



Educación XX1

ISSN: 1139-613X

ISSN: 2174-5374

educacionxx1@edu.uned.es

Universidad Nacional de Educación a Distancia
España

Contreras-Cueva, Angélica Beatriz; González-Morales, Olga
LA INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN Y OTRAS VARIABLES RELEVANTES EN LA
DECISIÓN DE EMPRENDER: DOS CASOS DE ESTUDIO COMPARADOS DE ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ESPAÑA Y MÉXICO

Educación XX1, vol. 22, núm. 2, 2019, Julio-, pp. 361-383

Universidad Nacional de Educación a Distancia
Madrid, España

DOI: <https://doi.org/10.5944/educXX1.22665>

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70666696016>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

LA INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN Y OTRAS VARIABLES RELEVANTES EN LA DECISIÓN DE EMPRENDER: DOS CASOS DE ESTUDIO COMPARADOS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ESPAÑA Y MÉXICO

(THE INFLUENCE OF EDUCATION AND OTHER RELEVANT VARIABLES ON THE DECISION TO BE AN ENTREPRENEUR: TWO COMPARED STUDY CASES OF STUDENTS OF SOCIAL AND LEGAL SCIENCES OF SPAIN AND MEXICO)

Angélica Beatriz Contreras-Cueva
Universidad de Guadalajara-CUCEA
Olga González-Morales
Universidad de La Laguna

DOI: 10.5944/educXX1.22665

Cómo referenciar este artículo/How to reference this article:

Contreras-Cueva, A. B. y González-Morales, O. (2019). La influencia de la educación y otras variables relevantes en la decisión de emprender: dos casos de estudio comparados de estudiantes universitarios de ciencias sociales y jurídicas de España y México. *Educación XX1*, 22(2), 361-383, doi: 10.5944/educXX1.22665

Contreras-Cueva, A. B. & González-Morales, O. (2019). The influence of education and other relevant variables on the decision to be an entrepreneur: two compared study cases of students of social and legal sciences of Spain and Mexico. *Educación XX1*, 22(2), 361-383, doi: 10.5944/educXX1.22665

RESUMEN

Los informes del *Global Entrepreneurship Monitor* indican que la tasa de iniciativa emprendedora española es baja respecto de la de otros países como es el que caso mexicano. Esta tasa se calcula en función del porcentaje de población emprendedora sobre el total de población adulta. El objetivo de este trabajo es analizar si esta situación se reproduce en los estudiantes universitarios. Se estudia la influencia de variables sociodemográficas (sexo,

titularidad del centro educativo pre-universitario, si el estudiante trabaja o no, titulación universitaria que estudia) y del entorno (antecedentes de familiares empresarios, niveles educativos de los padres) sobre la decisión de emprender en el futuro, comparando dos casos de estudio: la Universidad de La Laguna (España) y la Universidad de Guadalajara (México). La población analizada es el conjunto de estudiantes que cursan titulaciones de la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas. Se elabora un cuestionario que recoge información sobre las variables mencionadas, si está decidido o no a emprender en el futuro (variable dependiente), y las actitudes emprendedoras que permiten evaluar también aspectos subjetivos y de control. La muestra es de 1,102 estudiantes. Los datos se tratan con análisis estadísticos descriptivo, prueba Chi-cuadrado y modelo *logit*. Los resultados indican que los estudiantes mexicanos están más decididos a emprender que los españoles. Las variables influyentes varían según el país. Dos de las variables no tienen influencia (si el estudiante trabaja o no, nivel educativo de la madre). Para el caso español, las variables influyentes son: 1) titularidad del centro educativo pre-universitario, 2) titulación universitaria, 3) nivel educativo del padre; para el caso mexicano: 1) sexo, 2) titulación, 3) familiares empresarios.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento; universidad; actitudes emprendedoras; estudio de caso.

ABSTRACT

The Global Entrepreneurship Monitor reports indicate that the rate of Spanish entrepreneurship is low compared to that of other countries such as Mexico. This rate is calculated based on the percentage of the entrepreneur population over the total adult population. The objective of this paper is to analyze whether this situation is reproduced in university students. The influence of sociodemographic variables (sex, ownership of the pre-university educational center, whether the student works or not, university degree) and the environment (background of family members, educational levels of parents) on the decision to be an entrepreneur in the future, comparing two case studies: the University of La Laguna (Spain) and the University of Guadalajara (Mexico). The population analyzed is the group of students who study degrees in the branch of Social and Legal Sciences. A questionnaire is prepared that collects information on: the variables mentioned, whether or not it is decided to be an entrepreneur in the future (dependent variable) and entrepreneurial attitudes that allow for the

evaluation of subjective and control aspects. The sample is of 1,102 students. The data is treated with descriptive and multivariate statistical analysis, Chi-square test and logit model. The results indicate that Mexican students are more determined to become entrepreneurs than Spanish students. The influential variables vary according to the country. Two of the variables have no influence (whether the student works or not, the mother's educational level). For the Spanish case, the influential variables are: 1) ownership of the pre-university educational center, 2) degree, 3) educational level of the father; for the Mexican case: 1) sex, 2) degree, 3) family business.

KEYWORDS

Entrepreneurship; university; entrepreneurial attitudes; case study.

INTRODUCCIÓN

La inestabilidad de la economía mundial, los movimientos demográficos, los cambios políticos, y la sociedad del conocimiento están provocando cambios profundos en el mercado laboral global (Ackermann y Audretsch, 2013; Baumol, 2010; Thurik, Stam y Audretsch, 2013), que demanda nuevas cualificaciones y competencias, especialmente aquellas relacionadas con el emprendimiento y las actitudes asociadas (iniciativa, resolver problemas con creatividad, ser capaz de aprovechar las oportunidades, flexibilidad, trabajo en equipo). El espíritu emprendedor se configura, así, como un factor clave para la creación de nuevos empleos (Parker, 2018). Sin embargo, este factor no está distribuido homogéneamente entre los países, detectándose diferencias importantes; por ejemplo, el informe del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018) indica que, en el año 2017, la Tasa de Actividad Emprendedora (TAE: porcentaje de población emprendedora sobre el total de población adulta) fue más alta en América Latina (18,5%) que en Europa (8,1%), y esta diferencia es más acusada cuando se compara por países. Por ello, los gobiernos y las instituciones diseñan políticas y desarrollan medidas dirigidas a fomentar la competencia emprendedora en todos los niveles educativos.

