas constituidas ya podíamos intuir que en ambos casos serían modestos. Como se anticipaba evidente, con el gran porcentaje de los emprendedores “autónomos”, ahora podemos observar en el gráfico que se pueden relacionar con el 69,6% que han contestado que crearon ellos solos la empresa sin necesidad de socios; aunque la cifra relativa es algo menor que en la categoría de “autónomos” pudiendo ser debido a que dos socios que crean una misma empresa pueden darse de alta cada cual por su lado, en lugar de optar formalmente por crear una “sociedad”. El resto de porcentajes son escasamente significativos por las mismas dificultades del enfoque adoptado.

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez



Por último en el gráfico siguiente, como complemento a la fuerza societaria determinada, se describe cuántas de las empresas tienen algún empleado y cuántas de ellas están formadas únicamente por sus creadores. La primera cifra que destaca es la correspondiente a las empresas que no tienen empleados (70,4%), razonable ya que la mayoría de las empresas como hemos visto anteriormente tienen menos de 2 años de antigüedad y experiencia en el mercado. El resto de porcentajes son claramente menores y cabe subrayar el 16% de empresas que tienen al menos un empleado.



OTROS FACTORES INFLUYENTES EN EL PROCESO

En este apartado vamos a recoger otras características personales y profesionales que han podido incidir en los emprendedores o en las empresas creadas por ellos.

Empezaremos por los emprendedores considerando su valoración sobre distintos rasgos propios que creemos debe tener un emprendedor, tomados de diferentes estudios incluidos en la bibliografía referenciada. Estas cualidades, que posee una persona emprendedora en un grado más alto que los trabajadores por cuenta ajena, son las siguientes: iniciativa, autoconfianza, creatividad, capacidad negociadora, realismo, asumir riesgos, persistencia, energía y motivación, aceptación de críticas, liderazgo, visión a largo plazo y habilidad de comunicación.

De todas las anteriormente enumeradas las mejor valoradas y que en sus experiencias han considerado como fundamentales en una persona con carácter emprendedor son:

1. Energía y motivación.
2. Iniciativa.
3. Habilidad de comunicación.

Por otra parte las menos destacadas de todas ellas, siempre considerando la valoración de los encuestados, son las siguientes:

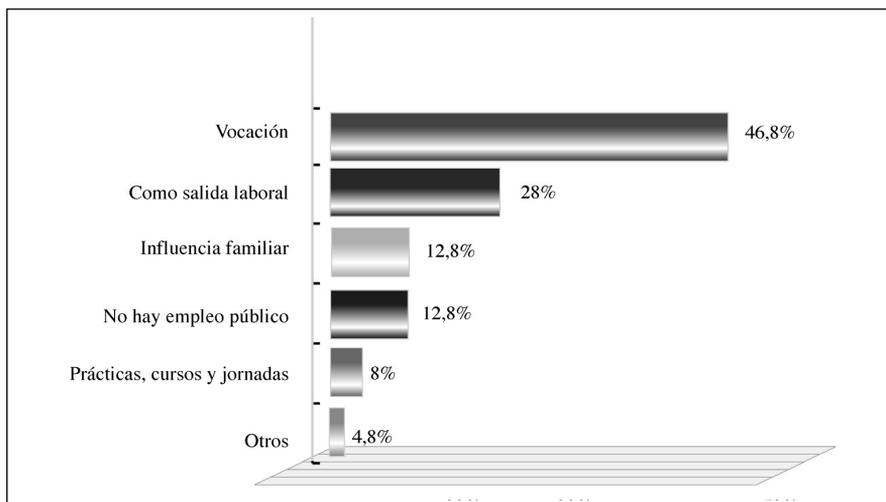
1. Capacidad negociadora.
2. Liderazgo.
3. Creatividad.

Además, en este perfil resalta la repercusión que han tenido los contactos con familiares o amigos en un 68,8% de los emprendedores, representando en los familiares un 58,4% de casos y los amigos un 17,6% (más algunos casos de influencia de ambas categorías, según la diferencia en exceso al sumar ambos porcentajes), siendo un 74% conscientes de haber recibido una influencia positiva para crear la propia empresa.

