

Modelo de predicción de las intenciones de emprender en estudiantes pre-graduados y post-graduados en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte

Prediction model of the entrepreneurial intentions in pre-graduated and post-graduated Sport Sciences students

María Huertas González-Serrano, Ferran Calabuig Moreno, Josep Crespo Hervás

Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universidad de Valencia. España.

CORRESPONDENCIA:

Josep Crespo Hervás
josep.crespo@uv.es

Recepción: diciembre 2016 • Aceptación: noviembre 2017

Resumen

El emprendimiento es importante en el sector deportivo, por lo que cada vez se están demandando más graduados con habilidades emprendedoras. Sin embargo, los estudios realizados con este tipo de estudiantes son escasos. Es por ello que el objetivo del presente estudio es conocer las variables que predicen la intención de emprender de los estudiantes universitarios del sector deportivo. Para ello se ha analizado una muestra de 240 estudiantes pre-graduados (4º grado) y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia, con una edad media era de 23.44 años ($DT = \pm 3.09$) y de los cuales el 76.40% eran hombres y el 23.60% mujeres. A todos ellos se les administró un cuestionario para medir las intenciones de emprender y otras variables relacionadas con estas, compuesto por diversas escalas que previamente habían sido validadas. Los resultados indican que las variables control percibido ($\beta = 0.302$) y actitud hacia la conducta ($\beta = 0.690$) resultan estadísticamente significativas ($p < 0.001$), siendo esta última la que mayor peso tiene sobre la intención de emprender, mientras que las capacidades para ser emprendedor y la norma subjetiva también resultaron ser significativas, pero ejerciendo una influencia indirecta sobre las intenciones de emprender. Por consiguiente, se debería de incidir principalmente en mejorar la actitud hacia la conducta y el control del comportamiento percibido de los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia para conseguir graduados en el ámbito deportivo con mayores intenciones de emprender.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantes universitarios, deporte, intenciones de emprender.

Abstract

Entrepreneurship is important in the sport sector, so more and more graduates with entrepreneurial skills are being demanded. However, studies with this kind of student are scarce. For this reason, the main purpose of this study was to determine the variables that predict the entrepreneurial intentions in university students of Physical Activity and Sport Sciences Degree. The sample consisted in 240 pre-graduate (4th degree) students and post-graduate students of Sport Sciences and Physical Activity of the University of Valencia, with an average age of 23.44 years ($SD = \pm 3.09$) and which 76.40% were men and 23.60% were women. To determine the predicted variables, a questionnaire was used to measure the entrepreneurial intentions and other related variables. The questionnaire was composed of different scales that had been previously validated. The results indicate that perceived control variable ($\beta = 0.302$) and attitude toward the behavior ($\beta = 0.690$) were statistically significant ($p < 0.001$), being the latter variable the greatest weight of the entrepreneurial intentions, while capacities to be an entrepreneur and subjective norm were also significant, but they have an indirect influence in entrepreneurial intention variable. Therefore, it should work mainly on improving the attitude toward the behavior and perceived behavioral control of Physical Activity and Sport Sciences students of Valencia in order to get students with greater entrepreneurial intentions in sports field.

Key words: entrepreneurship, college students, sport, entrepreneurial intentions.

* Proyecto financiado con fondos de la Generalitat Valenciana y del Fondo Social Europeo

Introducción

En la actualidad, debido a la época de crisis económica en la que se halla inmersa España, se ha suscitado un fuerte interés en el ámbito del emprendimiento debido a que las empresas emprendedoras son consideradas clave en el crecimiento económico de un país (Murphy, Liao, & Welsch, 2006). Este cambio en el paradigma social ha supuesto la apertura hacia un nuevo modelo en el que surjan nuevas iniciativas hacia el emprendimiento en todos los niveles de la sociedad. Fruto de ello es que las instituciones y políticas estén comenzando en la actualidad a favorecer la creación y el desarrollo de la capacidad emprendedora, y consecuencia de ello es que durante los últimos años se ha incrementado el interés, tanto por parte de instituciones de ámbito académico como de investigación y gobiernos, por el fomento de la actividad económica en los jóvenes universitarios. Un hecho importante a destacar es la falta de oportunidades laborales como trabajadores asalariados para los jóvenes, que se traducen en las altas tasas de desempleo que afectan a la población juvenil (población de 15- 24 años). Estas llegan a duplicar la media europea en el caso de España, que concretamente es del 38.60% (año 2017), siendo el país europeo junto con Grecia (43.60%) que mayor tasa de desempleo juvenil presenta (Eurostat, 2018). Por lo tanto, estos indicadores han de ser considerados suficientes para que los jóvenes valoren el emprendimiento como vía de inclusión o mantenimiento en el mercado laboral. Sin embargo, la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa o emprender un nuevo proyecto como salida profesional no es alta, pese a que las universidades van incorporando de forma creciente en sus planes de estudios materias específicas relacionadas con este tema (Espí & Villalba, 2014). Esto es debido a que el entorno académico sigue orientado por los valores tradicionales, donde priman la vocación por la ciencia y el desinterés económico, aunque la universidad es cada vez más consciente de que puede adquirir un papel muy activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su acción no debe restringirse única y exclusivamente a la formación académica (Morales, 2008), siendo la tercera misión universitaria contribuir al desarrollo tanto económico como social. Además, aunque el espíritu emprendedor es importante en todas las titulaciones universitarias, existen algunas donde este juega un papel principal debido a las características del sector laboral, siendo este el caso del sector deportivo. Sin embargo, pese a la importancia del emprendimiento en el sector deportivo, los estudios realizados en este campo hasta el momento, son escasos (González-Serrano, Valantine, & Crespo, 2014).

Importancia del emprendimiento en el ámbito deportivo: estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte

La importancia de desarrollar el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios del sector deportivo se debe a que el deporte es un negocio que es emprendedor por naturaleza, ya que este cambia constantemente para adaptarse a las nuevas necesidades del negocio, sobre todo en el ámbito internacional (Ratten & Ratten, 2011). De hecho, la industria del deporte, junto con la de la hostelería, el ocio y las industrias turísticas, son áreas donde las discusiones relacionadas con el cambio, el desarrollo, la innovación y la gestión se están expresando cada vez con mayor frecuencia en términos de emprendimiento. Según Ball (2005), el espíritu emprendedor es un motor de cambio, innovación y empleabilidad en estas industrias, y es trascendental para satisfacer las demandas de los consumidores las cuales cambian constantemente en estos sectores.