La universidad no es ajena a este proceso, es consciente de su impacto en la sociedad (Audretsch, 2014; Eesley y Miller, 2018; Minello, Krüger, Johann y Bürger, 2019; Pugh, Lamine, Jack y Hamilton, 2018) e introduce cambios graduales en sus estructuras académicas para potenciar el espíritu emprendedor como competencia clave (Fichter, y Tiemann, 2018).

No obstante, también existen otros factores influyentes que deben ser considerados, asociados a variables sociodemográficas y del entorno.

El objetivo de este trabajo es analizar la influencia de estas variables en la decisión de emprender de los estudiantes universitarios, comparando dos casos de estudio de España y México. Según GEM (2018), México se sitúa en el lugar 17 de 54 países analizados, con una TAE del 14,1%, España ocupa el lugar 46 y su TAE es 6,2%. ¿Se reproducen estas diferencias en su población universitaria?

En el segundo apartado se realiza una revisión teórica de la influencia de determinadas variables sobre la decisión de emprender. En el tercer apartado se explica el método, describiendo los participantes, las hipótesis, el instrumento y las técnicas estadísticas utilizadas. El cuarto apartado recoge los resultados de los diferentes análisis estadísticos aplicados, y, en el quinto, se presentan las conclusiones.

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y DEL ENTORNO QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE EMPRENDER

Las primeras investigaciones sobre iniciativa empresarial se centraron en los rasgos de personalidad y características de los individuos (Brockhaus, 1982; McClelland, 1961). A este tipo de investigaciones se añadieron estudios sobre modelos que incluyen factores de conducta (Gartner, 1985; Van de Ven, Hudson, y Schroeder, 1984), así como modelos de intenciones (Boyd y Vozikis, 1994; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000; Shapero, 1975) que incorporan las actitudes para explicar mejor el proceso emprendedor.

En este trabajo se entenderá el emprendimiento como la capacidad y el deseo de personas que asumen riesgos en entornos de alta incertidumbre para crear nuevas empresas, porque identifican y aprovechan las oportunidades empresariales, usando recursos e instituciones (González-Morales, Peña y Mendoza, 2018); por tanto, la decisión de emprender (Y) surge de la conjunción de las características sociodemográficas del individuo y las condiciones del entorno $Y = F(X_s, X_e)$.

Los estudios de Davidsson (1995) relacionan variables personales (edad, sexo, educación, experiencia laboral, experiencia basada en procesos imitativos cognitivos del individuo que aprende del modelo de sus padres y educadores en los primeros años de vida, y de los propios compañeros, en la universidad) con las actitudes que influyen en las intenciones empresariales. Según Peterman y Kennedy (2003), también es crucial introducir la participación en la actividad empresarial y/o la educación empresarial en los análisis que incluyan modelos de intenciones. Kacperczyk (2013) incluye, además, la percepción que el entorno universitario tiene de las oportunidades empresariales.

Brenner, Pringle y Greenhaus (1991), Kourilsky y Walstad (1998), Sexton y Bowman-Upton (1990), y Shneor, Metin y Bayhan (2013) concluyen que los hombres son más propensos que las mujeres a la conducta empresarial, aunque se debe, sobre todo, a menores oportunidades y no a las preferencias de las mujeres.

En relación con la educación, Brunello (2002) asocia un mayor nivel educativo a un menor espíritu emprendedor; sin embargo, Atherton, Faria, Wu y Wu (2015) consideran que aumenta la probabilidad de emprender, especialmente en las mujeres; aunque no es imprescindible tener estudios universitarios, sí ayuda tener estudios relacionados con el campo económico-administrativo. Maresch, Harms, Kailer y Wimmer-Wurm (2016) comparan estudiantes de ingenierías y ciencias con los que estudian administración y dirección de empresas, concluyen que los primeros son más emprendedores; mientras que Wu y Wu (2008) confirman que los estudiantes con una educación empresarial muestran una mayor intención emprendedora, teniendo un impacto claro la elección de la titulación en la carrera personal.

Con respecto a los cursos de formación, las personas que más participan tienen más probabilidad de convertirse en empresarios, sobre todo, las mujeres (Ilie, Cardoza, Fernandez y Tejada, 2018; Nabi, Liñán, Fayolle, Krueger y Walmsley, 2017). Robson (1996) considera que la decisión de emprender depende de la actitud hacia el riesgo, pero Hsieh, Parker y van Praag (2017) entienden que puede cambiar con los años al adquirirse habilidades equilibradas que ayuden al proceso emprendedor. También se aprende con la experiencia laboral porque el individuo adquiere herramientas gerenciales que le permiten dirigir con éxito sus iniciativas, percibir con mayor facilidad las oportunidades y poseer la habilidad para aplicar conocimientos a la práctica (Álvarez y Barney, 2013; Iversen, Malchow-Møller y Sørensen, 2016).

En muchas ocasiones los empresarios descienden de familias con algún miembro empresario (Kantis, 2008). Estos antecedentes empresariales aumentan la probabilidad de que se repita ese patrón de actividad, pues, desde los primeros años de vida, los hijos observan los comportamientos emprendedores, aprenden a desarrollar capacidad creativa e innovadora, y tienen actitudes positivas hacia el emprendimiento (Carr y Sequeira, 2007; Hout y Rosen, 2000). En esta línea, Hundley (2006) argumenta que existe un efecto positivo entre la existencia de una empresa familiar y la adquisición de capital emprendedor (habilidades, valores, confianza, atributos).