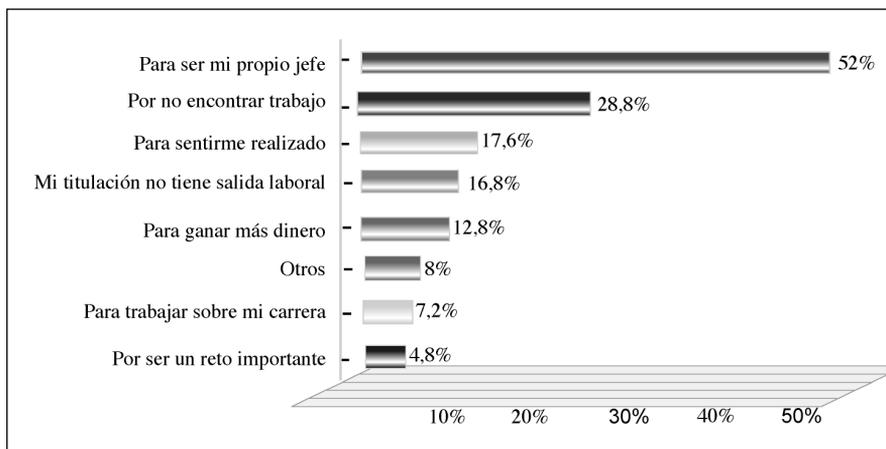
Otro aspecto revelador en muchas investigaciones tiene que ver con la media de satisfacción de los emprendedores con su trabajo, que concretamente alcanza una puntuación de 8,8. Una media tan alta nos muestra que, aún siendo muchas las dificultades de crear una empresa, el resultado es muy satisfactorio; como también ratificamos al analizar la variable “volver a crear la empresa” que muestra como la práctica totalidad, un 93,6%, de los emprendedores elegirían nuevamente esta posibilidad que les planteábamos, antes que trabajar para otra empresa.

Una explicación añadida para estas cifras tan altas puede apoyarse en la contestación a la razón fundamental que, llegado el momento de la inserción laboral, les hizo optar por la constitución de una actividad empresarial. Cerca de la mitad (46,8%) manifestó una clara vocación desde un principio por ser empresarios, no importándoles los posibles problemas que pudieran encontrarse, un 28% de los encuestados crearon su empresa para tener una salida laboral cuando terminaron sus estudios, el 12,8% llega a crear su empresa por la influencia familiar, y el resto se corresponde con aquellos que al no encontrar trabajo (que se relacionara con lo estudiado en la universidad) optaron por crear su empresa para poder poner en práctica todos los conocimientos adquiridos.

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez



Abundando en los resortes que les impulsaron a convertirse en empresarios, tenemos en “ser mi propio jefe” la razón fundamental que exponen les lleva a crear la empresa, dicha variable como muestra el gráfico de la derecha representa el 52% y pone de manifiesto el carácter independiente que poseen la mayoría de los emprendedores, queriendo ser dueños de su propio destino como un rasgo singular del carácter emprendedor. Las siguientes cifras se razonan desde el punto de vista del mercado laboral, puesto que un 28,8% crean la empresa “por no encontrar trabajo”, o porque consideran que “su titulación no tiene una salida laboral clara para trabajar por cuenta ajena” (16,8%), un 7,2% expone el motivo “para trabajar en lo estudiado en su carrera dando el salto al mercado laboral mediante el autoempleo”, o desde otra óptica complementaria un 17,6% contestaron la opción de “sentirse realizado”.



Una de las conclusiones menos comunes del estudio se corresponde con los problemas encontrados por los emprendedores a la hora de crear la empresa, y tiene que ver con que solo un 26,4% aduce la “falta de medios económicos”, menor que el 32,8% que se inclinan por señalar “los problemas burocráticos encontrados” en la creación efectuada.

El resto de porcentajes se corresponden con el grado de la experiencia y conocimiento del mercado laboral: “Falta de conocimientos de empresa” representa el 20%, “Falta de experiencia laboral en el sector en el que se va a crear la empresa” que alcanza un 10,4%, “Desconocimiento del sector laboral”, o la “Saturación del mercado” que arrojan el mismo porcentaje (6,4%), junto a otros restantes muy poco representativos.

Como complemento la realización de un plan de empresa para estimar la viabilidad antes de iniciar la actividad, fundamental como se señala habitualmente (Cañadas, 1996; Gómez, 1996; Gil, 1998; Sanchis, 1999; Gómez et al., 2002b), tan solo un 48% de nuestros emprendedores lo consideran verdaderamente importante⁵, y eso que en la UMH se otorgan créditos de libre configuración (2 por la realización del Plan con asesoramiento del PEU, y 8 por la constitución formal de la empresa).