Según Ratten (2010), las disciplinas de emprendimiento y gestión del deporte han crecido significativamente en la última década, ya que el espíritu emprendedor es una parte integral de la gestión deportiva y crea una ventaja competitiva para las personas y organizaciones que participan en el deporte. Esta misma autora señala que una de las maneras en las que los vendedores deportivos se mantienen competitivos en el mercado es siendo emprendedores, ya que el emprendimiento ofrece la dirección a los negocios o empresas que quieren incrementar su rendimiento total (Wolcott & Lippitz, 2007). En esta línea, Bauer, Souer y Schmitt (2005) resaltan que las empresas de deportes, en la actualidad, tienen que ser vendedoras de servicios progresistas con el fin de competir con las demás actividades de ocio, ya que son las empresas deportivas cuyo espíritu es emprendedor las que tienen éxito en el actual mercado competitivo. Este hecho ha sido debido al crecimiento que esta industria ha experimentado en los últimos años, así como a su diversidad, que junto con el aumento en las expectativas del consumidor en su tiempo de ocio y las experiencias ha colocado mayores exigencias a los proveedores de este sector. Un ejemplo de ello ha sido el acontecido en los últimos años ha sido en el sector de fitness, que con la recesión económica y la modificación de la conducta de compra de los españoles (mayor sensibilidad al precio), se vio obligado a innovar y crear los centros de fitness low-cost (Lemos & González-Sastre, 2016). En consecuencia, graduados con habilidades emprendedoras, buena técnica empresarial y habilidades interpersonales

son cada vez más solicitados por los empresarios (Ball, 2005). Por ello, se ha de aprovechar las características que estos estudiantes poseen debido a la práctica física para transformarlas en características emprendedoras, ya que según García-Naveira (2018) los deportivas de alto rendimiento destacan por su optimismo, la competitividad y autoeficacia general. Por consiguiente, es de vital importancia desarrollar un currículum eficaz que prepare a los estudiantes del deporte durante su periodo de formación, para en una industria que está tanto en constante cambio como evolución (Borgese, 2010). En esta misma línea, González-Serrano, Valantine, Pérez-Campos, Aguado, Calabuig, y Crespo (2016), señalan que conocer los factores que intervienen en la intención de emprender de los estudiantes universitarios puede ser útil para las universidades a la hora de plantear los planes de estudio. Sin embargo, aunque en los últimos años los modelos de intenciones han sido una de las formas más usuales de estudiar el espíritu emprendedor, la investigación sobre cómo fomentar este, es decir, sobre qué tipo de contenido, así como qué habilidades se deberían desarrollar, es aún escasa y resulta por tanto necesaria.

Modelos de intenciones. Relación entre variables y propuesta de modelo

Al tratarse de un fenómeno multidisciplinar, el estudio del emprendimiento ha sido abordado desde diferentes enfoques. Sin embargo, en los últimos años, una de las formas más utilizadas para estudiar este fenómeno han sido los modelos de intenciones. Es importante el estudio de la intención emprendedora, ya que la creación de una empresa, o puesta en marcha de un proyecto, es un proceso que comienza con la decisión personal de un sujeto de ponerla en marcha (Liñán, 2008).

En el presente estudio se considera que este enfoque es el más adecuado para el estudio del emprendimiento en los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (CAFD), ya que la intención no es algo estático, y por lo tanto puede ser modificada y trabajada a través de la educación.

La intención de emprender puede ser definida como una decisión consciente y de convicción de un individuo que tiene la intención de crear un nuevo proyecto o negocio y planea hacerlo en un futuro (Bird, 1988). Por lo tanto, el proceso de creación de una nueva empresa o negocio es visto como algo voluntario, intencional y consciente, y es por ello que la intención ha sido considerada como el único predictor más poderoso del comportamiento emprende-

dor (Autio, Geroge, & Alexy, 2011; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000).

A lo largo de la historia, desde este enfoque cognitivo se han desarrollado diferentes modelos sobre la intención de emprender con el objetivo de explicar este fenómeno. Cabe destacar entre ellos la *Teoría del Evento Emprendedor* (Shapero & Sokol, 1982), la *Teoría del Comportamiento Planificado* (Ajzen, 1991) y el *Modelo Potencial del Emprendimiento* que elaboraron a partir de los dos modelos anteriores Krueger y Brazeal (1994), siendo estos dos primeros modelos los más utilizados para analizar la intención emprendedora.

El modelo de Shapero y Sokol (1982) focaliza en el fenómeno del evento emprendedor, el cual se ve afectado por las percepciones de deseabilidad (atracción personal y norma subjetiva o evaluación social) y viabilidad (soporte económico). Estas percepciones son producto del ambiente social y cultural, y es esto lo que determina la elección personal. Este modelo ha sido usado por Krueger et al. (2000) y Peterman y Kennedy (2003), entre otros.

Por otra parte, el modelo de Ajzen (1991) explica y predice cómo el contexto social y cultural afecta al comportamiento humano. Está basado en la intención de los individuos que son el resultado de tres variables: las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido. La actitud hacia la conducta consiste en la evaluación, favorable o desfavorable, que una persona hace del comportamiento en cuestión. El segundo predictor del comportamiento es un factor social denominado normas subjetivas, el cual se refiere a la presión social percibida para ejecutar, o no, una determinada acción, siendo las personas del entorno cercano las que ejercen esa influencia y presión. El tercer antecedente de la intención es el grado de control percibido sobre el comportamiento, el cual hace referencia a la facilidad o dificultad percibida del sujeto para llevar a cabo una actuación en función de experiencias pasadas, así como de las dificultades y obstáculos que este percibe. Según este autor, cuanto más favorables sean las normas subjetivas y la actitud hacia la conducta y mayor el grado de control percibido de individuo, más fuerte será la intención de este para llevar a cabo un determinado comportamiento. En el caso de este modelo han sido muchos más los estudios empíricos que han soportado esta teoría (Fayolle & Gailly, 2015; Krueger et al., 2000; Liñán, 2004; Lortie & Castogiovanni, 2015; Wach & Wojciechowski, 2016). Es por consiguiente que se proponen las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: el control percibido hacia la conducta del emprendimiento influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes de CAFD.

Hipótesis 2: la actitud hacia la conducta del emprendimiento influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes de CAFD.

Hipótesis 3: la norma subjetiva del entorno cercano del estudiante influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes de CAFD.

Sin embargo, cabe destacar que en el caso de la variable norma subjetiva, su influencia no está del todo clara, y es el predictor más débil de la intención, encontrando algunos estudios una influencia débil o no directa entre norma subjetiva e intención (Autio et al., 2001, Krueger et al., 2000). De hecho, algunos estudios más recientes realizados con estudiantes universitarios sugieren que quizás el efecto de la norma subjetiva se produzca de forma indirecta a través de la actitud hacia la conducta y el control del comportamiento percibido (Liñán, 2008; Liñán & Chen, 2009). Por tanto, de acuerdo con lo expuesto se propone la siguiente hipótesis de estudio:

Hipótesis 4: la norma subjetiva del entorno cercano del estudiante influye positivamente en la actitud hacia la conducta de los estudiantes de CAFD.