El nivel educativo de los padres y la titularidad del centro educativo donde el estudiante realizó sus estudios pre-universitarios, habitualmente elegido por su familia, son variables del entorno que pueden influir también

en el emprendimiento. El debate centro público-centro privado se inició con los trabajos de Coleman, Hoffer y Kilgore (1982), que concluyeron que las escuelas privadas preparaban mejor a su alumnado. Estos resultados fueron confirmados por Chubb y Moe (1992) y Witte (1992); aunque Fligio y Stone (1997) reducen su influencia y la circunscriben a determinados grupos de estudiantes. González-Morales (2010) comprobó que los padres de estudiantes de centros privados tienen un nivel educativo más alto y su influencia sobre la decisión de proseguir estudios superiores es muy alta, sin embargo, la titularidad del centro no parece influir en el deseo de emprender, aunque los resultados son relativamente superiores en los centros públicos, no hay diferencias significativas con los centros privados.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivos y justificación del estudio

Este trabajo recoge una parte de los resultados del proyecto de investigación que se lleva a cabo entre la Universidad de La Laguna (ULL) de España y la Universidad de Guadalajara (UdeG) de México. Este proyecto tiene dos objetivos: 1) analizar el nivel implantado en estas universidades del modelo de la triple hélice que se sustenta en la propuesta de Etzkowitz y Leydesdorff (2000), y 2) recabar información sobre la actitud de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento que involucra dos componentes fundamentales: el aspecto emocional generado por la idea, y el comportamiento (predisposición a emprender). Este segundo objetivo es el que se desarrolla en este trabajo, su finalidad es elaborar un modelo que permita analizar la influencia de las variables independientes, señaladas en el apartado anterior, sobre la variable dependiente (estar decidido a emprender en el futuro).

Participantes: población y muestra

La población son los estudiantes universitarios, mexicanos y españoles, matriculados en 2015 en titulaciones de Grado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Se ha elegido esta rama de conocimiento a efectos de comparación, porque es donde existen más titulaciones afines entre ambos centros universitarios.

Se calculó una muestra estratificada por titulación universitaria al 95% de nivel de confianza y 5% de error muestral. Se obtuvo una muestra de 365 estudiantes matriculados en 6 titulaciones de ULL y de 751 estudiantes matriculados en 11 titulaciones de UdeG (Tabla 1). Los cuestionarios con

valores perdidos se eliminaron quedando la muestra definitiva en 357 para ULL y 745 para UdeG.

Tabla 1
Población y muestra

UdeG			
Titulaciones	Población	Muestra (e = .05)	Muestra obtenida
Administración	2,748	63	109
Administración Financiera y Sistemas	813	19	42
Administración Gubernamental y Políticas Públicas	600	14	29
Contaduría Pública	2,940	68	121
Economía	640	15	29
Mercadotecnia	2,233	51	96
Negocios Internacionales	2,455	57	108
Recursos Humanos	759	17	55
Sistemas de Información	593	14	15
Turismo	2,055	47	119
Gestión y Economía Ambiental	443	10	28
Total estudiantes	16,279	375	751
ULL			
Titulaciones	Población	Muestra (e = .05)	Muestra obtenida
Administración y Dirección de Empresas (ADE)	716	59	57
Contabilidad y Finanzas	819	67	67
Derecho	1,118	92	92
Economía	521	43	51
Relaciones Laborales	635	52	50
Turismo	496	41	48
Total estudiantes	4,305	353	365

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta

Hipótesis

La hipótesis general es que los estudiantes universitarios mexicanos son más emprendedores que los españoles.

Las hipótesis específicas se basan en las variables sociodemográficas y del entorno que pueden tener influencia sobre esa decisión.

- H1: Los hombres están más decididos a emprender en el futuro que las mujeres.
- H2: Los estudiantes que realizaron sus estudios pre-universitarios en centros públicos tienden a ser empresarios en mayor medida que los que han estudiado en centros privados.
- H3: El estudiante con experiencia laboral considera en mayor medida ser empresario.
- H4: La titulación universitaria influye en la decisión de emprender, siendo especialmente influyentes los estudios asociados a administración de empresas.
- H5: Tener familiares empresarios influye positivamente en que el estudiante se decida a emprender.
- H6: Los padres con estudios universitarios influyen positivamente en la decisión de sus hijos a emprender en mayor medida que los que no los tienen.

Instrumento y técnicas estadísticas aplicadas

Se recabó información a los estudiantes mediante un cuestionario que contiene preguntas (Tabla 2) sobre sus características sociodemográficas (sexo, titularidad del centro educativo pre-universitario, si trabaja o no, y la titulación universitaria en la que cursa sus estudios) y del entorno (antecedentes familiares empresarios, y nivel educativo de los padres). Luego se presenta un conjunto de preguntas acerca del espíritu emprendedor y las habilidades emprendedoras que valoran si el estudiante está decidido a emprender en el futuro, así como aquellas que evalúan las actitudes emprendedoras con aspectos subjetivos y de control (Contreras, Martínez, González-Morales y Álvarez, 2015).

La validación del instrumento resultó con Alfa de Cronbach .79 por lo que los ítems involucrados miden un mismo constructo y están fuertemente relacionados. De igual forma, la validación de los factores teóricos con KMO de .601 garantiza que la teoría está respaldada conceptualmente.

