

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

María Huertas González Serrano¹, Irena Valantine², Carlos Pérez Campos³

, Sergio Aguado Berenguer¹, Ferran Calabuig Moreno¹,

Josep Joan Crespo Hervás¹

¹Universidad de Valencia (Spain)

²Lithuanian Sports University (Lithuania)

³Universidad Católica de Valencia (Spain)

marihuertas8@gmail.com, irena.valantine@lsu.lt, carlos.perez@ucv.es, sergio.aguado@uv.es, Ferran.Calabuig@uv.es,
josep.crespo@uv.es

Received April, 2016

Accepted June, 2016

Resumen

Objeto: El objetivo del presente artículo es conocer si existen diferencias en las variables que explican la intención de emprender de los estudiantes universitarios de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte atendiendo a la formación y al género de éstos.

Diseño/metodología/enfoque: Para conocer las intenciones de emprender y las distintas variables relacionadas con el emprendimiento se utilizó un cuestionario previamente validado. Éste fue administrado a 578 estudiantes pre-graduados (1er - 4º curso) y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia.

Aportaciones y resultados: Se encontraron diferencias significativas ($p \leq 0.05$) en las variables que predicen la intención de emprender según género y formación de los estudiantes. En ambos

géneros la actitud y el control percibido resultaron ser las variables predictoras de la intención de emprender, y en los hombres también la norma subjetiva.

Limitaciones: La muestra de estudiantes sólo pertenece a la titulación de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia, por lo que los resultados no son extrapolables a toda la población de estudiantes.

Implicaciones prácticas: Para favorecer el espíritu emprendedor y de esta manera formar graduados más preparados para su inserción en el mundo laboral se deben crear programas que fomenten la actitud hacia la conducta del emprendimiento y el control del comportamiento percibido.

Implicaciones sociales: Aumentar el número de emprendedores en el sector deportivo, reduciendo la brecha de género, así como mejorar la calidad del emprendimiento, ya que éste es un aspecto clave debido al impacto positivo que este fenómeno genera sobre la economía.

Originalidad / Valor añadido: Conocer si existen diferencias en función de la formación y el género debido a la masiva incorporación de la mujer al mundo laboral deportivo y su baja intención de emprender, con el objetivo de formar tanto a graduados como graduadas con habilidades emprendedoras.

Palabras clave: Intenciones de emprender, Género, Estudiantes universitarios, Deporte, Emprendimiento

Códigos JEL: I23, L26, J16

Title: The influence of gender and academic training in the entrepreneurial intention of physical activity and sport sciences students

Abstract

Purpose: The objective of this article is to know if there are differences in the variables that explain the entrepreneurial intention of the Physical Activity and Sport Science students addressing academic training and gender of them.

Design/methodology: To know entrepreneurial intentions and the different variables related to entrepreneurship, a questionnaire previously validated was used. The questionnaire was

provided to 578 students pre-graduated (1st-4th course) and post-graduate of Physical Activity and Sport Science degree of Valencia.

Findings: Statistically significant differences ($p \leq 0.05$) in the variables that predict entrepreneurial intention of Physical Activity and Sport Science students by gender and training were found. In both genders, the attitude towards entrepreneurship and the perceived behavior control were the predictors of entrepreneurial intentions and in men also the subjective norms.

Research limitations/implications: The students sample belongs only to the Physical Activity and Sport Science degree of Valencia, so the results cannot be extrapolated to the entire population.

Practical implications: It should be developing the attitude toward the behavior of entrepreneurship and perceived behavioral control to promote entrepreneurship. In this way, the graduates will be more prepare for insertion into the working world.

Social implications: To increase the number of entrepreneurs (male and female) in the sports sector throughout the education, reducing the gender gap in entrepreneurship and improve the quality of entrepreneurship, as this is a key issue because of the positive impact that this phenomenon generates on the economy

Originality/value: It is interesting to know the predictor variables of entrepreneurial intentions, and to know if there are differences based on education and gender due to the massive entry of women into the sport workplaces and low intention to undertake of the. So it is quite important training in the best way, both graduates (male and female) with entrepreneurial skills.

Keywords: Entrepreneurial intentions, Gender, University students, Sport, Entrepreneurship

Jel Codes: I23, L26, J16

1. Introducción

El ambiente empresarial de nuestra sociedad actual es altamente cambiante y está globalizado, caracterizándose por el fácil acceso al mercado extranjero así como a la información, lo que hace necesario diseñar buenas estrategias para sobrevivir en el mercado presente (Marín, Campa-Planas & Hernández-Lara, 2014). Concretamente, en los últimos años en el sector deportivo se ha producido un gran desarrollo, dando un cambio al estatus que el deporte ha tenido en la sociedad, pasando de ser considerado una forma de ocupar el tiempo libre a considerarse un indicador de bienestar social y calidad de vida (Calabuig, Quintanilla & Mundina, 2008).

Es por ello que Buil y Rocafort (2015) consideran que es importante analizar los resultados obtenidos de las acciones y estrategias ejecutadas por las empresas durante la crisis ya que éstas ayudarán a conocer las variables que hacen que aumente o disminuya la intención de emprender así como que aumenten la probabilidad de supervivencia de las empresas de reciente creación. Además, se debe conseguir que los clientes perciban que su relación con la organización crea valor, lo que se muestra en su satisfacción personal, en una respuesta a sus gustos, preferencias o necesidades (Calabuig, Burillo, Crespo, Mundina & Gallardo, 2010), ya que ello garantizará la fidelización de nuestros clientes. Con dicho fin, las organizaciones necesitan profesionales cualificados con habilidades emprendedoras para desempeñar esas tareas.

Por consiguiente, 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 campo del emprendimiento debido a que las empresas emprendedoras son consideradas las llaves conductoras del crecimiento económico en el sistema de mercado (Murphy, Liao & Welsch, 2006). Por lo tanto, la política de empleo de la Unión Europea ha sido abordada desde el fomento del emprendimiento dado que éste constituye un motor de innovación, competitividad y crecimiento para la sociedad.

Cabe resaltar que en las últimas décadas, uno de los cambios sociales acontecidos en los países desarrollados ha sido el incremento del número de mujeres en el mercado laboral como asalariadas (Rodríguez & Santos, 2008). Pese a ello, el número de mujeres emprendedoras aún sigue siendo menor que el de los hombres. De hecho, uno de los resultados empíricos que se confirman en la mayoría de los estudios sobre emprendimiento es que las mujeres presentan una menor intención o probabilidad de emprender que los hombres, pudiéndose observar esta brecha de género en la mayoría de los países (Leoni & Falk, 2010).

En consecuencia, desde los años 80, los investigadores han comenzado a estudiar las diferencias entre los emprendedores según su género (Carter & Rosa, 1998; Huarng, Mas-Tur & Yu, 2012). Esos estudios revelaban diferencias en las características de los negocios, los motivos del desempeño emprendedor, evaluaciones de las principales barreras y del mantenimiento de la actividad emprendedora, personalidad, cualidades, estilo de gestión y sector de negocio.

Sin embargo, los estudios sobre emprendimiento en el sector deportivo son escasos (González-Serrano, Valantine & Crespo, 2014), y es por tanto el objetivo principal de este trabajo determinar si son distintas las variables explicativas de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios de género masculino y femenino de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia y si la universidad está fomentando el espíritu emprendedor, con el objetivo de eliminar esa brecha de género en las intenciones de emprender a través de la educación. Para ello se toma como referencia la Teoría de la Acción Planificada de Azjen (1991) y se analizará la intención de emprender a partir de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva, el control percibido, las capacidades para ser emprendedor y el optimismo.