Por otra parte, otros autores como Liñán, Nabi y Krueger (2013) señalan que la literatura ha identificado habilidades específicas, y han sugerido que poseer estas habilidades podría influir en factores de motivación. De hecho, en un estudio llevado a cabo por estos autores con estudiantes universitarios de Gran Bretaña y España, partiendo del enfoque de la Teoría del Comportamiento Planificado, desarrollaron un modelo más integrado de la intención emprendedora incorporando las siguientes variables: el papel de la cultura, las motivaciones, las habilidades emprendedoras y el conocimiento empresarial. Sus resultados revelan que el modelo es válido para ambos países, mostrando que una mejora en las habilidades emprendedoras y una toma de conciencia sobre la importancia del emprendimiento produciría aumentos en la percepción de autoeficacia y, por lo tanto, aumentaría las intenciones de emprender.

Posteriormente, Ruiz, Rojas y Suárez (2008) crearon un nuevo modelo para estudiar la actitud emprendedora de los estudiantes de nueve universidades diferentes de Andalucía, considerando otros factores relevantes que influyen en la intención de emprender. Entre ellos destaca la credibilidad, que está condicionada por las percepciones de deseabilidad y viabilidad que tiene la persona hacia la creación de una empresa. Además, incluyeron la autoconfianza, la cual condicionará, directa e indirectamente, la generación de las intenciones emprendedoras, y también introdujeron la imagen que tienen los estudiantes sobre el empresario, que condicionará el grado de credibilidad y, por tanto,

de la intención emprendedora. El modelo, asimismo, recoge el concepto de orientación emprendedora, que resume atributos personales como la autonomía, la innovación, la tolerancia al riesgo, la proactividad y la competitividad. Por último, este concepto se relaciona a su vez con la intención emprendedora y con los demás factores que la afectan, contemplando además la influencia de la universidad.

En otro estudio llevado a cabo por Palma (2011), esta analizó los cruces de variables de las habilidades que tienen los emprendedores, resultando estar positivamente correlacionadas con la intencionalidad de emprender. Según la regresión aplicada a todas las variables analizadas, los factores que resultaron tener una influencia significativa en la intención de emprender, fueron las habilidades y el conocimiento que tienen los emprendedores, y con menor grado de significancia los modelos de referencia entre amistades y amigos. El factor que resultó con mayor incidencia en la intencionalidad del emprendedor potencial universitario fueron las habilidades que el mismo posea para la creación de la empresa. Es por ello que a continuación se exponen las siguientes hipótesis para el modelo objeto de estudio:

Hipótesis 5: las capacidades para ser emprendedor que los estudiantes de CAFD perciben que poseen influyen positivamente en su control percibido para emprender.

Hipótesis 6: las capacidades para ser emprendedor que los estudiantes de CAFD perciben que poseen influyen positivamente en su actitud hacia la conducta de emprender.

Hipótesis 7: las capacidades para ser emprendedor que los estudiantes de CAFD perciben que poseen influyen positivamente en su intención de emprender.

Finalmente se muestra el modelo planteado a partir de las hipótesis expuestas anteriormente:

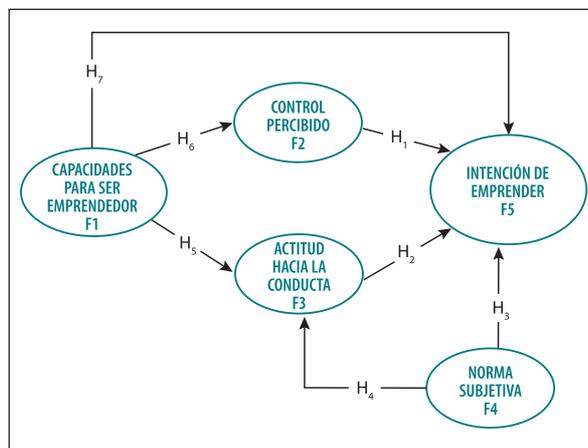


Figura 1. Modelo de hipótesis sobre la intención de emprender.

Método

Participantes

La población objeto de este estudio han sido los estudiantes universitarios del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFD) de la provincia de Valencia. La muestra estuvo compuesta por 240 estudiantes del curso académico 2014-2015: pre-graduados que se encontraban en el último curso (4º Grado) y post-graduados (Máster Gestión de la Actividad Físico Deportiva y Máster de Formación del Profesorado de Secundaria). Todos estos estudiantes se encontraban realizando sus estudios en alguna de las universidades de Valencia. En cuanto a la distribución de estos estudiantes, el 32.50% ($n = 78$) eran estudiantes (pre-graduados) de 4º de grado de la Universidad de Valencia y el 57.50% ($n = 162$) eran estudiantes post-graduados, de los cuales 10% ($n = 24$) se encontraban cursando el Máster de Gestión de la Actividad Física y el Deporte (MGAFD) de la Universidad de Valencia y 57.50% ($n = 138$) el Máster de Formación del Profesorado de Secundaria (MFPS), en este caso en la Universidad de Valencia y en la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir. La edad media de los estudiantes pre-graduados de 4º de grado y post-graduados de CAFD de la Universidad de Valencia era de 23.44 años ($DT = \pm 3.09$). Al analizar el género de estos estudiantes se observa un mayor número de estudiantes de género masculino que de género femenino, más de las tres cuartas partes de la muestra (76.40%) eran hombres y menos de un cuarto de esta (23.60%) eran mujeres.

Una vez descrita la muestra, cabe señalar que han sido principalmente tres las razones por las que hemos decidido seleccionar este tipo de muestra. La primera de ellas es que la mayoría de los estudios sobre intención de emprender están realizados con este tipo de población, estudiantes de los últimos cursos. La segunda es que los estudiantes de último año y postgrados están a punto de elegir su trayectoria profesional, y por ello quizás rellenen con más interés este cuestionario. En tercer lugar, porque según Reynolds, Bygrave, Autio y Hay (2002) estos estudiantes son los que tienen una mayor inclinación hacia el emprendimiento.