CONCLUSIONES

El presente trabajo muestra una aproximación cuantitativa y cualitativa a la caracterización de los emprendedores universitarios de la UMH, empezando por el cálculo global de su tasa de creación de empresas que llega casi al 7%, siendo mayoritariamente varones de aproximadamente 27 años. Las titulaciones con mayor número de estudiantes emprendedores son: Podología con el 48,4% de sus titulados, Fisioterapia con 16,2% y las Ingenierías Técnicas Agrícolas con 9,8%; siendo menos significativas las tasas de otras carreras de Ciencias Experimentales y Ciencias Sociales y Jurídicas.

La mayoría de los emprendedores conocía el mercado laboral y en especial el sector donde posteriormente creó la empresa; considerando muy positivo tener un contacto previo con el sector laboral antes de crear la empresa (sobre todo mediante la realización de prácticas en empresa o por haber trabajado a la vez que se estudiaba), para adquirir experiencia en el mercado laboral y también cono-

5. Una de las actividades que fomenta la UMH es la realización de cursos de creación de empresas, tanto puntualmente como en forma de asignaturas curriculares, además de informar regularmente de la oferta disponible de otras instituciones; y aunque cada vez son más los estudiantes que los cursan hemos obtenido un porcentaje del 32% que consideramos bajo, a tenor de la utilidad de la información que se les brinda y del énfasis para la realización de un plan de empresa. Casi siempre se aduce como razones fundamentales: falta de información (61,7%), o de tiempo (28,4%).

J.Mª Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez

cimientos prácticos y contactos útiles relacionados con los estudios y el mercado para la puesta en marcha de la empresa.

Al tiempo consideran fundamental la formación complementaria, centrada en el conocimiento de Inglés en un 48% de emprendedores, así como la continuación de sus conocimientos (89,6%) tanto a través de reciclaje profesional (63,39%) como en cursos de postgrado y masters (56,3%).

En cuanto a las características personales que consideran fundamentales en su personalidad emprendedora son: habilidad de comunicación, iniciativa y energía, y motivación; por el contrario han sido menos valoradas: capacidad negociadora, liderazgo, o creatividad.

Por lo que respecta a las características relacionadas con la empresa creada, la forma jurídica más usada ha sido la figura de “autónomo” con el 80% de los emprendedores, con mayor número de casos en los últimos años analizados y constituidas con preferencia en la localidad de origen o en su defecto en su provincia, y cuyo destino mayoritario va al sector relacionado con ciencias de la salud (59,2%) por las titulaciones de Podología y Fisioterapia. A su vez una mayoría de empresas (69,6%) son constituidas con un solo socio y en un 70,4% de casos no tienen contratado a ningún empleado.

En el momento de decidir la puesta en marcha de la empresa reconocen la influencia positiva de familiares y amigos en una amplia mayoría. A la hora de señalar problemas sufridos, destacan en primer lugar la burocracia con un 32,8%, seguido del tradicional relacionado con la falta de medios económicos que en la muestra alcanza a un 26,4% de casos, o la carencia de conocimientos de empresa que representa al 20% (solo paliado por un 32% de los emprendedores que manifiestan haber realizado algún curso de creación de empresas).

Asimismo destaca la media de satisfacción de los emprendedores con su trabajo, que alcanza una puntuación muy alta (8,8), que se ratifica al manifestarse por la práctica totalidad que volverían a crear su empresa, antes que trabajar para otro. Una explicación añadida puede apoyarse en la clara vocación desde un principio por ser empresarios (46,4%), al margen de tener una salida laboral al terminar los estudios, poniendo de manifiesto el carácter independiente que, además, se subraya en un 52% de los que han querido “ser su propio jefe” como razón fundamental de crear la empresa.