2. Estudiantes universitarios, género y emprendimiento

La educación es considerada uno de los factores clave en el fomento del espíritu emprendedor en los jóvenes. En esta línea Fuentes (2011) señala que la Universidad puede jugar en la actualidad una posición estratégica si asume el papel de gestora del cambio, siendo también la mayor proveedora de la cultura emprendedora y de la innovación a sus estudiantes. A través de la educación que los estudiantes reciben a lo largo de los diferentes niveles educativos, éstos van adquiriendo además de conocimientos teóricos, destrezas que les preparan para su inserción en el mundo laboral. Por lo tanto, la educación que reciben los estudiantes en las distintas facultades juega un rol de gran importancia en la visión de éstos sobre el emprendimiento (Geri, 2013). De acuerdo a lo anterior, en el año 2014, en el informe GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) España (2014, pp. 140) se remarcó que: “la Universidad es la institución a la que se le ha presupuesto un papel esencial como formadora de las capacidades emprendedoras de los futuros titulados universitarios”.

En esta misma línea, Cousinou (2014) señala en un estudio realizado por la Comisión Europea titulado “*Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*” que aquellos estudiantes universitarios que han recibido una educación emprendedora muestran más actitudes e intenciones de emprender. Además de ello, estos estudiantes tienen una mayor probabilidad de encontrar un trabajo una vez

finalizados sus estudios, por lo que estos resultados sugieren que la educación emprendedora puede marcar la diferencia a la hora de buscar un empleo, ya sea por cuenta ajena o propia.

Una vez conocido el papel tan importante que juega la educación, y en este caso la universidad en la formación de los emprendedores, y debido a que este estudio se realiza con estudiantes universitarios, es primordial analizar la eficacia que la educación tiene en la formación de emprendedores (Drost, 2010). Según Thursby, Fuller y Thursby (2009) la formación de emprendedores debe darse tanto en carreras de grado, como de máster y doctorado, uniendo la realidad y los negocios con la educación. En consonancia a ello, Burgués (2015) señala que los centros educativos deben adaptarse a las necesidades que el mercado laboral está demandando, ofreciendo las competencias, y por lo tanto, las capacidades necesarias para ello. A continuación se muestran una serie de investigaciones que analizan el espíritu emprendedor durante la vida académica de los estudiantes universitarios para ver como evoluciona éste a lo largo de la formación, y comprobar si la Universidad está acometiendo su función en el fomento de éste.

En un estudio llevado a cabo por Espíritu y Sastre (2007) con estudiantes 668 estudiantes de una universidad madrileña, se demostró que la actitud emprendedora de los estudiantes declina a medida que estos avanzan en su ciclo académico y se aproximan al contacto con la realidad laboral. En otro estudio llevado a cabo por Krauss (2011), se realizó un estudio longitudinal en el que analizó las actitudes emprendedoras de 886 estudiantes de la Universidad Católica de Uruguay, y encontró que después de dos años de experiencia académica la actitud emprendedora global se reduce. Las actitudes que más se redujeron fueron la necesidad de logro y el control percibido interno.

Por otra parte, algunos autores (Greene & Saridakis, 2007) señalan que existe una brecha de género en la actitud emprendedora en los niveles superiores de educación, ya que pese a que la mujer juega un importante papel en el proceso de crecimiento económico, su actividad emprendedora continúa siendo menor que la de los hombres (Miniti, Arenius & Langowitz, 2005). Es por ello que en los últimos años se ha incrementado significativamente el interés de los investigadores y profesionales por los aspectos del emprendimiento en relación al género con estudiantes universitarios (Sieger, Fueglistaller & Zellweger, 2014).

En el estudio del emprendimiento en el ámbito universitario es de vital importancia destacar el proyecto internacional GUESS, el cual representa el "*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*". Este proyecto se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) (Ajzen, 1991) y a través de un cuestionario registra de forma sistemática la intención y la actividad emprendedora de los estudiantes de

diferentes universidades y países en una base de datos a largo plazo. Esto hace posible que se realicen comparaciones tanto geográficas como temporales entre universidades con diferentes visiones del emprendimiento.

En este informe se presentan las intenciones de elección de carrera de alumnos y alumnas justo después de finalizar sus estudios. Destacar que la intención de ser fundador/a de un negocio es diferente entre hombres y mujeres, siendo considerablemente mayor en los hombres respecto a las mujeres (8.6 % frente a 5.1 %). También la trayectoria profesional de un sucesor, ya sea en la empresa de los padres (si existe) o en una empresa que no es propiedad de los padres, es menos atractivo para los estudiantes de sexo femenino (1.5% frente a 2.1 %). En conjunto, el 10.7% de todos los estudiantes varones se esfuerzan por conseguir una carrera empresarial, en comparación con sólo el 6.6 % del total de estudiantes de sexo femenino.

En esta misma línea, Toledano (2006), estudió las perspectivas empresariales de 384 estudiantes de la Universidad de Huelva que ya habían realizado las prácticas de empresa. Como resultado de este estudio se obtuvo que la mejor predisposición hacia la creación de empresas se encontraba entre los alumnos de sexo masculino, con conocimientos sobre creación de empresas y con familiares o amigos empresarios. Además, en otro estudio realizado con 522 estudiantes de primer y último curso de la Universidad de Deusto, la mayoría de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, de Ingeniería y de Derecho, también encontraron una mayor intención de emprender de los estudiantes de género masculino frente a los de género femenino (Martínez de Luco & Campos, 2014).

En un estudio realizado por Lim y Envick (2013) con estudiantes de diferentes nacionalidades (Estados Unidos, Fiji, Korea y Malasia), los resultados demostraron que los estudiantes de género masculino puntuaban más alto en las cuatro variables relacionadas con la Orientación Emprendedora (toma de riesgo, autonomía, agresividad competitiva e innovación) que las estudiantes de género femenino. Posteriormente, otro autor, De Jorge (2013), estudió qué factores influyen en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de la Licenciatura y Grado de Administración y Dirección de Empresas (331 estudiantes). Los principales resultados mostraron que las características personales de los alumnos como es una mayor edad, el género masculino y la existencia de algún familiar empresario, resultaron ser explicativas de la intención emprendedora.

En otro estudio realizado por Ruiz De La Rosa, García-Rodríguez y Delgado (2014) cuyo objetivo era analizar el efecto diferencial del género sobre la intención de emprender entre un grupo de alumnos/as participantes en un proyecto de educación emprendedora en el contexto universitario, en los hombres,

la autoeficacia resultó ser la principal variable explicativa de la intención emprendedora, mientras que para las mujeres el factor determinante resultó ser la controlabilidad percibida. Sin embargo, según Mueller y Dato-on (2010), pese a que las mujeres han desempeñado un papel significativo en el crecimiento del emprendimiento en todo el mundo, todavía hay una brecha considerable entre el nivel de participación y es importante reconocer la brecha que parece ser consistente en todas las culturas y economías.

3. Teorías sobre el emprendedor. Modelos explicativos de las intenciones de emprender

Debido a la multidisciplinariedad de este campo de estudio, durante el transcurso de los años han ido apareciendo nuevas teorías que intentan explicar el comportamiento del emprendedor desde diferentes perspectivas. Sin embargo, en los últimos años, una de las formas más utilizadas para estudiar el fenómeno del emprendimiento han sido los modelos de intenciones. Estos modelos se basan en que el punto de partida de una acción es la formación del objetivo de intención (Locke & Latham, 2002). Los investigadores de la psicología social definen las intenciones como estados cognitivos inmediatamente prioritarios a la decisión de actuar (Ajzen, 1991).

En esta misma línea Calabuig (2014) señala que las intenciones de comportamiento futuro es un tema de estudio que se sigue utilizando en muchos campos de investigación, siendo este interés debido a que las intenciones de comportamiento han demostrado ser un paso previo a la conducta real, por lo que analizando las intenciones es posible acercarse de una forma clara a los posibles comportamientos futuros. Es por ello el interés de los estudios sobre intenciones para explicar la intención de emprender.