Instrumento

Para la recogida de información se creó un cuestionario tomándose como referencia el EIQ (Entrepreneurial Intention Questionary) de Liñán et al. (2009), que fue validado y comprobado sus propiedades psicométricas con muestras de estudiantes de diferentes países por estos autores. Diversos estudios han mos-

trado su validez exploratoria y confirmatoria, así como su fiabilidad en el ámbito universitario (Hui-Chen, Kuen-Hung, & Chen-Yi, 2014; Rueda, Moriano, & Liñán, 2015; Santos, Roomi, & Liñán, 2014). Además, también, se utilizó la escala de capacidades o habilidades emprendedoras de Liñán (2008) que añadió posteriormente al EIQ. A continuación se explican cada una de las escalas:

- Escala intenciones de emprender: esta escala está compuesta por seis ítems que miden el nivel tanto de acuerdo como de desacuerdo con la propensión a ser empresario o crear una empresa o negocio propio. Para medir estos ítems se utiliza una escala Likert ascendente donde uno significa totalmente en desacuerdo y siete totalmente de acuerdo. El valor del *alfa de Cronbach* de fue de 0.95, el *AVE* de 0.79 y la *FC* de 0.97
- Escala control del comportamiento percibido: esta escala está formada por seis ítems que miden la capacidad de emprendimiento o autoeficacia sobre la creación y puesta en marcha de una empresa utilizando una escala de Likert ascendente donde uno significa totalmente desacuerdo y siete totalmente de acuerdo. El *alfa de Cronbach* de esta escala presentó un valor de 0.81, el *AVE* de 0.55 y la *FC* de 0.91
- Escala actitud hacia la conducta: está compuesta por cinco ítems, los cuales miden la valoración de los sujetos sobre la salida profesional del emprendimiento utilizando una escala también de tipo Likert ascendente donde uno significa totalmente en desacuerdo y siete totalmente de acuerdo. El *alfa de Cronbach* de esta escala presentó un valor de 0.89, el *AVE* de 0.62 y la *FC* de 0.92.
- Escala norma subjetiva: está compuesta por tres ítems que miden la aprobación de la decisión de crear una empresa por las personas del entorno más cercano (familia, compañeros y amigos). Para ello se utiliza una escala de Likert ascendente donde uno significa muy por debajo y siete muy por encima de otras. El *alfa de Cronbach* de esta escala presentó un valor de 0.86, el *AVE* de 0.52 y la *FC* de 0.76.
- Escala capacidades para ser emprendedor: está constituida por seis ítems que hacen referencia al nivel de las capacidades para ser emprendedor. Para medir dichas capacidades se utiliza una escala Likert también ascendente, donde uno significa sin ninguna capacidad y siete muy alta capacidad. El *alfa de Cronbach* de esta escala presentó un valor de 0.79, el *AVE* = 0.51 y la *FC* de 0.85.

Finalmente, en el cuestionario también se incluyen varias preguntas sociodemográficas como son los es-

tudios que están cursando actualmente, la ciudad, la edad, el género, la experiencia laboral, el conocimiento de emprendedores cercanos, la profesión de los padres y la ciudad de pertenencia de los estudiantes entre otras.

Procedimiento

Debido a que la población que se deseaba estudiar era muy específica y limitada, fueron utilizadas dos estrategias con la finalidad de recabar los máximos datos posibles. Por una parte se decidió pasar el cuestionario en formato impreso in situ, en los diversos másteres de la Universidad de Valencia, así como en charlas informativas de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, las cuales se encontraban especialmente destinadas a alumnos de 4º de grado de CAFD de la Universidad de Valencia. Por otra parte, se optó por mandar el cuestionario vía online. Para ello, el cuestionario fue subido a la plataforma electrónica "LimeSurvey" y fue enviado a través de los profesores a los alumnos, así como a través redes sociales a todos los individuos que se ajustaban al perfil del estudio anteriormente expuesto. En ambos casos se resaltaba la importancia de contestar las preguntas de forma honesta, asegurando el anonimato de los datos, ya que muchas cuestiones se referían a ámbitos de su vida privada, familiar o de su personalidad. En cuanto al tiempo de duración requerido para la contestación del cuestionario, este fue de aproximadamente 10-15 minutos. El periodo de recolección de datos se llevó a cabo durante el curso académico 2014/2015, entre los meses de diciembre a mayo.

Análisis de datos

El análisis de los datos fue realizado mediante el paquete estadístico SPSS versión 21 con licencia de la Universidad de Valencia, y el programa EQS versión 6.2 para Windows. Con el primer programa se realizaron análisis descriptivo de las variables (media y desviación típica), análisis de fiabilidad de las escalas (alfa de Cronbach) y de correlación entre las variables (correlación de Pearson). Con el programa EQS versión 6.2 se realizó en primer lugar un análisis factorial confirmatorio para establecer los factores que en el planteamiento teórico del modelo se habían propuesto y las cargas de estos, calculando la varianza media extraída (AVE), la fiabilidad compuesta (FC) y la raíz de AVE. Una vez confirmada la estructura mediante este análisis, se procedió a estimar el modelo estructural en el que se incluían todos los factores previamente analizados. Para el modelo de ecuaciones estructurales ha

sido utilizado un estimador de máxima verosimilitud mediante el método robusto, con la finalidad de tener en cuenta la no normalidad de los datos objeto de análisis (Coeficiente de Mardia = 14.805). Para valorar el grado de ajuste del modelo han sido utilizados los siguientes indicadores: chi cuadrado (χ^2), Satorra-Benler chi-cuadrado ($S-B \chi^2$); $S-B\chi^2$ dividido entre los grados de libertad, el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), el índice de ajuste no normalizado (NNFI) y el índice de ajuste comparativo (CFI).

Resultados

En primer lugar, se presenta un análisis descriptivo de todos los ítems que componen cada una de las escalas (media y desviación típica), así como un análisis de la fiabilidad de estas utilizando para ello el estadístico Alfa de Cronbach (α). Se analizaron las escalas de los cinco factores que se habían propuesto de acuerdo a las hipótesis objeto de estudio para explicar las intenciones de emprender de los estudiantes CAFD. Estas variables mostraron una consistencia interna aceptable, presentando todas ellas alfas de Cronbach por encima de 0.70, por lo que se consideran valores altos de fiabilidad (Cronbach & Shavelson, 2004). En la tabla 1 se muestran dichos resultados. Posteriormente se procedió a analizar el AVE y la FC de cada uno de los factores, tomando como criterio para la FC superar el valor de 0.70 que señalan Hair, Black, Babin, Anderson y Tatham (2006) y para el AVE superar el valor de 0.50 que es el criterio que establece Fornell y Larcker (1981). En el caso de las intenciones de emprender el valor del AVE fue de 0.79 y la FC de 0.96. En el control del comportamiento percibido el AVE fue de .55 y la FC de 0.91, y en actitud a la conducta el AVE obtuvo un valor de 0.64 mientras que el de la FC fue de 0.92. En relación a norma subjetiva el AVE fue de 0.52 y la FC de 0.76. Por último, en el caso de las capacidades para ser emprendedor el AVE fue de 0.51 y la FC de 0.85. Por lo tanto, todos los factores cumplen los criterios establecidos y presentan unos buenos índices de fiabilidad. En la tabla 1 se pueden observar los resultados.