Tabla 2
Variables utilizadas en el análisis

Variable	Modalidad	Categoría	
Variable dependiente	Escala Likert con 5 alternativas (1 = <i>nada deseable</i> , 5 = <i>totalmente deseable</i>), recodificada en Variable dicotómica (1,2 y 3 = No, 4 y 5 = Sí)	Sí = 1	
Decidido a crear su empresa en el futuro		No = 0	
Variables sociodemográficas			
Variables independientes	Sexo	Variable dicotómica. Hombre y Mujer. Puede ser indicador de diferencias culturales y sociales.	Hombre = 1 Mujer = 0
	Titularidad	Variable dicotómica. Centro educativo, público o privado, en el que estudió el alumnado los niveles educativos previos a la universidad. El centro concertado español se integra como centro privado a efectos de comparación con los centros mexicanos. Puede reflejar las diferencias en la formación, en los rasgos personales, o en el nivel de renta familiar.	Centro público = 1 Centro privado = 0
	Trabaja	Variable dicotómica. Si el estudiante trabaja o no en el momento de la realización de la encuesta.	Sí = 1 No = 0
	Titulación	Variable categórica. Titulación que cursa el estudiante. Se integra al modelo de forma binaria.	Sí = 1 No = 0
	Variables del entorno		
	Familiar empresario	Variable dicotómica. Antecedentes familiares con empresa.	Sí = 0 No = 0
	Nivel educativo del padre	Variable PEstUnivers con 7 modalidades recodificada en Variable dicotómica. Si el padre tiene o no estudios universitarios.	Sí = 1 No = 0
Nivel educativo de la madre	Variable MEstUnivers con 7 modalidades recodificada en Variable dicotómica. Si la madres tiene o no estudios universitarios.	Sí = 1 No = 0	
Evaluación de actitudes emprendedoras			
Actitud hacia el emprendimiento	— Si tuvieras oportunidad y recursos ¿te gustaría crear una empresa?	Sí = 1 No = 0	
	— Entre varias opciones ¿preferirías hacer otra cosa antes que emprender tu propio negocio?		
	— Ser un empresario ¿te supondría una satisfacción?		
Aspectos subjetivos	Si decidieras crear una empresa o ser autoempleado	Sí = 1 No = 0	
	— Mis amigos aprobarían mi decisión		
	— Mi familia más directa aprobaría mi decisión		
Aspectos de control	— Mis compañeros aprobarían mi decisión	Sí = 1 No = 0	
	— Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mi		
	— Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa		
	— Si se tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo		
	— Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa		

Primero se realiza un análisis descriptivo comparado de todas las variables. Después se aplica la prueba Chi-cuadrado (χ^2) para comprobar si existen diferencias significativas entre las respuestas a las variables independientes respecto de la variable dependiente. Por último, se plantea un modelo *logit* para cada caso de estudio que pondere la influencia de las distintas variables sobre la variable dependiente. Este modelo permite analizar si una variable binomial depende o no de otras variables no necesariamente binomiales, y es útil cuando se desea realizar una interpretación de los resultados a partir de los signos de los coeficientes estimados. El modelo *logit* planteado representa la probabilidad de que el estudiante sí tenga decidido crear su empresa en el futuro (tomando valor 1), dado un valor determinado de Y que expresa la combinación lineal siguiente:

$$p = \frac{e^y}{1 + e^y}$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{sexo} + \beta_2 \text{titularidad} + \beta_3 \text{trabajo} + \beta_4 \text{familiar empresario} + \\ + \beta_5 \text{PEstUnivers} + \beta_6 \text{MEstUnivers} + \beta_6 \text{titulación}$$

RESULTADOS

Resultados descriptivos

Las variables con porcentaje similar entre ambos centros universitarios (Tabla 3) son sexo (más del 50% son mujeres), titularidad del centro pre-universitario (más del 80% estudiaron en centros públicos) y nivel educativo de la madre (alrededor del 25% tiene estudios universitarios).

El resto de variables independientes presentan algunas diferencias interesantes. La mitad del alumnado mexicano trabaja (49%), frente al 13% de los estudiantes españoles. Alrededor de la mitad de los estudiantes españoles tiene familiares empresarios, en el caso mexicano es el 64%. El porcentaje de padres con estudios universitarios es superior en México. En cuanto a la variable dependiente, el 39% del alumnado español reconoce estar decidido a crear una empresa en el futuro, frente al 69% del alumnado mexicano.

Tabla 3
Descripción de las variables por universidad

Variables		Modalidad	%UdeG	%ULL
Decidido a crear su empresa	No		31.0	61.0
	Sí		69.0	39.0
Variables sociodemográficas				
Sexo	Mujer		53.0	58.0
	Hombre		47.0	42.0
Titularidad	Privado		19.0	14.0
	Público		81.0	86.0
Trabaja	No		51.0	87.0
	Sí		49.0	13.0
Titulación	ADE		14.5	15.6
	Contabilidad y Finanzas		16.1	18.4
	Derecho			25.2
	Economía		3.9	14.0
	Relaciones Laborales			13.7
	Turismo		15.8	13.2
	Administración Financiera y Sistemas		5.6	
	Administración Gubernamental y Políticas Públicas		3.9	
	Mercadotecnia		12.8	
	Negocios Internacionales		14.4	
	Recursos Humanos		7.3	
	Sistemas de Información		2.0	
	Gestión y Economía Ambiental		3.7	
Variables del entorno				
Familiar empresario	No		36.0	50.0
	Sí		64.0	50.0
PEstUnivers	No		65.5	86.9
	Sí		34.5	13.1
MEstUnivers	No		73.2	75.9
	Sí		26.8	24.1

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta

La Tabla 4 recoge la evaluación de las actitudes. Los resultados globales sobre la actitud hacia el emprendimiento (94.1%) y los aspectos subjetivos sobre su percepción de la opinión de las personas de su entorno más cercano (95.4%) son muy positivos, sin diferencias significativas entre universidades; pero la opinión de sí mismos sobre la posibilidad de controlar y mantener la empresa en funcionamiento (aspectos de control) es relativamente más baja (58.1%), con diferencias acusadas entre universidades, siendo casi el doble en UdeG (68.4%) que en ULL (36.7%).

Tabla 4
Evaluación de las actitudes emprendedoras

Resultado global		%Todos	%UdeG	%ULL
Actitud hacia el emprendimiento	Sí	94.1	94.5	93.2
	No	5.9	5.5	6.8
Aspectos subjetivos	Sí	95.4	95.2	95.9
	No	4.6	4.8	4.1
Aspectos de control	Sí	58.1	68.4	36.7
	No	41.9	31.6	63.3

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta

Resultados de Chi-cuadrado

En la Tabla 5 se presentan los porcentajes del cruce entre la variable dependiente y las variables independientes, y los resultados de χ^2 .