El primer modelo de intención emprendedora fue el desarrollado por Shapero y Sokol (1982), denominado “*Entrepreneurial Event Model*” (EEM), en el cual el *entrepreneurship* es entendido como un acontecimiento que se puede explicar con la interacción de varios factores, como son las experiencias emprendedoras que se han tenido (todas ellas con un carácter positivo), las capacidades, la autonomía y el riesgo. De acuerdo con este modelo, la elección personal para iniciar una empresa depende de tres elementos fundamentalmente:

- la percepción de deseabilidad,
- la percepción de viabilidad y
- la propensión a actuar.

Posteriormente, aparece el modelo de Ajzen (1991), dando lugar a la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB). Esta teoría se ha convertido en los últimos años en la teoría más ampliamente usada tanto para explicar como para predecir el comportamiento humano. Su premisa se fundamenta en el hecho de que el comportamiento requiere de una cierta cantidad de planificación la cual puede predecir la intención de adoptar ese comportamiento. De esta manera, postula que el comportamiento es una función de creencias las cuales ejercen influencia sobre un determinado comportamiento. Estas creencias se consideran premisas importantes que determinan la actitud, la intención y el comportamiento de una persona.

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 éste percibe. Según este autor, en general, cuanto más favorables sean las normas subjetivas y la actitud y mayor el grado de control percibido de individuo, más fuerte será la intención de éste para llevar a cabo un determinado comportamiento.

Tres años después, Krueger y Brazeal (1994), elaboran un modelo de intención emprendedora al que denominaron “*Entrepreneurship Potential Model*” (EPM), basado en los modelos de Shapero y Sokol (1982) y Ajzen (1991), que integran los conceptos de percepción de viabilidad y deseabilidad. En dicho modelo, la credibilidad requiere que el comportamiento sea considerado necesario y viable, lo cual influye en la intención de crear una empresa. El modelo también explica que, aunque una persona pueda percibir que la creación de una empresa es deseable y viable, puede que no tome la decisión por falta de un suceso disparador. En este modelo, la influencia del suceso disparador es la aportación más significativa de éste

Pese al desarrollo de distintos modelos a lo largo de la historia para explicar la intención de emprender, como indican diversos autores (Jaén, 2010; Schlaegel & Koenig, 2014) la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991) se ha convertido en uno de los marcos teóricos más frecuentemente utilizados en los estudios recientes sobre la intención de emprender, y en el presente estudio será el que se utilizará.

4. Método

4.1. Participantes

La muestra está constituida por estudiantes de Grado de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la provincia de Valencia. Para ello se ha analizado una población de 578 estudiantes, 121 estudiantes de 1er curso, 118 estudiantes de 2º curso, 99 estudiantes de 3er curso, 78 estudiantes de 4º curso, 138 estudiantes del Máster de Formación del Profesorado de Secundaria (MFPS) y 24 estudiantes del Máster de Gestión de la Actividad Física y el Deporte (MGAFD) de Valencia. Del total de los estudiantes encuestados, el 78.2% fueron hombres y el 21.8% mujeres y la media de edad es de 22.17 (DT=3.47).

4.2. Procedimiento

Debido a que la población objetivo de estudio era relativamente pequeña y específica, se decidió optar por dos estrategias para la obtención de datos. En primer lugar, se decidió pasar el cuestionario en papel in-situ, en los diversos cursos (1º-3º) y másteres de las diversas universidades de Valencia donde había graduados de CAFD de la promoción 2010-2014, así como en unas jornadas de experiencias en prácticas externas y elaboración de trabajos de final de grado, celebrada el 17 de Febrero de 2015 en la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, las cuales estaban orientadas a alumnos de 4º de grado de CAFD de la Universidad de Valencia.

En segundo lugar, se decidió enviar el cuestionario vía *online*. De este modo, el cuestionario fue subido a la plataforma electrónica “*LimeSurvey*” y se remitió en formato electrónico por Facebook a todos los sujetos que cumplían con los criterios básicos del estudio anteriormente mencionados.

Para contestar el cuestionario, los alumnos tardaron entre 10-15 minutos, no habiéndose presentado ninguna incidencia por demoras de entrega. El proceso de aplicación se llevó a cabo a partir del mes de diciembre de 2014 y la información fue recolectada hasta principios del mes de mayo del 2015.

4.3. Instrumento

Como instrumento de recolección de información se utilizó un cuestionario compuesto por 72 ítems, dividido en diferentes áreas. Para ello se tomó como referencia el EIQ (Entrepreneurial Intention Questionary) de Liñan & Chen (2009), el Test de Optimismo (LOT-R) adaptado al castellano de Otero, Luengo, Romero Gómez y Castro (1998), y la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS) traducida al castellano y validada de Atienza, Pons, Balaguer y García-Merita (2000). Todas las escalas que conformaron el cuestionario se encontraban validadas en versión española y fueron medidas en una escala Likert ascendente de 1 a 7. Una vez pasados los cuestionarios los datos fueron sometido a un análisis de fiabilidad (alfa de Cronbach), presentando todas las escalas que lo conforman buenos resultados.

A continuación se describen de una forma detallada cada una de estas áreas:

- Escala 1: Optimismo (Opt)

Esta escala ha sido extraída de la versión española del LOT-R desarrollada por Otero et al. (1998), cuyas propiedades psicométricas de esta versión española fueron estudiadas posteriormente por Chico, Ferrando y Tous (2002).

Esta área consta de 10 ítems, de los cuales 3 de ellos hacen referencia a comportamientos relacionados con el optimismo, 3 de ellos el pesimismo y 4 de ellos son ítems de relleno. Para evaluar dichos ítems se utiliza una escala de Likert ascendente, donde 1 significa que el sujeto está totalmente en desacuerdo y 7 significa que está totalmente de acuerdo. El alfa de Cronbach de esta escala es de 0.61.

- Escala 2: Control del comportamiento percibido (EC)

Esta escala ha sido extraída y traducida del EIQ de Liñan y Chen (2009). Está compuesta por 12 ítems, 6 de los cuáles hacen referencia a la capacidad de emprendimiento, utilizando una escala de Likert ascendente donde 1 significa totalmente desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

Los otros 6 ítems hacen referencia al nivel de las capacidades para ser emprendedor utilizándose una escala de Likert también ascendente, donde 1 significa sin ninguna capacidad y 7 muy alta capacidad. El alfa de Cronbach de esta escala es de 0.81.

- Escala 3: Intención de emprender (EI)

Esta escala ha sido extraída, traducida y adaptada del EIQ de Liñán y Chen (2009). Está formada por 6 ítems que miden el nivel de acuerdo o desacuerdo con la disposición a ser empresario o crear una empresa utilizando una escala Likert ascendente donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

- Escala 4: Atracción profesional o actitud hacia la conducta (AP)

Esta escala ha sido extraída, traducida y adaptada del EIQ de Liñán y Chen (2009). Está compuesta por 11 ítems, 3 de ellas hacen referencia al tipo de trabajo que se prefiere el sujeto tener al finalizar su carrera universitario y para medir esto se utiliza una escala ascendente de Likert donde 1 significa preferencia mínima y 7 preferencia máxima. Los 3 siguientes hacen referencia a la atracción sobre las distintas salidas profesionales utilizándose la misma escala pero donde 1 significa atracción mínima y 7 atracción máxima. Los cinco últimos ítems miden el nivel de acuerdo con las diferentes salidas profesionales, utilizándose una escala también de Likert ascendente donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

- Escala 5: Norma subjetiva (EvS)

La siguiente escala ha sido extraída, traducida y adaptada del EIQ de Liñán y Chen (2009). Está compuesta por 11 ítems, 3 de ellos hacen referencia a la valoración que tiene de la actividad empresarial su entorno más cercano, utilizándose una escala de Likert ascendente donde 1 significa muy por debajo y 7 muy por encima de otras. Los siguientes tres miden la aprobación de la decisión de crear una empresa por las personas del entorno más cercano, utilizándose también una escala de Likert donde 1 significa desaprobación total y 7 aprobación total.