En segundo lugar, se realizó un análisis factorial confirmatorio, tanto para validar la estructura factorial de las dimensiones de la escala como para el modelo de ecuaciones estructurales. Se aplicó en todos los casos la estimación proporcionada por el método robusto de estimación de máxima verosimilitud, recomendado para corregir la ausencia de normalidad multivariante. La adecuación de los valores de este análisis se contrastó a través del Chi-cuadrado y de la significación de la corrección robusta del Chi-cuadrado proporcionada

Tabla 1. Análisis de ítems: Media (\bar{x}), Desviación Típica (DT), correlación ítem-total (r_{jk}) y alfa de Cronbach si se elimina el elemento (α_{-x}), tamaño de la muestra (n), Varianza de la Media Extraída (AVE) y Fiabilidad Compuesta (FC)

	Ítems (n = 240)	\bar{x}	DT	r_{jk}	α_{-x}	α	cf	AVE	FC
INTENCIONES DE EMPRENDER	1.- Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para ser empresario/a.	3.32	1.66	0.75	0.95		0.88	0.79	0.96
	2.- Mi objetivo profesional es ser un/a empresario/a.	3.07	1.65	0.86	0.93		0.86		
	3.- Voy a hacer todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa.	3.06	1.63	0.88	0.93	0.95	0.88		
	4.- Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.	3.31	1.59	0.86	0.94		.90		
	5.- He pensado muy seriamente en iniciar una empresa.	3.33	1.93	0.86	0.93		0.91		
	6.- Tengo el firme propósito de crear una empresa algún día.	3.47	1.89	0.84	0.94		0.90		
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO PERCIBIDO	7.- Iniciar una empresa y mantenerla funcionando para mí es fácil.	2.85	1.36	0.62	0.77		0.71		
	8.- Estoy preparado/a para iniciar una empresa viable.	3.25	1.48	0.73	0.75		0.86		
	9.- Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa.	3.28	1.47	0.78	0.74	0.81	0.89	0.55	.91
	10.- Yo conozco los detalles prácticos necesarios para iniciar una empresa.	3.21	3.05	0.40	0.80		0.51		
	11.- Sé cómo desarrollar un proyecto empresarial.	3.09	1.59	0.66	0.76		0.73		
	12.- Si tratara de iniciar una empresa, tendría una alta probabilidad de éxito.	3.36	1.47	0.63	0.77		0.77		
ACTITUD HACIA LA CONDUCTA	13.- Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	4.15	1.47	0.50	0.91		0.54		
	14.- Una carrera como empresario es atractiva para mí.	3.91	1.65	0.79	0.85		0.87		
	15.- Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría empezar una empresa.	4.72	1.68	0.78	0.85	.89	0.82	0.64	0.92
	16.- Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mí.	4.53	1.60	0.80	0.85		0.84		
	17.- Entre diversas opciones, prefiero ser un empresario.	3.71	1.65	0.77	0.85		0.86		
NORMA SUBJETIVA	18.- En mi familia cercana aprobarían mi decisión de crear un negocio.	4.56	1.36	0.49	0.78		0.55		
	19.- Entre mis amigos/as aprobarían mi decisión de crear un negocio.	4.98	1.28	0.65	0.59	0.86	0.81	0.52	0.76
	20.- Entre mis colegas y compañeros/as aprobarían mi decisión de crear un negocio.	4.80	1.23	0.62	0.63		0.79		
CAPACIDADES PARA SER EMPRENDEDOR	21.- Reconocimiento de oportunidades.	4.58	1.19	0.52	0.76		0.61		
	22.- Creatividad.	4.81	1.27	0.44	0.78		0.52		
	23.- Resolución de problemas.	5.25	1.04	0.58	0.75	0.79	0.66	0.51	0.85
	24.- Habilidades de liderazgo y comunicación.	5.19	1.31	0.61	0.74		0.70		
	25.- Desarrollo de nuevos productos y servicios.	4.35	1.32	0.59	0.74		0.66		
	26.- Redes y hacer contactos profesionales.	4.69	1.39	0.51	0.76		0.60		

por Satorra-Bentler ($S-B \chi^2$) (Bentler, 2004; Satorra & Bentler, 1994). También, se calcularon otros coeficientes que permitieron comprobar la adecuación de los modelos propuestos, como el ratio de X^2 entre sus grados de libertad y $S-B X^2$ y sus grados de libertad, siendo aceptables valores inferiores a cinco (Carmines & McIver, 1981). En el caso de esta escala el X^2/df fue de 1.82 y el $S-B X^2/df$ presentó un valor de 1.66, por lo que presentó un buen índice de ajuste. También se comprobaron los coeficientes de los índices de bondad de ajuste robustos de los modelos propuestos: el *Comparative Fit Index (CFI)* y *Non Normed Fit Index (NNFI)*. Para estos indicadores se consideran que un buen ajuste los valores superiores a 0.90 (Bentler, 1990). En este caso tanto el *CFI* (0.95) como el *NNFI* (0.94) presentaron valores por encima de 0.90. Por último, se muestra el *Root Mean-Square Error of Approximation (RMSEA)*, siendo necesario para considerar un buen ajuste del mismo puntuaciones inferiores a 0.08 (Browne &

Cudeck, 1993). En este caso, el valor obtenido fue de 0.05, por lo que también cumple las recomendaciones para considerar un buen ajuste del modelo. Como se puede comprobar en la tabla 2, se cumplieron todos los criterios, resultando reportar una buena estructura factorial cada uno de los factores que componen el cuestionario.

Posteriormente se realizó un análisis de correlaciones bivariadas de *Spearman*, y se comprobó que las variables control del comportamiento percibido, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y capacidades para ser emprendedor, se correlacionan significativamente con la variable intención de emprender ($p \leq 0.01$), pero cada una de ellas con una intensidad distinta. Las variables control percibido ($r = 0.558$) y actitud hacia la conducta ($r = 0.799$) se relacionan altamente, mientras que las variables norma subjetiva ($r = 0.297$) y capacidades para ser emprendedor ($r = 0.343$), se relacionan con un coeficiente más bajo. También se analizó la va-

Tabla 2. Indicadores de ajuste del análisis factorial confirmatorio de las escala compuesta por los factores intenciones de emprender, control percibido, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y capacidades para ser emprendedor

X ²	df	X ² /gl	S-BX ²	gl	S-BX ² / gl	RMSEA	CFI	NNFI
481.691	265	1.82	438.798	265	1.66	0.054	0.945	0.938

* X²/gl; S-BX²/gl adecuados ≤ 5; ** NFI, NNFI, CFI, adecuados ≥ 0,90; *** RMSEA adecuados ≤ 0,80.