La hipótesis nula H_0 indica que estar decidido o no a crear su empresa en el futuro es independiente de la variable relacionada. Si $p < .05$, se rechaza H_0 , ambas variables son dependientes y existe relación entre ellas. Esto significa que existe menos de 5% de probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta. Si $p > .05$, el resultado no es significativo y ocurre lo contrario.

En el caso de UdeG las variables sexo, titulación y tener familiares empresarios influyen en la decisión de emprender y, en ULL, titularidad del centro pre-universitario, titulación y nivel educativo del padre.

Tabla 5
Tabla de contingencia

Variables/Modalidad		%UdeG		χ^2	%ULL		χ^2
Decidido a crear en el futuro su empresa		No	Sí		No	Sí	
Variables sociodemográficas							
Sexo	Mujeres	60.9	49.1	.003	59.0	55.2	.478
	Hombres	39.1	50.9		41.0	44.8	
Titularidad	Privado	18.7	17.5	.706	16.7	8.4	.004
	Público	81.3	82.5		83.3	91.6	
Trabaja	No	55.2	49.7	.164	87.4	85.3	.571
	Sí	44.8	50.3		12.6	14.7	
Titulación	ADE	13.0	15.2	.000	10.8	23.0	.001
	Contabilidad y Finanzas	11.8	18.0		16.2	21.7	
	Derecho				31.1	16.1	
	Economía	7.0	2.5		16.2	10.5	
	Relaciones Laborales				14.4	12.6	
	Turismo	14.0	16.8		11.3	16.1	
	Adm. Financiera y Sistemas	6.1	5.4				
	Adm. Gubernamental y Polít. Púb.	4.3	3.6				
	Mercadotecnia	13.0	12.7				
	Negocios Internacionales	11.7	15.5				
	Recursos Humanos	8.3	6.9				
	Sistemas de Información	3.0	1.5				
	Gestión y Economía Ambiental	7.8	1.9				
Variables del entorno							
Familiar empresario	No	46.5	30.7	.000	49.5	51.7	.682
	Sí	53.5	69.3		50.5	48.3	
PEstUnivers	No	69.6	63.7	.623	90.5	81.1	.000
	Sí	30.4	36.3		9.5	18.9	
MEstUnivers	No	76.5	71.8	.209	75.2	76.9	.450
	Sí	23.5	28.2		24.8	23.1	

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta

Resultados del modelo *logit*

Un aspecto fundamental es verificar la relación que pueda existir simultáneamente entre las variables independientes y la variable dependiente, y el peso de cada una sobre la variable dependiente. Para ello se diseña el modelo *logit*.

Los resultados de las pruebas de bondad de ajuste sobre los coeficientes del modelo son significativos (sig. = .000) para ambas universidades, y la prueba de Hosmer y Lemeshow es .337 para ULL y .902 para UdeG.

Otros aspectos importantes son la sensibilidad y la especificidad del modelo. La sensibilidad son los porcentajes correctos que corresponden a la fila de las respuestas afirmativas, es decir, si está decidido a crear su empresa en el futuro, y la especificidad, lo contrario. La Tabla 6 presenta la clasificación de acierto/error que evalúa la capacidad predictiva del modelo propuesto. Para ULL la sensibilidad es baja (42.7%) y la especificidad alta (82.7%), indican que el modelo clasifica bajo a los que sí consideran crear empresas y alto a los que no; en el caso de UdeG es al revés, la sensibilidad alta (95.9%) y la especificidad baja (19.2%). El porcentaje global es aceptable para ambos modelos con una probabilidad de acierto en el resultado de la variable dependiente del 66.7% para ULL y del 72.3% para UdeG.

Tabla 6
Clasificación acierto/error

ULL		Casos seleccionados		%correcto
		No	Sí	
Observado	No	177	37	82.7
	Sí	82	61	42.7
Total				66.7
UdeG		Casos seleccionados		%correcto
		No	Sí	
Observado	No	44	185	19.2
	Sí	21	495	95.9
Total				72.3

Fuente: elaboración propia a partir de los outputs del modelo

La dependencia que muestran los valores de la razón de verosimilitud, así como los Std., se observa en la Tabla 7. Los errores típicos son pequeños para todas las variables, razón por la que se consideran válidos los modelos y sus estimadores de coeficientes. La columna Sig. muestra la significación del cambio de verosimilitud, siendo significativo cuando sig.<.05. Los resultados para algunas variables no son significativos, sin embargo, la interpretación de los signos de los coeficientes resulta útil para demostrar el comportamiento de la variable.

Tabla 7
Coeficientes estimados del modelo logit

ULL						
a) Logistic Regression					N = 357 χ^2 (11) = 34.59 Prob> χ^2 = .000 R2 = .125	
-2 Log de la verosimilitud 444.099						
Y	B	ET	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Sexo	-.039	.242	.026	1	.872	.962
Titularidad centro secundaria	1.014	.377	7.222	1	.007	2.757
Trabaja	.279	.348	.642	1	.423	1.321
Familiar con negocio	.109	.231	.224	1	.636	1.116
PEstUnivers	.957	.373	6.588	1	.010	2.605
MEstUnivers	-.256	.297	.743	1	.389	.774
Titulación			17.677	5	.003	
ADE	.549	.409	1.797	1	.180	1.731
Contabilidad y Finanzas	.153	.397	.148	1	.700	1.165
Derecho	-.849	.389	4.771	1	.029	0.428
Economía	-.530	.443	1.433	1	.231	.589
Relaciones Laborales	-.298	.431	.478	1	.489	.742
Constante	-1.252	.521	5.768	1	.016	.286
UdeG						
b) Logistic Regression					N = 745 χ^2 (16) = 66.151 Prob> χ^2 = .000 R2 = .120	
-2 Log de la verosimilitud 853.165						
Y	B	ET	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Sexo	.615	.177	12.028	1	.001	1.850
Titularidad centro secundaria	.133	.223	.360	1	.549	1.143
Trabaja	.097	.172	.317	1	.573	1.102
Familiar con negocio	-.754	.175	18.529	1	.000	.470
PEstUnivers	.285	.205	1.930	1	.165	1.330
MEstUnivers	-.004	.219	.000	1	.985	.996
Titulación			37.022	10	.000	
ADE	1.620	.465	12.125	1	.000	5.055
Contabilidad y Finanzas	1.831	.469	15.246	1	.000	6.240
Economía	-.045	.566	.006	1	.937	.956
Turismo	1.718	.463	13.777	1	.000	5.575
Adm. Financiera y Sistemas	1.090	.528	4.261	1	.039	2.974
Adm. Gubernamental y Políticas Púb.	1.051	.571	3.391	1	.066	2.861
Mercadotecnia	1.510	.471	10.276	1	.001	4.528
Negocios Internacionales	1.699	.468	13.175	1	.000	5.468
Recursos Humanos	1.508	.505	8.932	1	.003	4.519
Sistemas de Información	.514	.674	.580	1	.446	1.671
Constante	-.846	.472	3.218	1	.073	.429