Los últimos 5 ítems miden el grado de acuerdo o desacuerdo utilizando la misma escala anterior, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo, sobre aspectos relacionados con la actividad empresarial y el papel del empresario.

- Escala 6: Satisfacción con la vida

El cuestionario contenía además otra escala de satisfacción, la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS) de Diener, Emmons, Larsen, y Griffin (1985) que posteriormente fue traducida al castellano y comprobadas sus propiedades psicométricas en esta versión con adolescentes por Atienza et al. (2000). Esta escala está compuesta por 5 ítems, que son valorados con una

alternativa de respuesta tipo Likert de 7 puntos (al igual que la versión original del SWLS) para la evaluación de cada declaración redactadas en sentido positivo donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

4.3.1. Datos sociodemográficos

Además de las preguntas abiertas incluidas en el cuestionario anteriormente comentado, también se recopila, como es preceptivo, información sociodemográfica sobre los estudiantes al final del instrumento. Se han tenido en cuenta los estudios realizados, la ciudad, la edad, el género y la ciudad de residencia.

5. Resultados

5.1. Análisis de fiabilidad del cuestionario

Para analizar la fiabilidad del cuestionario que se utilizó en el presente estudio, éste fue sometido a un análisis de fiabilidad mediante la utilización del estadístico Alfa de Cronbach. Todas las escalas presentaron buenos alfas de Cronbach (por encima de 0.60) como se puede observar en la Tabla 1.

En todas las escalas las correlaciones entre los ítems fue bastante elevada menos en el caso de la escala de optimismo, que fue la escala en la que menores correlaciones presentaron sus ítems, así como la que menor alfa de Cronbach presentó (0.610). Cabe resaltar que en la escala de satisfacción con la vida fue necesario eliminar un ítem ya que la correlación de éste era muy baja y si ese ítem se eliminaba el alfa de Cronbach se incrementaba en gran medida (0.837). La escala que mejor alfa de Cronbach presentó fue la de intenciones de emprender (0.947), seguida de la actitud hacia la conducta (0.888) y de la de control percibido (0.807) En la siguiente tabla se muestran los resultados:

Escala	Ítems	Correlación ítem total	Alfa de Cronbach
Optimismo	Ítem 14	.339	0.610
	Ítem 16	.287	
	Ítem 17	.377	
	Ítem 20	.284	
	Ítem 22	.472	
	Ítem 23	.428	
Control percibido	Ítem 24	.623	0.807
	Ítem 25	.732	
	Ítem 26	.782	
	Ítem 27	.386	
	Ítem 28	.660	
	Ítem 29	.634	
Intenciones de emprender	Ítem 36	.747	0.947
	Ítem 37	.858	
	Ítem 38	.876	
	Ítem 39	.857	
	Ítem 40	.863	
	Ítem 41	.841	
Actitud hacia la conducta	Ítem 48	.501	0.888
	Ítem 49	.794	
	Ítem 50	.781	
	Ítem 51	.804	
	Ítem 52	.766	
Norma subjetiva	Ítem 53	.488	0.754
	Ítem 54	.649	
	Ítem 55	.621	
Satisfacción con la vida	Ítem 68	.676	0.837
	Ítem 69	.672	
	Ítem 70	.759	
	Ítem 72	.577	

Tabla 1. Análisis de fiabilidad de las escalas: correlación entre ítems y alfa de Cronbach

5.2. Comparaciones de medias según cursos y másteres

En la Tabla 2 se muestran las medias de las puntuaciones de las variables relacionadas con el espíritu emprendedor dependiendo de los cursos del Grado en CAFD y de los diferentes másteres (MGAFD y MFPS). Cabe recordar para una interpretación adecuada de los resultados, que la puntuación mínima de la escala Likert era 1 y la máxima era 7 para todas las variables que se muestran en la tabla.

	F	Sig.	1º (DT)	2º (DT)	3º (DT)	4º (DT)	MGAFD (DT)	MFPS (DT)
Intenciones de emprender	2.809	.016	3.19 (1.47)	3,07 (1.66)	3,13 (1.57)	3.26 (1.40)	4.30 (1.25)	3.10 (1.59)
Control percibido	4.450	.001	3.01 (1.32)	2,81 (1.26)	3.15 (1.18)	2.97 (1.09)	4.10 (0.86)	3.11 (1.41)
Actitud hacia la conducta	2.505	.029	4.01 (1,27)	3.87 (1.32)	4.02 (1.32)	4.15 (1.15)	4.83 (0.89)	4.07 (1.21)
Norma subjetiva	4.321	.001	5.61 (1.26)	5.16 (1.58)	5.55 (1.40)	5.98 (0.86)	5.85* (0.72)	5.42 (1.13)
Capacidades para ser emprendedor	1.004	.414	4.71 (1.02)	4.75 (1.09)	4.78 (0.99)	4.88 (0.85)	5.13 (0.76)	4.72 (0.90)

Tabla 2. Diferencias de medias entre las variables relacionadas con el espíritu emprendedor entre pre-graduados (1º-4º curso) y post-graduados de CAFD de la Universidad de Valencia

A la hora de estudiar las diferentes variables relacionadas con el espíritu emprendedor en los diferentes cursos del grado de CAFD, se observa que los alumnos de los 4 cursos presentan medias similares en la variable espíritu emprendedor siendo los de 4º los que mayor media presentan y los de segundo los que menor media presentan. Si comparamos las medias de esta misma variable de los alumnos de los distintos cursos de grado con la de los alumnos de máster, se observa que los alumnos del MFPS presentan una media similar a los de grado, siendo junto a los alumnos de 2º de grado los que menor media presentan. Sin embargo, los alumnos del MGAFD son los que mayor media presentan.

En cuanto a la variable control percibido, según los alumnos de grado, son los alumnos de 3º los que mayor media presentan y los 2º los que menor. Otro aspecto a destacar es que los alumnos de 4º presentan una media más baja que los de 1º y 3º. Comparando esta misma variable entre los alumnos de grado y los alumnos de máster, ocurre lo mismo que en el caso de la variable intenciones de emprender, los alumnos del MFPS muestran una media similares a los alumnos de grado, siendo inferior a la de los alumnos de tercero, mientras que por el contrario los alumnos del MGAFD son los que mayor media presentan.

Respecto a la variable actitud hacia la conducta en los alumnos de grado, todos presentan una media similar, siendo los alumnos de 2º los que menor media presentan y los alumnos de 4º los que mayor media presentan. Si atendemos a esta misma variable en relación a los alumnos de grado y de máster, se puede observar que al igual que en las variables anteriores, los alumnos del MFPS muestran una media similar a los alumnos de grado siendo inferior a la de los alumnos de 4º, mientras que los alumnos del MGAFD son los que mayor media presentan.

En lo referente a la variable norma subjetiva en los alumnos de grado, son los alumnos de 4º los que mayor media presenta, y los alumnos de 2º los que menor media presentan, seguidos de los de 1º. Si comparamos los alumnos de grado con los de máster se puede observar que los alumnos del MFPS presenta una media inferior a todos los alumnos de grado excepto a los de 2º. En cuanto a los alumnos del MGAFD presentan una mayor media que los alumnos del MFPS, pero sin embargo ésta es menor que la de los alumnos de 4º, siendo éstos el grupo que mayor media presentan en la variable norma subjetiva.