Tabla 3. Matriz de correlaciones variables emprendimiento

	V1	V2	V3	V4	V5
Intención de emprender	0.89				
Control percibido	0.558**	0.74			
Actitud hacia la conducta	0.779**	0.463**	0.81		
Norma subjetiva	0.297**	0.214**	0.364**	0.72	
Capacidades para ser emprendedor	0.343**	0.499**	0.341**	0.223**	0.63

Nota: ** $p \leq .01$; en la diagonal se presenta la raíz de AVE.

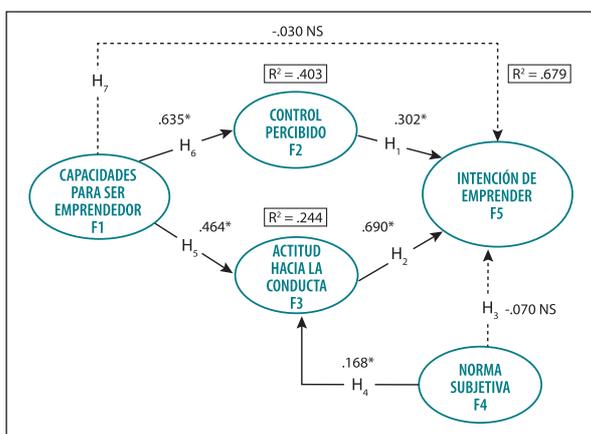


Figura 2. Modelo de ecuaciones estructurales de las intenciones de emprender de los estudiantes pre-graduados (4º de grado) y post-graduados (MGAFD y MFPS) de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia.

lidez discriminante, teniendo en cuenta la correlación entre los factores de cada una de las escalas, y siguiendo el criterio de Fornell y Larcker (1981) que indican que debe haber una correlación que no supere a la raíz de AVE entre cada par de factores. En el caso de todas las dimensiones se cumplió dicho criterio. En la tabla 3 se pueden observar estos resultados.

Finalmente, una vez comprobada la fiabilidad y validez de cada una las escalas, se procedió a realizar un análisis de relaciones utilizando ecuaciones estructurales. Las pruebas de bondad de ajuste del modelo fueron significativas, obteniendo un CFI de 0.928. En cuanto a los demás índices, también presentaron un buen ajuste del modelo $X^2(523.302, gl = 233 p < 0.001)$, $S-BX^2/gl (468.14/ 223 = 2.10)$; $RMSEA = 0.070$; $NNFI = 0.918$. Estos valores se encuentran de acuerdo a los recomendados en la literatura: el x^2/gl que indica que los valores por debajo de 3 se consideran buenos (Carmines y McIver, 1981), el índice RMSEA tiene un

valor inferior a 0.08 como proponen Browne y Cudeck (1992), y los índices NNFI y CFI presentan valores mayores de 0.90 (Bentler, 1990) Por tanto, todos los valores presentan buenos índices de ajuste del modelo explicativo de la intención de emprender de los estudiantes pre-graduados y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia. En la figura 2 se observa el modelo obtenido.

En este modelo de ecuaciones estructurales, los factores dependientes son el control del comportamiento percibido (factor 2), la actitud hacia la conducta (factor 3) y la intención de emprender (factor 5). Los factores independientes son los factores 1 y 4. El factor 1 corresponde con las capacidades para ser emprendedor y el factor 4 con la norma subjetiva. Se puede observar en la figura 2 que el mayor coeficiente es el que relaciona el factor 3 con el factor 5 ($\beta = .690$). Por tanto, la actitud hacia la conducta de emprender de los estudiantes universitarios pre-graduados (4º de grado) y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia (factor 3) tiene una especial relevancia en su intención de emprender (factor 5).

Otro de los factores cuyo coeficiente ha resultado significativo ($p < 0.001$) con el factor 5 ha sido el factor 2 ($\beta = .320$), aunque con un coeficiente menor que el que presentaba con el factor 3 ($\beta = .690$). Esto quiere decir que el control del comportamiento percibido para ser emprendedor de los estudiantes universitarios pre-graduados (4º de grado) y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia perciben que poseen (factor 2) está relacionado con la intención de emprender. Sin embargo, el coeficiente entre la norma subjetiva y la intención de emprender no ha resultado ser significativo ($p > 0.05$). De este modo, todos los factores del modelo explican el 67.90% de la varianza del factor 5. Por lo tanto, el control del comportamiento percibido para ser emprendedor (factor 2) y la actitud hacia la conducta de esta salida profesional (factor 3) de este grupo de estudiantes universitarios influyen de forma significativa en su intención de emprender (factor 5).

Por otro lado, el coeficiente entre el factor 1 y el factor 2 ($\beta = .635$) es también altamente significativo. Las capacidades para ser emprendedor que los estudiantes universitarios pre-graduados (4º de grado y post-graduados) de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia perciben que poseen (factor 1)

están relacionadas con el control del comportamiento percibido de estos (factor 2), es decir, el grado en que ellos se sienten preparados para ser emprendedores e iniciar un nuevo proyecto o negocio. El factor 1 explica el 40.30% de la varianza del factor 2. Además, el factor 1 y el factor 3 también se encuentran significativamente relacionados ($\beta = .464$), pero con un coeficiente menor que con el factor 2. Esto quiere decir que las capacidades para ser emprendedor que los estudiantes universitarios pre-graduados (4º de grado) y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia perciben que poseen (factor 1) están relacionadas con la actitud hacia la conducta de estos (factor 3), es decir, por el grado en el que ellos se sienten atraídos por realizar una carrera profesional como emprendedor. En este caso, el factor 1 explica el 24.40% de la varianza del factor 3. Sin embargo, el coeficiente que relaciona las capacidades para ser emprendedor de estos estudiantes (factor 1) con su intención de emprender (factor 5) no ha resultado ser significativo ($p > 0.05$). Por lo tanto, las capacidades para ser emprendedor que estos estudiantes universitarios perciben que poseen (factor 1) no influyen de manera directa en su intención de emprender (factor 5), sino que lo hacen de una manera indirecta a través de su control del comportamiento percibido para ser emprendedor (factor 2) y de su actitud hacia la conducta, es decir, hacia esta salida profesional (factor 3).