Por último, señalar que este trabajo previo no está exento de limitaciones por su naturaleza exploratoria, presentando una explotación descriptiva de resultados con implicaciones a validar dentro de la investigación en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, M. (2002): "The changing role of researchers in entrepreneurship". Ponencia presentada en «USE IT International Conference in Entrepreneurship», Bonn, Abril (disponible en la web de la conferencia).
- ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS (AJE) (2001): "Perfil del joven empresario español 2001". Confederación Española de Jóvenes Empresarios, Madrid.
- CAPITAL HUMANO (2001): "El autoempleo juvenil y las principales conclusiones de la Encuesta sobre la Inserción Laboral". Revista editada por Bancaja, nº 12, julio.
- CASTILLO CEBALLOS, G. (2000): "De la Universidad al puesto de trabajo". Ed. Ediciones Pirámide, Madrid.
- CAÑADAS, M. (1996): "Cómo crear empresas rentables". Ediciones Gestión 2000, Barcelona.
- CARAYANNIS, E.G.; ROGERS, E.M.; KURIHARA, K. Y ALLBRITTON, M.M. (1988): "High-technology spin-offs from government R&D laboratories and research universities" *Technovation*, vol 18, nº 1, pp. 1-11.
- CONESA, F.; DALMAU, J.I. Y ALONSO, J.L. (2002): "Historical view of Programa IDEAS. The spin-off programme of the Institute for Creation & Development of Enterprises (ICDE)". En Van Der Sijde (2002a), pp. 289-317.
- DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ALICANTE (2000): "Estudio sobre la planificación de Viveros de Empresa". Excma. Diputación Provincial de Alicante, Alicante.
- EUROFORUM (1997): "Estudio sobre el emprendizaje en Europa 1997". Prod. Universum International AB, Estocolmo.
- GARCÍA-MONTALVO, J. (2001): "Formación y empleo de los graduados de enseñanza superior en España y en Europa". Fundación Bancaja, Valencia.
- GARCÍA-MONTALVO, J. y PEIRÓ, J. M^a. (2001): "Capital Humano, el mercado laboral de los jóvenes: formación, transición y empleo". Fundación Bancaja, Valencia.
- GENERALITAT VALENCIANA (1998): "Guía para crear tu empresa". Consellería de Economía, Hacienda y Empleo, Valencia.
- GIL ESTALLO, M.A. et al. (1998): "Cómo crear y hacer funcionar una empresa". Ed. ESIC, Madrid.
- GÓMEZ GRAS, J.M^a (1996): "Estrategias para la competitividad de las PYME. Especial referencia al proceso de creación de empresas". Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- GÓMEZ, J.M^a.; PASTOR, J.T.; GALIANA, D. y MIRA, I. (2002a): "EMBRYO: A programme for the promotion of academic spin-offs at the university". En Van Der Sijde et al (eds) (2002a), pp. 251-267.

J.M^a Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez

- GÓMEZ, J.M^a.; GALIANA, D.; MIRA, I. y LEÓN, D. (2002b): “Manual para la Creación de Empresas por Universitarios”. Universidad Miguel Hernández e IMPIVA, Alicante.
- GÓMEZ, J.M^a.; GALIANA, D. y MIRA, I. (2002c): “Development of Embryo firms for the transfer of technology from universities”. Universidad Miguel Hernández & European Commission (CDRom), Alicante.
- GÓMEZ, J.M.; MIRA, I. y GALIANA, D. (2002d): “El concepto de Pre-empresa como instrumento facilitador de spin-off universitaria: planteamiento y contraste de un modelo relacional”. Publicación del XII Congreso Nacional de ACEDE. Palma de Mallorca.
- GÓMEZ, J.M^a. et al. (2002e): “Informe de Inserción Laboral UMH 2002”. Universidad Miguel Hernández y Consejo de Universidades, Alicante.
- GÓMEZ, J.M.; MIRA, I. y GALIANA, D. (2003): “Desarrollo y gestión de un programa de apoyo a la creación de spin-off. El caso de la Universidad Miguel Hernández”. Publicación del II Congreso “CONIDEAS” (Sesión 20 de mayo: Gestión del conocimiento en el proceso de spin-off y start-up), Universidad Politécnica de Valencia.
- GÓMEZ, J.M^a.; GALIANA, D.; LÓPEZ, D. et al. (2004): “Estudio Emprendedores Universitarios”. Universidad Miguel Hernández de Elche (en prensa).
- LARIOS SANTOS, F. (1999): “La Creación de Empresas de Base Tecnológica. Experiencias Españolas, aspectos críticos y posibles soluciones”, Curso de Creación de Empresas de Base Tecnológica. Documentación Euroforum Escorial, Madrid, pp. 68-90.
- MARCOS, G., (2002): “The University of Santiago de Compostela model: key conditions to run a spin-off structure”. En Van Der Sijde et al. (eds) (2002), pp. 269-287.
- MASON, C. y HARRISON, R. (2000): “Business Angels are the answer to the entrepreneur’s dream”. En S. Birley, y D.F. Muzyka, “Mastering Entrepreneurship, the complete MBA companion in entrepreneurship”. Financial Times/Prentice Hall, London.
- ROBERTS, E.B. (1970): “How to succeed in a new technology enterprise”, Technology Review, vol. 23, diciembre, pp. 23-27.
- ROBERTS, E.B. y MALONE, D.E. (1996): “Policies and structures for spinning off new companies from research and development organizations”. R&D Management, vol 26, pp. 17-48.
- ROTHWELL, R. (1986): “The role of small firms in technological innovation”. En J. Curran, J. Stanworth, y D. Watkins (eds.), “The Survival of the Small Firms 2: Employment, growth, technology and politics”. Gower Publishing, Hants, cap. 7.
- SÁEZ, D.; TORRES, C. y SÁEZ F. (1997): “Observatorio de empleo de la Universidad Autónoma de Madrid. Resultados principales 1997”. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