Por último, en la variable capacidades para ser emprendedor entre los alumnos de grado, se observa que en este caso son los alumnos de 4º los que mayor media presentan y los alumnos de primero los que menor media presentan, presentándose una evolución gradual en las puntuaciones de esta entre los alumnos de 1º hasta los alumnos de 4º. Si comparamos las puntuaciones obtenidas en esta misma variable entre los alumnos de grado y de máster, se puede observar como el MFPS presentan una media similar a la de los alumnos de 1º y 2º, mientras que el MGAFD presenta la media más alta de todas.

A continuación, en la Figura 1 se muestra de una forma gráfica lo comentado anteriormente:

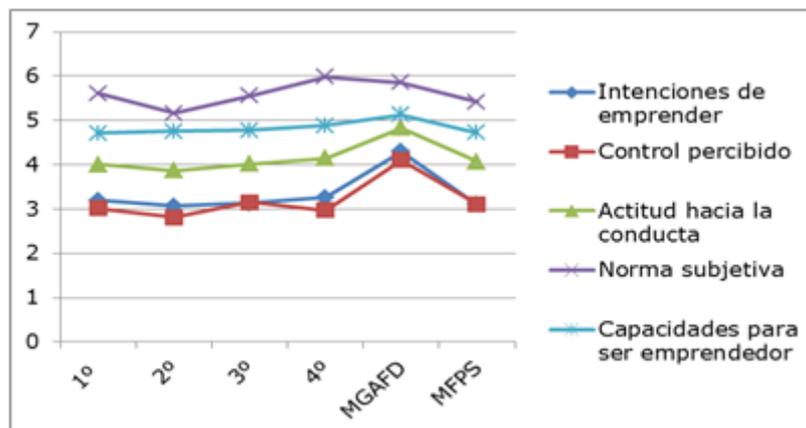


Figura 1. Evolución de las variables relacionadas con el espíritu emprendedor durante la vida académica de los estudiantes de CAFD de la Universidad de Valencia (1º-4º de grado y másteres)

Atendiendo a la Figura 1, se observa que la variable norma subjetiva es la que mayor puntuación media presenta en todos los grupos de estudiantes, seguida por la variable capacidades para ser emprendedor, y la variable control percibido es la que menor media presenta, seguida por la variable intenciones de emprender. Sin embargo, pese a que existen diferencias de medias entre los distintos grupos como se pueden observar la Tabla 2, las diferencias estadísticamente se encuentran en todas las variables relacionadas con el espíritu emprendedor excepto en la variable capacidades para ser emprendedor entre al menos dos de los grupos A continuación en la Tabla 3 se detallan los grupos entre los que existen diferencias estadísticamente significativas en cada una de estas variables:

	Intenciones de emprender	Control percibido	Actitud hacia la conducta	Norma subjetiva
1° vs 2°				
1° vs 3°				
1° vs 4°				
1° vs MGAFD	*	***	*	
1° vs MFPS				
2° vs 3°				
2° vs 4°				***
2° vs MGAFD	*	***	*	***
2° vs MFPS				
3° vs 4°				
3° vs MGAFD	*	***		
3° vs MFPS				
4° vs MGAFD		***		
4° vs MFPS				***
MGAFD vs MFPS	*	***		

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Tabla 3. Diferencias de medias en las variables emprendedoras según los cursos de grado (1°-4°) y másteres (contraste grupo a grupo mediante ANOVA de un factor y el post hoc de Bonferroni y Tamhane)

En la variable intenciones de emprender existen diferencias estadísticamente significativas ($p < 0.05$) entre los alumnos de los cursos de 1°, 2° y 3° de grado (3.19 (DT=1.47); 3.07 (DT=1.66); 3.13 (DT=1.57)) con los del MGAFD (4.30; DT=1.25). Los alumnos del MFPS (3.10; DT=1.59) también presentan diferencias estadísticamente significativas con los del MGAFD, presentando éste último una media más alta en todos los casos.

En la variable control percibido también existen diferencias estadísticamente significativas ($p < 0.001$) entre todos los cursos de estudiantes de grado (3.01 (DT=1.32); 2.81 (DT=1.26); 3.15 (DT=1.18); 2.97 (DT=1.09) con los del MGAFD (4.10; DT=0.86), presentando en todos los casos éste último una

media más alta. Asimismo también existen diferencias estadísticamente significativas entre los alumnos del MFPS (3.11; DT=1.41) y los del MGAFD (4.10; DT=0.86), presentando estos últimos mayor media. Además, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la variable actitud hacia la conducta ($p < 0.05$) entre los alumnos de 1º (4.01; DT= 1.27) y 2º de grado (3.87; DT=1.32) y los alumnos del MGAFD (4.83; DT= 0.89) como se muestra en la Tabla 2.

Por último, existen diferencias estadísticamente significativas ($p < 0.001$) en la variable norma subjetiva entre los alumnos de 2º (5.16; DT=1,58) y los del MGAFD (5.85; DT=0.72) puntuando éstos últimos más alto. También existen diferencias estadísticamente significativas entre los alumnos de 4º (5.98; DT=8.86) y los de 2º (5.16; DT=1.58) y MFPS, (5.42; DT=1.13) presentando en ambos casos una media más alta los de 4º. Sin embargo, en la variable capacidades para ser emprendedor no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos, por lo que la formación durante el grado y los diferentes másteres no parece tener influencia en el fomento de dicha variable.

5.3. Correlaciones entre las variables del modelo

En segundo lugar, se realizó un análisis de correlaciones bivariadas de Pearson, y se comprobó que las variables control del comportamiento percibido, capacidades para ser emprendedor, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y optimismo, se relacionan significativamente con la variable intención de emprender ($p \leq 0.01$), pero cada una de ellas con una intensidad distinta. Las variables control percibido (.568) y actitud hacia la conducta (.783) se relacionan altamente, mientras que las variables norma subjetiva (.190), capacidades para ser emprendedor (.428) y optimismo (.240) se relacionan de una forma baja. Sin embargo, la variable satisfacción con la vida no presentó correlación ni con la intención de emprender ($p > 0.01$) ni con el control percibido ni la actitud hacia la conducta, pero sí ($p \leq 0.01$) con las capacidades del emprendedor (.281) y la norma subjetiva (.209), aunque de una forma baja.

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7
Intención de emprender	1.000						
Control percibido	.568**	1.000					
Capacidades emprendedor	.428**	.476**	1.000				
Actitud hacia la conducta	.783**	.508**	.440**	1.000			
Norma subjetiva	.190**	.175**	.235**	.315**	1.000		
Satisfacción vida	-0.20	-0.73	.281**	.003	.209**	1.000	
Optimismo	.240**	.246**	.406**	.270**	.231**	.376**	1.000

Tabla 4. Correlaciones entre las variables emprendedoras con la intención de emprender

5.4. Comparación de las puntuaciones de las variables según el género de los estudiantes

Posteriormente se ha realizado una prueba t para muestras independientes con el objetivo de comparar si existían diferencias en las puntuaciones de las diferentes variables relacionadas con el espíritu emprendedor según el género de los estudiantes. En la Tabla 2 se observan las diferencias existentes en las valoraciones de los alumnos y las alumnas pre-graduados y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia. Se observa que sólo existen diferencias estadísticamente significativas entre los alumnos de género masculino y femenino en la variable normas subjetiva ($p \leq .05$), presentando las mujeres (5.76; DT=1.12) una puntuación más alta que los hombres (5.47; DT=1.30). Respecto al resto de variables, en la tabla se refleja como las valoraciones medias son similares. Tanto el caso de los alumnos de sexo masculino como los de sexo femenino valoran más alto las variables norma subjetiva, optimismo y capacidades emprendedoras, siendo en el primer de los casos un poco más alta la valoración que hacen las mujeres, en el segundo la de los hombres y en el tercer caso puntúan igual. En cuanto a las variables menores puntuadas caben destacar el control percibido seguido de la intención de emprender.