Por último, el coeficiente de relación entre el factor 4 y el factor 3 también ha resultado ser significativo, aunque el valor de su coeficiente ha resultado ser bajo ($\beta = .168$). Se puede por tanto afirmar que la percepción que los estudiantes universitarios pre-graduados (4º de grado) y post-graduados (MGAFD y MFPS) de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia tienen sobre la norma subjetiva (factor 4) es relevante en su actitud hacia la conducta (factor 3). Por consiguiente, los factores capacidades para ser emprendedor y norma subjetiva explican el 24.40% de la varianza de la actitud hacia la conducta de este grupo de estudiantes universitarios de Valencia.

Discusión

En las últimas décadas ha aumentado el interés por el estudio del emprendimiento en estudiantes universitarios, y se ha procedido a su estudio desde diferentes enfoques. Sin embargo, los estudios realizados con estudiantes universitarios del sector deportivo son escasos, pese a la importancia que tiene el emprendimiento dentro de este sector. Es por ello, que el objetivo principal de este estudio ha sido conocer las

variables predictoras de la intención de emprender de los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Con dicho fin, se ha utilizado como referencia el enfoque de los modelos de intenciones, ya que de acuerdo con Peterman et al. (2003) son considerados los más fructíferos porque remarcan antecedentes hacia el emprendimiento que pueden ser modificadas con intervenciones educativas.

Los resultados de nuestro modelo muestran que la intención de emprender de los estudiantes universitarios de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte se encuentra relacionada con el control percibido (H_1) y la actitud hacia la conducta (H_2). Sin embargo, la relación de la norma subjetiva sobre la intención de emprender no resultó ser significativa (H_3). Estos resultados se encuentran en congruencia con los obtenidos por Liñán, Rodríguez-Cohard, y Rueda-Cantuche (2011) y Marín, Rubio y Sánchez-Mora (2016), quienes también encontraron en sus estudios llevados a cabo con estudiantes universitarios que los factores que más influyen en la intención de emprender son el control del comportamiento percibido y la actitud hacia la conducta. Además, en el caso del modelo de Marín et al. (2016), la variable actitud hacia la conducta también resultó ser la variable con mayor peso en la predicción de las intenciones de emprender de los estudiantes, lo que implica que ver el emprendimiento como una salida profesional atractiva es lo que más influye en la intención de emprender de estos estudiantes universitarios.

Respecto a la variable norma subjetiva, cabe señalar que en algunos estudios previos (Ajzen, 1991; Autio et al., 2011; Krueger et al., 2000) ya se señala que su influencia no estaba del todo clara, y que esta relación era débil o no directa entre norma subjetiva e intención. En esta misma línea algunos estudios más recientes realizados con estudiantes universitarios sugieren que el efecto de la norma subjetiva (evaluación social del entorno cercano) se produce de forma indirecta a través de la actitud hacia la conducta y el control del comportamiento percibido (Liñán, 2008; Liñán & Chen, 2009). Estos resultados se encuentran en coherencia con los obtenidos en el modelo propuesto, en el que se demostró que la norma subjetiva ejercía influencia sobre la actitud hacia la conducta (H_4), resultando ser tal relación significativa. Por consiguiente, una buena valoración del emprendimiento de las personas del entorno cercano de los estudiantes (norma subjetiva) influye en que los estudiantes tengan una mayor predisposición hacia la salida profesional del emprendimiento, contribuyendo de esta forma de manera indirecta a aumentar las intenciones de emprender. Por otra parte, diversos estudios realizados también con estudiantes

universitarios han analizado las capacidades o habilidades emprendedoras y han demostrado su influencia en las intenciones de emprender. Este es el caso de Liñán et al. (2011), quienes encontraron en su modelo de regresión una relación positiva y significativa entre la innovación, la creatividad y el reconocimiento de oportunidades en las intenciones de emprender. También Ruiz et al. (2008), en su modelo realizado con estudiantes de Andalucía, encontró que la autonomía, innovación, tolerancia al riesgo, proactividad y competitividad se relacionaba con la intención de emprender. Asimismo, Palma (2011) encontró que las habilidades emprendedoras se correlacionaban positivamente con la intencionalidad de crear una empresa, siendo además estas las que ejercían una mayor influencia en la intención. Más recientemente, Mahmood, Shakil, Abdullah y Kanwal (2016) también encontraron que tener habilidades y competencias emprendedoras es uno de los principales factores que más influye en las intenciones de emprender.

En nuestro modelo también se analizó la influencia de las capacidades o habilidades relacionadas con el emprendimiento, en las intenciones de emprender, pero estas no resultaron influir de manera directa en las intenciones de emprender (H_7), sino de manera indirecta a través del control del comportamiento percibido (H_8) y de la actitud hacia la conducta (H_9). Estos resultados se encuentran en congruencia con los de Liñán et al. (2013) quienes también encontraron que la influencia de las capacidades emprendedoras ejercían influencia a través de la atracción profesional y el control del comportamiento percibido. Estos resultados pueden ser debidos a que la percepción que los estudiantes tienen sobre las capacidades emprendedoras que poseen incide en que ellos se perciban como más preparados para emprender (control del comportamiento percibido), así como que vean el emprendimiento como una salida profesional más atractiva (atracción profesional) debido a que dicha salida profesional se ajusta a las capacidades que ellos poseen.

Por último, cabe destacar una serie de limitaciones, como la circunscripción de la muestra, limitándose esta a los alumnos pre-graduados de último curso y post-graduados de Valencia, por lo que en próximas investigaciones sería interesante ampliar la muestra a otras comunidades autónomas, hasta incluso otros países para comprobar si los resultados se replican, y

si, por tanto, son generalizables a toda la población de graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Por otra parte, también sería interesante analizar la actitud hacia el emprendimiento y las variables relacionadas con esta a lo largo de todo el grado (estudio longitudinal) para ver cómo evolucionan estas.

Conclusiones

Conocer las variables que influyen en la intención de emprender puede resultar útil para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios, y en este caso concreto, en los estudiantes pre-graduados y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia. La variable que mayor peso presentó en la predicción de la intención de emprender fue la actitud hacia la conducta, por lo que la realización de cursos para promover el emprendimiento en este grupo de estudiantes debería de profundizar en la mejora de la actitud hacia el emprendimiento, así como en la mejora de la percepción del control percibido sobre el emprendimiento. También se deberían realizar actividades que desarrollen las capacidades y características de los emprendedores relacionados con el liderazgo, la creatividad y la innovación, entre otros. En el caso de estos estudiantes, estas habilidades también podrían desarrollarse a través de la práctica deportiva, sobre todo con la práctica de deportes colectivos de oposición. En ellos se desarrollaría la creatividad y la innovación para actuar contra los rivales y buscar ganarles ventaja competitiva (táctica). En cuanto a la capacidad de liderazgo, esta se podría desarrollar mediante el rol del capitán, el cual debería de rotar entre todos los miembros del equipo.