- SÁEZ, D.; TORRES, C. y SÁEZ F. (1998): "Observatorio de empleo de la Universidad Autónoma de Madrid. Resultados principales 1998". Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- SAMSON, K.J. y GURDON, M.A. (1993): "University scientists as entrepreneurs: a special case of technology transfer and high technology venturing". *Technovation*, vol 13, nº 2, pp. 63-71.
- SANCHIS PALACIO, J.R. ET AL. (1999): "Creación y dirección de PYMES". Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- SAPIENZA, H.J. (2000): "What to expect from venture capitalist". En S. Birley, y D.F. Muzyka, "Mastering Entrepreneurship, the complete MBA companion in entrepreneurship". Financial Times/Prentice Hall, London.
- SCHAETTGEN, M. y WERP, R. (1996): "Good Practice in the Transfer of university technology to industry". Directorate General XIII, Telecommunications, Information Market and Exploitation of Research, European Commission.
- SMILOR, R.; GIBSON, D.V. y DIETRICH, G.B. (1990): "University spin-out companies: technology start-ups from UT Austin". *Journal of Business Venturing*, vol 5, pp. 63-79.
- SOLÉ, F.; COLL, J., y PUIGGERMANAL, R. (2002): "The Innova program. A contribution to the transformation of the UPC". En Van Der Sijde et al (eds) (2002), pp. 233-249.
- TESTAR, X.; RUBÍ, M.; VERDAGUER, M.C. y SANTACANA, F. (2002): "The university of Barcelona's model for promoting academic spin-off". En Van Der Sijde et al (eds) (2002), pp. 211-232.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (1997): "Proyecto Emprendizaje. Cuatro estudios sobre la universidad española". Fundación General de la UCM, Madrid.
- UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (2002): "Estudio para la evaluación del perfil emprendedor de los alumnos de la Universidad de Cádiz". Universidad de Cádiz, Cádiz.
- UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (2003): "Explorando las identidades profesionales". Servicio de Publicaciones de la Universitat de València, Valencia.
- UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE (1998): "¿Qué debes saber para buscar trabajo?". UMH, Alicante.
- UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE (2000): "¿Qué debes saber para mejorar tu "empleabilidad"?". Ed. UMH, Alicante.
- UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE (2000): "ISO 9000 en la pequeña y mediana empresa". IMPIVA & UMH, Alicante.
- UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE (1997-2002): "Memoria de actividades del Observatorio Ocupacional". UMH, Alicante.
- UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE (1997-2002): "Memoria de prácticas del Observatorio Ocupacional". Cursos académicos: 1997/98; 1998/99; 1999/00; 2000/01. UMH, Alicante.

J.M^a Gómez Gras, D. Galiana Lapera, D. López Martínez

- VAN DER SIJDE et al. (1999): "UNISPIN: Good Practice Guide". University of Twente. Enschede.
- VAN DER SIJDE, P. (2000): "The role of university networks in knowledge and technology transfer". En van der Sijde, Bloem H. y Ridder A., "Topics in Technology Transfer, essays in honor of Dick van Barneveld", Twente University Press, Enschede, pp. 41-50.
- VAN DER SIJDE, P.; RIDDER, A.; VAN BENTHEM, J. y GROEN, A. et al. (2002): "Entrepreneurship and Entrepreneurship Stimulation at the University of Twente". En Van Der Sijde et al. (eds) (2002a), pp. 167-193.
- VAN DER SIJDE, P. et al. (eds) (2002a): "Infrastructures for spin-off companies". Universidad Miguel Hernández y European Commission, Elche.
- VAN DER SIJDE et al. (eds.) (2002b): "New Concepts for Academic Entrepreneurship". Twente University Press, Enschede, pp. 129-149.
- VAN TILBURG, J.J. y VAN DER SIJDE, P. (1998): "The Unispin model, a systematic approach for the university spin-off development". 6th Annual Conference of High Technology Small Firms, Enschede.