	F	p valor	Hombres	Mujeres
Intención de emprender	.893	.836	3.20 (1.53)	3.16 (1.62)
Control percibido	3.746	.116	3.11 (1.23)	2.90 (1.43)
Capacidades emprendedor	.139	.970	4.78 (.98)	4.78 (.93)
Actitud hacia la conducta	.060	.821	4.05 (1.25)	4.02 (1.27)
Norma subjetiva	3.348	.030	5.47 (1.30)	5.76 (1.12)
Optimismo	.878	.677	5.06 (1.03)	5.02 (.95)

Tabla 5. Diferencias variables emprendedoras según género

5.5. Análisis de regresión con la variable género como moderadora

Finalmente se ha segmentado el archivo por la variable género y se ha realizado una regresión lineal múltiple introduciendo como variable dependiente la intención de emprender y como variables independientes el control percibido, las capacidades de emprender, la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el optimismo.

G		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Estadísticos de colinealidad	
		B	Error típ.	Beta			Tolerancia	FIV
H	(Constante)	-.820	.292		-2.812	.005		
	Control percibido	.237	.044	.190	5.426	.000	.703	1.422
	Capacidades para ser emprendedor	.066	.057	.042	1.164	.245	.661	1.512
	Actitud hacia la conducta	.839	.044	.689	19.163	.000	.669	1.494
	Norma subjetiva	-.114	.038	-.097	-3.022	.003	.837	1.195
	Optimismo	.038	.048	.026	.785	.433	.816	1.226
M	(Constante)	-1.004	.569		-1.765	.080		
	Control percibido	.299	.073	.263	4.091	.000	.530	1.886
	Capacidades para ser emprendedor	.053	.111	.030	.477	.634	.551	1.816
	Actitud hacia la conducta	.859	.078	.671	10.962	.000	.587	1.704
	Norma subjetiva	-.059	.070	-.041	-.839	.403	.933	1.072
	Optimismo	-.013	.095	-.008	-.136	.892	.704	1.421

1. Nota: R=.80; R2= .63; R2adj= .63; F (5) = 146.134; p<.001

2. Nota: R=.86; R2= .75; R2adj= .74; F (5) = 67.966; p<.001

Tabla 6. Diferencias en las variables predictoras de la Intención de Empezar de los estudiantes post-graduados y pre-graduados de CAFD de la Universidad de Valencia por género

Como se muestra en la Tabla 6, el control percibido y la actitud hacia la conducta tienen efectos sobre las intenciones de emprender, y dichos efectos son similares independientemente de que el estudiante sea hombre o mujer ($p \leq 0.001$). Por su parte, las capacidades para ser emprendedor y el optimismo no parecen tener efectos sobre las intenciones de emprender por sí solas ni en interacción con el género ($p > 0.05$). Tanto en los estudiantes de género masculino ($\beta = 0.689$) como femenino ($\beta = 0.671$) la variable actitud hacia la conducta es la que más peso tiene en la predicción y presenta valores similares para ambos, mientras que el control percibido tiene mayor peso en las mujeres ($\beta = 0.263$) que en los hombres ($\beta = 0.190$), pero los valores son similares. Por último, cabe resaltar que se ha encontrado una variable explicativa de la intención de emprender en el caso de los estudiantes de género masculino pero no para los de género femenino como es el caso de la variable norma subjetiva ($p \leq 0.01$), aunque el valor de predicción de esta es muy bajo y con sentido negativo ($\beta = -.097$).

De esta manera, se obtuvieron dos modelos significativos distintos para predecir las intenciones de emprender de los estudiantes que conformaron la muestra, uno para los estudiantes de género masculino y otro para los de género femenino. El modelo de los estudiantes de

género masculino ($F(5) = 146.134$; $p < .001$) explica el 63% de la varianza de las intenciones de emprender, siendo la variable actitud hacia la conducta ($\beta = 0.689$) la que mayor peso ejerce, seguida de la variable control del comportamiento ($\beta = 0.190$), y por último y en sentido negativo la variable norma subjetiva ($\beta = -0.097$). En el caso de las estudiantes de género femenino, se obtuvo un modelo ($F(5) = 67.966$; $p < .001$) que explica el 74% de la varianza, siendo la variable actitud hacia la conducta ($\beta = 0.671$) la que mayor peso ejerce y la variable control percibido la que menos peso ejerce ($\beta = 0.190$).

6. Discusión

Fruto de los drásticos cambios acaecidos en los últimos años en nuestra sociedad, como pueden ser la globalización y la recientemente la crisis económica acontecida desde 2008, el emprendimiento es considerado un aspecto fundamental para el crecimiento de las economías de los países, siendo objeto de gran interés de investigadores de diferentes campos así como de instituciones educativas. De hecho, diversos estudios muestran como a través de la educación se pueden formar emprendedores (eg. Cousinou, 2014), por lo que a las instituciones educativas y especialmente a la universidad se les han asignado un papel primordial en la formación de éstos. Por lo tanto, el conocimiento y la comprensión de los aspectos que influyen en la intención de emprender de los estudiantes universitarios puede ayudar a la universidad a diseñar los planes de estudio para que las titulaciones fomenten las competencias que han de ser adquiridas para desarrollar el espíritu emprendedor, además de ayudar a los docentes a desarrollar las metodologías o técnicas de enseñanza que respondan a estas necesidades.

Es por ello que en este trabajo se ha estudiado si tales circunstancias se están originando de una manera eficaz en la Universidad de Valencia, concretamente en la titulación de CAFD, para lo cual se ha analizado la evolución de las variables relacionadas con el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de los diferentes cursos de grado así como de dos másteres distintos y la influencia de éstas variables en la intención de emprender según el género.

6.1. Propiedades psicométricas del cuestionario

En primer lugar, para conocer las propiedades psicométricas del cuestionario éste fue sometido a un análisis de fiabilidad cuyos resultados han sido satisfactorios en cada una de las escalas analizadas, presentando todas éstas altos valores en el alfa de Cronbach. Estos resultados se encuentran en consonancia con los de un estudio realizado por Wu y Wu (2008) sobre el impacto de la educación superior en las intenciones de emprender con estudiantes universitarios de China, quienes obtuvieron un alfa de Cronbach para la actitud hacia la conducta de 0.778, para la norma subjetiva de 0.717, para el control percibido de 0.765 y para las intenciones de emprender de 0.831. Estos resultados también son congruentes con los de Liñan y Chen (2009), quienes desarrollaron y sometieron el cuestionario a un análisis de fiabilidad y validez, presentando todas las escalas de éste altos índices. Por lo tanto, el cuestionario utilizado en el presente estudio resulta ser un instrumento de medida válido para medir las intenciones de emprender de los estudiantes universitarios.

6.2. Evolución del espíritu emprendedor a lo largo del grado y máster

En cuanto a la evolución de las variables relacionadas con el espíritu emprendedor durante la vida académica de éstos, los datos de nuestro estudio revelan que las variables relacionadas con el espíritu emprendedor permanecen más o menos estables durante el grado, siendo la variable norma subjetiva la que mayor evolución presenta, pero dicha variable es una de las que menor fuerza presenta en la predicción de las intenciones de emprender (Ajzen, 1991), incluso en estudios realizados con estudiantes universitarios dicha variable no resultó ser explicativa de las intenciones de emprender (Liñan, 2008).