De acuerdo con Liñán et al. (2011) la educación no solo debe considerarse como una técnica instrumental para quienes ya han decidido ser emprendedores, sino que tiene que convertirse en un instrumento para conseguir que más gente elija como opción laboral el emprendimiento. De esta manera se conseguirá mejorar la intención de emprender en los estudiantes pre-graduados y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia en el ámbito deportivo, ya que estos se encontrarán más preparados para emprender en este sector que está comenzando a demandar profesionales con habilidades emprendedoras.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Autio, E., George, G., & Alexy, O. (2011). International entrepreneurship and capability development qualitative evidence and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 11-37. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00421.x
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1, 1-14.
- Bauer, H. H., Sauer, N. E., & Schmitt, P. (2005). Customer-based brand equity in the team sport industry: Operationalization and impact on the economic success of sport teams. *European Journal of Marketing*, 39(5/6), 496-513. doi: 10.1108/03090560510590683
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246. doi:10.1037/0033-2909.107.2.238
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13, 442-454. doi: 10.5465/AMR.1988.4306970
- Borgese, A. (2010). Educating sports entrepreneurs: matching theory to practice. *The Sport Journal*, 13(3), 1 - 11.
- Browne, M., & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological Methods & Research*, 21, 230-258. doi: 10.1177/0049124192021002005
- Carmines, E., & McIver, J. (1981). Analyzing models with unobserved variables: Analysis of covariance structures. En G. W. Bohrnstedt, & E. F. Borgatta (Eds.), *Social measurement: Current issues* (pp. 65-115). Beverly Hills, USA: Sage Publications.
- Cronbach, L. J., & Shavelson, R. J. (2004). My current thoughts on coefficient alpha and successor procedures. *Educational and Psychological Measurement*, 64(3), 391-418. doi: 10.1177/0013164404266386
- Espí, M. T., & Villalba, J. (2014). Perspectivas sobre el emprendizaje y la creación de empresas de estudiantes de ADE: resultados de un estudio cualitativo. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 2(27), 141-158.
- Eurostat (2018). *Youth unemployment*. Recuperado el 16 de octubre de 2018, de https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics#Youth_unemployment
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. doi: 10.1111/jsbm.12065
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. doi: 10.2307/3151312
- García-Naveira, A. (2018). Optimismo, autoeficacia general y competitividad en jóvenes atletas de alto rendimiento. *Cultura, Ciencia y Deporte*, (37), 71-81. doi: 10.12800/ccd.v13i37.1040
- González-Serrano, M. H., Valentine, I., & Crespo-Hervás, J. (2014). La investigación sobre emprendimiento en el ámbito deportivo. Revisión de los documentos publicados en la wos. *Journal of Sports Economics & Management*, 4(1), 55-66.
- González-Serrano, M. H., Valentine, I., Pérez-Campos, C., Aguado, S., Calabuig, F., & Crespo, J. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Intangible Capital*, 12(3), 759-788. doi: 10.3926/ic.783
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hui-Chen, C., Kuen-Hung, T., & Chen-Yi, P. (2014). The entrepreneurial process: an integrated model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 727-745. doi: 10.1007/s11365-014-0305-8
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 91-104. doi: 10.1177/104225879401800307
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Lemos, I. M., & González-Sastre, B. (2016). El mercado del fitness en España: Un estudio exploratorio sobre el perfil económico del segmento low-cost. *Cultura_Ciencia_Deporte*, 11(33), 197-206. doi: 10.12800/ccd.v11i33.764
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Small Business*, 3(1), 11-35.
- Liñán, F. (2008). Skill and Value Perceptions: How Do they Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272. doi: 10.1007/s11365-008-0093-0
- Liñán F. & Chen Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. doi: 10.1007/s11365-010-0154-z
- Liñán, F., & Santos, F.J. (2006). La influencia del capital social sobre los empresarios potenciales. *Estudios de Economía Aplicada*, 24, 459-489.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-103. Tomado el 10 de octubre en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86626373004>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957. doi: 10.1007/s11365-015-0358-3
- Mahmood, A. Shakil, M. Abdullah, I., & Kanwal, S. (2016). Factors Affecting the Entrepreneurial Intentions of Students in Higher Education. *International Journal of Social Sciences and Management Studies*, 3(3), 42-50.
- Marín, L., Rubio, A., & Sánchez-Mora, M. I. (2015). El impacto del entorno del estudiante en sus intenciones de crear una empresa cuando finalice sus estudios. *Lan Harremanak: Revista de relaciones laborales*, 32, 504-526. doi: 10.1387/lan-harremanak.15443
- Morales, S. T. (2008). *El Emprendedor académico y la decisión de crear spin off: Un análisis del caso Español* (Tesis Doctoral). Universitat de Valencia, Valencia, España.
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 22(2), 22-25. doi: 10.2307/22552520620628256
- Palma, Y. M. (2011). *Factores que inciden en la intencionalidad de emprender en los estudiantes universitarios en Panamá* (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 129-144. doi: 10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x
- Ratten, V. (2010). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57-69. doi: 10.1007/s11365-010-0138-z
- Ratten, V., & Ratten, H. (2011). International sport marketing: practical and future research implications. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 26(8), 614-620. Tomado el 8 de octubre de 2016 en: <http://hdl.handle.net/10536/DRO/DU:30041829>
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Summary Report*. Babson Park MAN: Babson College.
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. En Fayolle, P. Kyrö & F. Liñán (Eds.), *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship* (pp. 60-69). Northampton, USA: Edward Elgar Publishing.

- Ruiz, J., Rojas, A., & Suárez, A. (2008). *Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2014). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49-66. doi: 10.1111/jsbm.12129
- Satorra, A., & Bentler, P. M. (1994). Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In A. von Eye, & C. C. Clogg (Eds.), *Latent variables analysis: Applications for developmental research*. (pp. 399-419). Newbury Park, CA: Sage.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En: C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, USA: Prentice Hall.
- Wach, K., & Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83-94. doi: 10.15678/EBER.2016.040106
- Wolcott, R., & Lippitz, M. (2007). The four models of corporate entrepreneurship. *MIT Sloan Management Review*, 49(1), 74-82. Tomado el 16 de noviembre de 2016 en <http://search.proquest.com/docview/224967620?accountid=14777>