Fuente: elaboración propia a partir de los outputs del modelo

Los resultados de ULL muestran que la *titularidad* influye en la decisión de emprender en aquellos estudiantes que provienen de *centros públicos* y *padres con estudios universitarios*. Las titulaciones se introducen en el modelo mediante 6 variables binarias, tomando como categoría de referencia *Turismo* para ULL. Los resultados globales fueron significativos (sig. = .003), pero solo la titulación de *Derecho* es significativa (sig. = .029) con menor probabilidad que la categoría de referencia, esto indica que la probabilidad sobre la decisión de emprender es similar para el resto de titulaciones (ADE, Contabilidad y Finanzas, Economía y Relaciones Laborales) a la obtenida en la categoría de referencia.

Los resultados de UdeG indican que el *sexo* es significativo, estando los hombres más decididos a crear su propia empresa. También resulta significativo tener familiares empresarios. Las titulaciones fueron introducidas en el modelo mediante 11 variables binarias, tomando como referencia Gestión y Economía Ambiental. Resultaron significativas 7 titulaciones (ADE, Contabilidad y Finanzas, Turismo, Administración Financiera y Sistemas, Mercadotecnia, Negocios internacionales, y Recursos Humanos).

En el modelo *logit* no se pueden interpretar las estimaciones de los coeficientes directamente como los efectos marginales de las variables explicativas sobre la dependiente. En este caso, la derivada de la función de distribución logística con respecto a la variable explicativa es $X_j = P_i (1 - P_i) \beta_j$, donde $P_i = P(Y_i = 1)$. Esta derivada depende del valor de las variables independientes, por esta razón suele calcularse el vector de las medias muestrales. En la práctica es usual realizar únicamente la interpretación de los signos de los coeficientes estimados, de tal forma que, si β_j es positivo, un aumento en el valor de la variable se interpreta como el aumento en la probabilidad de escoger la primera opción, es decir, si han decidido emprender en el futuro; si el coeficiente es negativo implica lo contrario.

El coeficiente para la categoría de referencia se calcula cambiando el signo al resultado de la suma de los coeficientes β asociados al resto de las titulaciones (Tabla 8). Para ULL, el coeficiente de *Turismo* es .975, es positivo y $\text{Exp}(\beta) = e^{.975} = 2.6512$ mayor que 1, lo cual indica que para el Grado en *Turismo*, los estudiantes sí han decidido crear su propia empresa en el futuro respecto del conjunto de las otras 5 titulaciones. Para UdeG, el coeficiente de Gestión y Economía Ambiental es -12.496 y $\text{Exp}(\beta) = e^{-12.496} = .000$ menor que 1, entonces, para esta titulación los estudiantes no han decidido crear su empresa en el futuro en comparación con el resto de titulaciones.

Tabla 8
Coeficientes de las titulaciones

Titulación	ULL	UdeG
	β	β
ADE	.549	1.620
Contabilidad y Finanzas	.153	1.831
Derecho	-.849	—
Economía	-.530	-.045
Relaciones Laborales	-.298	—
Turismo	.975	1.718
Administración Financiera y Sistemas		1.090
Administración Gubernamental y Políticas Públicas		1.051
Mercadotecnia		1.510
Negocios Internacionales		1.699
Recursos Humanos		1.508
Sistemas de Información		.514
Gestión y Economía Ambiental		-12.496

Fuente: elaboración propia a partir de los outputs del modelo

Para facilitar la interpretación de los coeficientes del modelo *logit* es frecuente comparar su valor obteniendo resultados del efecto de la variable independiente sobre la probabilidad del suceso, es decir, si estar decidido a crear su propia empresa en el futuro tiene un efecto mayor o menor para cada variable explicativa.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo fue analizar las variables sociodemográficas y del entorno de los estudiantes universitarios y su efecto sobre la decisión de emprender en el futuro, comparando dos casos de estudio de España y México.

La hipótesis general se demostró porque los estudiantes universitarios mexicanos son más emprendedores y tienen una opinión de sí mismos sobre posibilidad de logro superior a los estudiantes universitarios españoles, en consonancia con los informes del GEM (2018). Destaca positivamente la actitud hacia el emprendimiento del estudiante y la percepción que tiene

de sus allegados con respecto a la posibilidad de que pueda emprender en el futuro; sin embargo, los resultados son relativamente más bajos cuando el estudiante sopesa su situación y las posibilidades de éxito, sobre todo en el caso español.

Las variables sociodemográficas y del entorno influyen en esta decisión, pero con algunas diferencias entre ambos casos de estudio.

No existen diferencias significativas por sexo (hipótesis 1) en el caso de los estudiantes españoles, pero sí en el caso de los mexicanos, siendo los hombres más emprendedores. Este resultado es similar a los obtenidos en los estudios de Shneor *et al.* (2013), aunque ya se ha señalado que no es una cuestión de preferencias sino de oportunidades, las cuales pueden ser diferentes en España y México en función de la estructura de sus sistemas educativos o de otras variables del entorno que puedan influir, lo cual abre una futura vía de trabajo.