En nuestro estudio, dicha variable resultó ser predictiva sólo para los hombres pero no para las mujeres, ejerciendo ésta una influencia muy baja y además en sentido negativo ($\beta = -.097$). Por lo que el fomento de esta variable no sólo no influye en algunos casos, sino que en los estudiantes de género masculino de CAFD que conformaron la muestra del estudio, resulta contraproducente, es decir, que cuanto mayores intenciones tiene los alumnos de emprender menos atractivo valora su entorno cercano dicha salida académica. Por lo tanto, se debería buscar cómo reducir la influencia de dicha variable a través de la formación académica en vez de incrementarla si se desea fomentar las intenciones de emprender en los estudiantes de género masculino de ámbito deportivo.

Atendiendo a la evolución de la variable norma subjetiva durante la vida académica de los estudiantes, se observa que las puntuaciones de esta variable son menores en los alumnos de 4º de grado que en los alumnos de 1º del grado de CAFD. Esto puede ser debido a que los alumnos del último curso, próximos a incorporarse al mundo laboral, pese a haber recibido 4 años de formación universitaria no se perciben capacitados para emprender. Por consiguiente, se debería indagar en cuáles son las causas que producen que esta variable sea menor en los alumnos que están a punto de incorporarse al mundo laboral para poder invertir dicha relación durante la formación académica y generar más emprendedores en el ámbito deportivo.

Estos resultados se encuentran en congruencia con el estudio realizado por Espíritu y Sastre (2007) con estudiantes universitarios de Madrid, quien además de observar que la actitud hacia el emprendimiento no evoluciona durante los cursos, demostró que ésta declina a medida que los estudiantes avanzan en su ciclo académico y se aproximan a la realidad laboral. En esta misma línea, en un estudio más reciente, llevado a cabo por Ubierna (2015) con estudiantes universitarios de Grado y Máster de Turismo, éste encontró que la intención de emprender decrece con el progreso académico de los alumnos, según se aproxima el momento de incorporarse al mundo laboral.

Por lo que respecta a los alumnos de máster, los datos de nuestro estudio muestran que los alumnos del MFPS mostraban registros similares o incluso inferiores en las variables relacionadas con el espíritu emprendedor que los estudiantes de grado, por lo que la formación recibida durante el máster no fomentó el espíritu emprendedor de éstos estudiantes. Sin embargo, el MGAFD al parecer sí incrementó el espíritu emprendedor de los estudiantes de CAFD, presentando este grupo las medias más altas en todas las variables excepto en la variable norma subjetiva que fueron los alumnos de 4º de Grado de CAFD los que presentan la media más alta. Esto puede ser debido a que la salida profesional del MFPS es ser profesores, es decir, conseguir un puesto de funcionario que les garantiza estabilidad laboral. Sin embargo, el MGAFD prepara a los alumnos con los conocimientos y herramientas necesarias para gestionar la Actividad Física y el Deporte, pudiendo desempeñar posteriormente una amplia gama de puestos de trabajo, no siendo necesariamente el de funcionario. Por lo que según los resultados obtenidos, la formación relacionada con gestión deportiva fomenta el espíritu emprendedor de estos estudiantes, y es por ello que si se quiere conseguir un mayor número de emprendedores en el ámbito deportivo, se debería incrementar la formación relacionada con este ámbito durante el grado de CAFD.

6.3. Influencia del género en las intenciones de emprender

Por último, en cuanto al análisis del emprendimiento desde la perspectiva de género, cabe destacar que ha tomado especial importancia en los últimos años y son numerosos los estudios realizados con estudiantes universitarios que tienen en cuenta esta variable y que remarcan la mayor intención de los estudiantes de género masculino hacia el emprendimiento o creación de negocios (De Jorge, 2013; Toledano, 2006).

Algunos estudios, además de remarcar las diferencias entre el género y la intención de emprender, también hacen referencia a las diferencias en la percepción de autoeficacia o control del comportamiento percibido entre estos dos grupos, siendo mayor en ambos casos en los hombres que en las mujeres (Gatewood, Shaver, Powers & Gartner, 2002; Wilson, Kickul & Marlino, 2007). En esta misma línea Ruiz, Rojas y Suárez (2008), en un estudio realizado con estudiantes universitarios de Almería, encontró que existían diferencias estadísticamente significativas en la variable deseabilidad hacia el emprendimiento, siendo el género masculino quien presenta una mayor inclinación hacia considerar deseable la creación de una empresa propia. Este resultado no muestra consonancia con nuestro estudio, ya que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre el género de los estudiantes y la actitud o deseabilidad hacia el emprendimiento, siendo esta para ambos estudiantes la variable más influyente, es decir, con mayor peso en las intenciones de emprender, independientemente del género.

Estos resultados se encuentran en consonancia con el estudio realizado por González-Morales (2001) con estudiantes universitarios de Panamá en el que tampoco se encontraron diferencias significativas en el deseo o intención de crear una empresa entre hombres y mujeres en la etapa de la adolescencia. También son congruentes con los de Leiva (2004), quien en su estudio llevado a cabo con estudiantes universitarios de cuatro titulaciones de ingeniería tampoco encontró diferencias en la actitud hacia el emprendimiento dependiendo en la variable género.

Sin embargo, es necesario resaltar que se encontraron diferencias en los modelos predictivos de los estudiantes de género masculino y género femenino en una variable, concretamente la denominada norma subjetiva, aunque el peso de ésta era muy bajo y además en sentido negativo ($\beta = -.097$). Ruiz et al. (2014), en un estudio de las variables predictoras de la intención de emprender según el género llevado a cabo con estudiantes universitarios de la Universidad de la Laguna desde la perspectiva de la Teoría del Comportamiento Planificado sí encontró también diferencias en las variables predictoras de la intención de emprender. En el caso de los hombres, la autoeficacia es la principal variable explicativa

de la intención emprendedora, mientras que para las mujeres el factor determinante es la controlabilidad percibida.

En esta misma línea, en un estudio realizado por Fuentes y Sánchez (2010) en el que analizaban las perspectivas de emprendizaje por género de los estudiantes universitarios de Córdoba y los determinantes que ejercen influencia sobre las mismas, se encontraron distintos atributos asociados a una mayor probabilidad de emprender en el futuro. Para las mujeres destaca la iniciativa, la creatividad y la autoconfianza como aspectos asociados al emprendimiento, mientras que para los varones, se relaciona con características como el deseo de enfrentarse a nuevos retos o el entusiasmo ante los proyectos. Asimismo Ventura y Quero (2013) analizaron con estudiantes de la universidad de Málaga, los factores que explican la menor intencionalidad de emprender en la población femenina y también encontraron diferencias significativas entre género. Por el contrario, en el presente estudio, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las variables predictoras de la intención de emprender, siendo las variables control percibido y actitud hacia la conducta las predictoras en ambos casos.

Es por ello que en esta investigación, se quiso observar si existían diferencias de género en la visión que tenían sobre el emprendimiento los estudiantes pre-graduados y post-graduados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia. Sin embargo, no se encontraron diferencias significativas en las en la variable intención de emprender ni en sus variables predictoras más influyentes (actitud hacia la conducta y control del comportamiento percibido). Esto puede ser debido a las características de la muestra, ya que al ser estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, la interacción que los estudiantes de ambos sexos tienen durante las clases eminentemente prácticas (fútbol, baloncesto, balonmano...), hace que disminuyan estas diferencias de género.

7. Conclusiones

Para finalizar, es necesario resaltar que en general, los estudiantes de género masculino y femenino de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de Valencia tienen una visión similar sobre el emprendimiento, habiéndose encontrado diferencias mínimas en las variables predictoras de la intención de emprender según el género, por lo que se puede concluir que la brecha de género en las intenciones de emprender de los estudiantes del sector deportivo es mínima, siendo sus variables predictoras prácticamente las mismas en ambos casos. En cuanto a la influencia de la formación académica en las intenciones de emprender, ésta no resultó fomentar el emprendimiento durante el

grado de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte pero sí en el caso del Máster de Gestión de la Actividad Física y el Deporte.

Por lo tanto, para fomentar el espíritu emprendedor tanto en los estudiantes de género femenino como masculino se debería fomentar a través de la universidad la actitud hacia la conducta y el control del comportamiento percibido, prestando especial interés a esta primera variable ya que es la que más influencia ejerce en ambos casos y una manera de conseguirlo sería introducir más asignaturas relacionadas con el mundo de la gestión deportiva durante el grado. De esta manera se conseguirán tanto graduados como graduadas en el sector deportivo con buenas habilidades emprendedoras (creatividad, innovación, proactividad...) y más preparados para su inserción en el mundo laboral.

8. Limitaciones y futuras líneas de estudio

En lo referente a las limitaciones del estudio es necesario resaltar que los datos pertenecen a una población específica de estudiantes y que por lo tanto los resultados no son extrapolables a toda la población y deben ser tomados con cautela. También cabe destacar que no es un estudio longitudinal, por lo que las comparaciones se realizan entre grupos que pueden tener diferentes características y por lo tanto pueden estar influenciadas por otros factores que no se han tenido en cuenta, ya que resulta de gran dificultad controlar todas las variables que pueden influir.

Por último, y procedente de las limitaciones que se reconocen en el presente estudio, se propone una posible ampliación del mismo a través de diferentes futuras líneas de investigación. Una de ellas sería realizar este tipo de estudio con estudiantes de otras comunidades, países así como titulaciones para ver si los resultados son similares y por tanto se pueden generalizar. Otra línea interesante a desarrollar sería la realización de un estudio longitudinal durante los 4 años de grado y en su caso máster con el objetivo de conocer cómo evoluciona el espíritu emprendedor entre los mismos sujetos. Otra posible línea de estudio sería analizar las variables hacia el emprendimiento que muestran los estudiantes universitarios y ver si existen diferencias entre esas variables según el género.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Atienza, F.L., Pons, D., Balaguer, I., & García-Merita, M. (2000). Propiedades psicométricas de la Escala de Satisfacción con la Vida en adolescentes. *Psicothema*, 12(2), 314-319.
- Buil, M., & Rocafort, A. (2016). Entrepreneurship and business survival in times of crisis: The case of Barcelona. *Intangible Capital*, 12(1), 95-120. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.689>
- Burgués, A. (2015). Aprendiendo en la escuela para los empleos de mañana. *Intangible Capital*, 11(3), 458-484. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.656>
- Calabuig, F. (2014). Las intenciones futuras de comportamiento en la investigación en gestión del deporte. *Journal of Sports Economics & Management*, 4(1), 2-3.
- Calabuig, F., Burillo, P., Crespo, J., Mundina, J.J., & Gallardo, L. (2010). Satisfacción, calidad y valor percibido en espectadores de atletismo. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 10(40), 577-593.
- Calabuig, F., Quintanilla, I., & Mundina, J.J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: Diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 4(10), 25-43. <http://dx.doi.org/10.5232/ricyde2008.01003>
- Carter, S., & Rosa, P. (1998). The financing of male-and female-owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10, 225-241. <http://dx.doi.org/10.1080/08985629800000013>
- Chico, E., Ferrando, P.J. y Tous, J.M. (2002). Propiedades psicométricas del test de optimismo Life Orientation Test. *Psicothema*, 14(3), 673-680.
- Cousinou, F. (2014). Promotion of Entrepreneurial Culture in Andalucía. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 123-127. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.040>
- De Jorge, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Caracciolo: *Revista Digital de Investigación en Docencia*, 1, 4-12. Disponible online en: <http://hdl.handle.net/10017/19549>
- Diener, E.D., Emmons, R.A., Larsen, R.J., y Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75. http://dx.doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Drost, E. (2010). Entrepreneurial intentions of business students in Finland: Implication for education. *Advances in Management*. 3(7), 28-35.

- Espíritu, R., & Sastre, M.A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 113(17), 95-116.
- Fuentes, F.J. (2011). *Estudio sobre el perfil emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba*. Córdoba. España: Ed. Consejo Social de la Universidad de Córdoba.
- Fuentes, F.J., & Sánchez, S.M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 696.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G., Powers, J.B., & Gartner, W.B. (2002). Entrepreneurial expectancy, task effort, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 187-206.
<http://dx.doi.org/10.1111/1540-8520.00006>
- Geri, S. (2013). Research on Entrepreneurial Characteristics of Students in School of Physical Education and Sports. *Turkish Journal of Education*, 2(3), 50-60.
- González-Morales, M.O. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género. *Boletín ICE*, 2709, 21-29.
- González-Serrano, M.H., Valantine, I., & Crespo, 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.
- Greene, F.J., & Saridakis, G. (2007). Understanding the Factors influencing Graduate Entrepreneurship, *National Council for Graduate Entrepreneurship Research Reports*, University of Warwick.
- Huang, K.H., Mas-Tur, A., & Yu, T.H.K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 487-497.
<http://dx.doi.org/10.1007/s11365-012-0233-4>
- Jaén, I. (2010). *Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención emprendedora*. Trabajo de investigación. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresarial*, 9(1), 28-40.
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 18, 91-104.
- Leoni, T., & Falk, M., (2010). Gender and field of study as determinants of selfemployment. *Small Business Economics*, 34, 167-185. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-008-9114-1>

- Lim, S., & Enwick, B.R. (2013). Gender and entrepreneurial orientation: A multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 465-482. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-011-0183-2>
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Liñán, F., & Chen, W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Locke, E.A., & Latham, G.P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705-717. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.57.9.705>
- Marín, Q., Campa-Planas, F., & Hernández-Lara, A.B. (2014). Uncertainty in the Family Business facing the process of internationalization: Literature review and future research agenda. *Intangible Capital*, 10(4), 836-853. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.556>
- Martínez de Luco, G.A., & Campos, J.A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.
- Miniti, M., Arenius, P., & Langowitz, N. (2005). *2004 Global Entrepreneurship Monitor special topic report: women and entrepreneurship*. Babson Park, MA: Center for Women's Leadership at Babson College.
- Mueller, S., & Dato-On, M.C. (2010). A cross-cultural study of gender-role orientation and its effect on entrepreneurial orientation. *Proceedings of the 2010 USASBE Conference*.
- Murphy, P.J., Liao, J., & Welsch, H.P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 22(2), 22-25. <http://dx.doi.org/10.1108/13552520610638256>
- Otero, J.M., Luengo, A., Romero, E. Gómez, J.A., & Castro, C. (1998). *Psicología de personalidad. Manual de prácticas*. Barcelona: Ariel Practicum
- Ruiz De La Rosa, C.I.R., García-Rodríguez, F. & Delgado, N. (2014). Condicionantes de la intención emprendedora en el alumnado universitario: un análisis desde la perspectiva de género. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 2, 81-96.
- 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.

- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. <http://dx.doi.org/10.1111/etap.12087>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across theGlobe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
- Thursby, M., Fuller, A., & Thursby, J. (2009). An integrated approach to educating professionals for careers in innovation. *Academy of Management Learning & Education*, 8(3), 389-405. <http://dx.doi.org/10.5465/AMLE.2009.44287938>
- Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios. *Revista de Educación*, (341), 803-828.
- Ubierna, F. (2015). La intención emprendedora y el estudiante universitario de turismo. Análisis comparativo de Grado y Máster. *International Journal of Scientific Management and Toursim*, 1, 235-273.
- Ventura, R., & Quero, M.J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 (1), 127-149. <http://dx.doi.org/10.5295/cdg.100271rv>
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>
- 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. <http://dx.doi.org/10.1108/14626000810917843>