La titularidad del centro en el que el alumnado realizó sus estudios pre-universitarios (hipótesis 2) resultó significativa para el caso español, siendo los estudiantes provenientes de centros públicos los más decididos a emprender. Este resultado es contrario a las conclusiones de Coleman *et al.* (1982), Chubb y Moe (1982) o Witte (1992) y más acorde con González-Morales (2010).

La experiencia laboral del estudiante (hipótesis 3) no resultó ser influyente en ninguna de las dos universidades, aunque llama la atención la diferencia entre ambos centros (alrededor de 35 puntos), que indica que los estudiantes mexicanos se incorporan antes al mercado laboral y coincide en ser más emprendedores que los españoles. Este resultado corrobora los resultados de Álvarez y Barney (2013) e Iversen *et al.* (2016), donde la experiencia laboral facilita al individuo adquirir conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar la actividad.

En cuanto a la titulación universitaria, para el caso español, los más decididos a emprender son estudiantes de ADE, Contabilidad y Finanzas, y Turismo, y los menos decididos son de Derecho. En el caso mexicano son especialmente relevantes Contabilidad y Finanzas, Turismo, Negocios Internacionales, y ADE. Esto cumple la hipótesis 4 en ambos casos. Otra línea de trabajo abierta es incluir titulaciones de Ciencias en el análisis, siguiendo a Maresch *et al.* (2016).

Los antecedentes familiares empresarios (hipótesis 5) no es una variable influyente para el caso español, pero sí para el caso mexicano, lo cual refuerza la línea de trabajo de Carr y Sequeira (2007) y Hundley (2006)

porque aumenta la probabilidad de que se repita este patrón de actividad en los hijos al adquirirse capital emprendedor en el entorno familiar.

Finalmente, el nivel educativo de los padres (hipótesis 6) no tiene influencia en el caso de la madre, pero sí en el caso del padre con estudios universitarios, aunque únicamente para el caso español. Este resultado abre una nueva vía de investigación dado que estudios como el de Flores, Landerretche, y Sánchez (2011) sostienen que un mayor nivel educativo de la madre aumenta la probabilidad de que el individuo sea emprendedor.

Con respecto a estas dos últimas hipótesis es necesario señalar que los resultados del estudio de Ferrando-Latorre y Velilla (2018) sobre el mercado laboral español son más concluyentes. La capacidad emprendedora se transmite de forma intergeneracional y depende del nivel formativo, tanto de los padres como de los hijos, siendo especialmente relevante en trabajadores con ocupaciones relacionadas con dirección de empresas y administraciones públicas.

En resumen, dos variables no tienen influencia en la decisión de emprender, si el estudiante trabaja o no y el nivel educativo de la madre. Para el caso español, las variables influyentes son: 1) titularidad del centro educativo pre-universitario a favor de los centros públicos. 2) titulación (ADE, Contabilidad y Finanzas, y Turismo), y 3) nivel educativo del padre (estudios universitarios). Para el caso mexicano: 1) sexo, siendo las mujeres menos decididas a emprender, 2) titulación (Contabilidad y Finanzas, Turismo, Negocios Internacionales, y ADE), y 3) tener antecedentes familiares empresarios.

Una de las limitaciones de este estudio es que la muestra está circunscrita a una determinada rama de conocimiento. En la investigación participó un alto número de estudiantes y sus resultados pueden extrapolarse al perfil del estudiante de Ciencias Sociales y Jurídicas, pero sería interesante ampliar la población incluyendo otras ramas de conocimiento para poder extraer conclusiones más generalizables. Además, esta investigación forma parte de un proyecto más amplio y ha de completarse con otros aspectos que caracterizan a estos centros universitarios. El análisis de estas y de otras cuestiones relevantes nos permitirá avanzar en el conocimiento sobre el tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackermann, S.J. & Audretsch, D.B. (Eds.) (2013). *The economics of small firms: A European challenge*. Dordrecht, Netherland: Springer Science & Business Media.
- Álvarez, S.A. & Barney, J.B. (2013). Epistemology, opportunities, and entrepreneurship: Comments on Venkataraman *et al.* (2012) and Shane (2012). *Academy of Management Review*, 38(1). 154-157.
- Audretsch, D.B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313-321.
- Atherton, A., Faria, J.R., Wu, D., & Wu, Z. (2015). Human Capital, Entrepreneurial entry and survival. *Discussion Papers in Economics*, No. 2015/1. Nottingham, UK: Nottingham Trent University.
- Baumol, W.J. (2010). *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. Princeton, NY, USA: Princeton University Press.
- Boyd, N.G. & Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4). 63-77.
- Brenner, O.C., Pringle, C., & Greenhaus, J.H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: Work values and career intentions of business college graduates. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 62-74.
- Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. Kent, Sexton, D., & Vesper, K. (Eds.), *The Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 39-56). Englewood Cliffs. NJ, USA: Prentice Hall.
- Brunello, G. (2002). Absolute risk aversion and the returns to education. *Economics of Education Review*, 21(6). 635-640.
- Carr, J.C. & Sequeira, J.M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10). 1090-1098.
- Chubb, J.E. & Moe, T.M. (1992). *A lesson in school reform from Great Britain*. Washington D.C., USA: Brookings Institution.
- Coleman, J., Hoffer, T., & Kilgore, S. (1982). *High School Achievement, Public, Catholic and Private Schools Compared*. New York, USA: Basic Books.
- Contreras, A.B., Martínez, J.L., González-Morales, O., y Álvarez, J.A. (2015). Validación de cuestionario para proyecto de investigación sobre actitudes emprendedoras en los universitarios. Aplicación prueba piloto. En M. Rahona y J. Graves (Coords.), *Investigaciones de Economía de la Educación* (N.º 10, pp. 169-182). Madrid: AEDE.
- Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. [Paper]. RENT IX Workshop. November 23-24. Piacenza. Italy. Retrieved from: <https://bit.ly/2vTV2cu>
- Easley, C.E. & Miller, W.F. (2018). Impact: Stanford University's Economic Impact via Innovation and Entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(2), 130-278.

- Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and «Mode 2» to a Trime Heliz of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Ferrando-Latorre, S. & Velilla, J. (2018). *Intergenerational transmissions of the entrepreneurial activity in Spanish households*. MPRA Paper. 83601. Retrieved from: <https://bit.ly/2ROxAYA>
- Fichter, K. & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524.
- Fligio, D.N. & Stone, J.A. (1997). *School choice and student performance: Are private schools really better?* [Discussion Paper]. Wisconsin, USA: University of Wisconsin. Institute for Research on Poverty.
- Flores, B., Landerretche, O., y Sánchez, G. (2011). *Propensión al emprendimiento: ¿Los emprendedores nacen, se educan o se hacen?* Documentos de Trabajo SDT 330, Santiago de Chile, Chile: Universidad de Chile.
- Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GEM (2018). *Global Report 2017/2018*. Massachusetts, USA: Babson College.
- González-Morales, O. (2010). *Expectativas de los jóvenes hacia el trabajo y la emprendeduría*. S/C Tenerife: Servicios de Publicaciones Universidad de La Laguna.
- González-Morales, O., Peña, R., y Mendoza, J. (2018). Las políticas de emprendimiento en España y Rusia: situación actual. En P. Yákovleva y E. Ermólieva (Coords.), *Rusia y España en el periodo de la nueva normalidad* (pp. 83-95). Moscú, Rusia: ILA RAN.
- Hsieh, C., Parker, S.C., & van Praag, C.M. (2017). Risk, balanced skills and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 48(2), 287-302.
- Hout, M. & Rosen, H.S. (2000). Self-Employment, family background, and race. *Journal of Human Resources*, 35(4), 670-692.
- Hundley, G. (2006). Family background and the propensity for self-employment. *Industrial Relations*, 45(3), 377-392.
- Ilie, C., Cardoza, G., Fernandez, A., & Tejada, H. (2018). *Entrepreneurship and Gender in Latin America*. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3126888>
- Iversen, J., Malchow-Møller, N., & Sørensen, A. (2016). Success in entrepreneurship: a complementarity between schooling and wage-work experience. *Small Business Economics*, 47(2), 437-460.
- Kantis, H. (2008). *Aportes para el diseño de programas nacionales de desarrollo emprendedor en América Latina*. New York, USA: Banco Interamericano de Desarrollo
- Kacperczyk, A.J. (2013). Social influence and entrepreneurship: The effect of university peers on entrepreneurial entry. *Organization Science*, 24(3), 664-683.
- Kourilsky, M.L., & Walstad, W.B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13(1), 77-88.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.

- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. New York, USA: Van Nostrand.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172-179.
- Minello, I.F., Krüger, C., Johann, D.A., & Bürger, R.E. (2018). Characteristics and Attitude Entrepreneurs: Development of Entrepreneurship Education in Graduation Students in a Brazilian University. *International Conference on Innovation, Engineering and Entrepreneurship* (pp. 138-1145). Amsterdam, Netherland: Springer. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-91334-6_157
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.
- Parker, S.C. (2018). *The Economics of Entrepreneurship* (2.^a ed.) London, UK: Cambridge University Press.
- Peterman, N.E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Pugh, R., Lamine, W., Jack, S., & Hamilton, E. (2018). The entrepreneurial university and the region: What role for entrepreneurship departments? *European Planning Studies*, 26(9), 1835-1855. doi: 10.1080/09654313.2018.1447551
- Robson, A.J. (1996). The evolution of attitudes to risk: Lottery tickets and relative wealth. *Games and Economic Behavior*, 14(2), 190-207.
- Sexton, D.L. & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 29-36.
- Shapero, A. (1975). The displaced. uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 6(9), 83-88.
- Shneor, R., Metin, S., & Bayhan, P. (2013). The interaction between culture and sex in the formation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 781-803.
- Thurik, A.R., Stam, E., & Audretsch, D.B. (2013). The rise of the entrepreneurial economy and the future of dynamic capitalism. *Technovation*, 33(8), 302-310.
- Van de Ven, A.H., Hudson, R., & Schroeder, D.M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational and ecological considerations. *Journal of Management*, 10(1), 87-107.
- Witte, J.F. (1992). Private school versus public school achievement: are there findings that should affect the educational choice debate? *Economics of Education Review*, 11(4), 371-394.
- Wu, S. & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.

PERFIL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LAS AUTORAS

Angélica Beatriz Contreras-Cueva. Doctora en Ciencias Empresariales. Profesora Titular. Departamento *Métodos Cuantitativos*, CUCEA, Universidad de Guadalajara (México). Grupo de Investigación *Desarrollo Sustentable y Estudios Sectoriales*, línea de investigación *Educación y Empleo*.

Olga González-Morales. Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora Contratada Doctora. Departamento *Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos*, Universidad de La Laguna (España). Coordinadora Grupo PpyDER, línea de investigación *Políticas públicas de fomento de la iniciativa empresarial como enfoque sistémico*.

Dirección de las autoras: Angélica Beatriz Contreras-Cueva
Periférico Nte. 799
Edificio M, primera planta
Escalera Este, Núcleo los Belenes
45100 Zapopan, Jalisco (México)
E-mail: acontre@cucea.udg.mx

Olga González-Morales
Facultad de Economía Empresa y Turismo
Universidad de La Laguna
Camino La Hornera, 37
38200 San Cristóbal de La Laguna
Santa Cruz de Tenerife
E-mail: olgonzal@ull.edu.es

Fecha Recepción del Artículo: 18. Septiembre. 2018
Fecha Modificación del Artículo: 15. Enero. 2019
Fecha Aceptación del Artículo: 17. Enero. 2019
Fecha Revisión para Publicación: 01. Febrero. 2019

