

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN DEPORTE ¿EL GÉNERO ES UN CONDICIONANTE?

ANALYSIS OF THE EFFECTS OF ENTREPRENEURSHIP IN SPORT MANAGEMENT.
IS GENDER A CONDITIONING FACTOR?

María Huertas González-Serrano (m.huertas.gonzalez@uv.es); González-García, Rómulo¹ (romulo.gonzalez@uv.es); Calabuig Moreno, Ferran¹ (ferran.calabuig@uv.es)

¹ Universidad de Valencia.

Departamento de Educación Física y Deportiva

Fecha envío: 12/12/2018

Fecha aceptación: 15/01/2018

Resumen: Debido a las altas tasas de desempleo juvenil en España, y a que el deporte es un sector que se encuentra en crecimiento, se deben buscar fórmulas para fomentar el emprendimiento y así mejorar la empleabilidad de los futuros graduados del sector deportivo. Sin embargo, pese a que poco a poco está aumentando el número de emprendedores, todavía existe una brecha de género entre el número de hombres y mujeres emprendedoras. Por consiguiente, el objetivo de este estudio es analizar si la educación emprendedora deportiva tiene un efecto diferente en los estudiantes en función del género de éstos. Para ello, se ha analizado una muestra de 45 estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia que se encontraban realizando un curso de gestión deportiva y emprendimiento. Se realizó un diseño longitudinal, con un pre-test y un post-test, utilizando un cuestionario para medir dichos efectos. Los resultados muestran que la educación emprendedora tuvo diferente impacto en función del género de los estudiantes, a pesar que ambos mejoraron en la percepción del clima universitarios hacia el emprendimiento, los hombres mejoraron significativamente su control del comportamiento percibido mientras que las mujeres mejoraron su percepción de las habilidades emprendedoras. Finalmente, se proponen una serie de implicaciones prácticas a la hora de realizar políticas de educación deportiva desde la universidad para el fomento del emprendimiento deportivo tanto en estudiantes de género masculino como femenino.

Palabras clave: Educación emprendedora, Estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte, Universidad, Género, Variables emprendedoras

Abstract: Due to the high rates of youth unemployment in Spain, and the fact that sport is a growing sector, formulas must be sought to encourage entrepreneurship and thus improve the employability of future graduates of the sport sector. However, although the number of entrepreneurs is gradually increasing, there is still a gender gap between the number of entrepreneurial men compared to entrepreneurial women. Therefore, the aim of this study is to analyse whether sports entrepreneurship education has a different effect on sport sciences students depending on their gender. To this end, a sample of 45 sport sciences students from the University of Valencia who were attending a course in sports management and entrepreneurship was analysed. A longitudinal design was carried out, with a pre-test and a post-test, using a questionnaire to measure these effects. The results show that entrepreneurial education had a different impact depending on the gender of the students, although both improved the perception of the university climate towards entrepreneurship, men significantly improved their perceived behavioural control meanwhile women improved their perception of entrepreneurial skills. Finally, a series of practical implications are proposed for the implementation of sports education policies from the university with the aim of promoting sports



entrepreneurial mind-set in both male and female students.

Keywords: Entrepreneurship education, Sport sciences students, University, Gender, Entrepreneurial variables

1. Introducción

España es el segundo país de la Unión Europea con las tasas de desempleo juvenil (33.80%) más elevadas (Statista, 2018). Sin embargo, el sector deportivo es uno de esos sectores que se encuentra en crecimiento y se caracteriza por emplear gente joven con estudios terciarios (Eurostat, 2018). Por tanto, el emprendimiento en el sector deportivo parece ser una opción laboral viable para aquellos jóvenes recién graduados (González-Serrano, Crespo, Perez-Campos y Calabuig, 2017). De hecho, ya algún estudio previo con estudiantes españoles de ciencias de la actividad física y el deporte (CAFD) señalan el auto-empleo como una de las nuevas tendencias dentro del sector deportivo para los jóvenes en la actualidad (Pérez-Villalba, Villanova-Soler y Grimaldi-Puyana, 2016).

La industria deportiva se caracteriza por un creciente interés en el espíritu emprendedor y la innovación (Ratten y Tajeddini, 2019), por lo que es importante introducir el emprendimiento dentro de la educación deportiva (Ratten y Jones, 2018). La universidad es el último eslabón de la formación de los estudiantes, por lo cual establece el nexo de unión con el mundo laboral debiendo preparar a los alumnos para las demandas del mercado laboral actual. En este caso, estudios previos señalan que, en el caso concreto de los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, desde la universidad se deberían de formular políticas educativas para el fomento del emprendimiento, ya que es un sector que lo está demandando (González-Serrano, Calabuig y Crespo, 2017). En esta misma línea Ratten (2018) resalta que gran parte de la educación sobre el emprendimiento deportivo puede impartirse en las universidades, ya que éstas tienen un vínculo más estrecho con la vida laboral de los estudiantes.

Por otra parte, algunos autores han señalado que las creencias estereotipadas de género con respecto a la iniciativa emprendedora son influyentes (Giazitzoglu y Down, 2017), poniendo de manifiesto que la educación emprendedora tiene un impacto diferente en los estudiantes según su género (Westhead y Solesvik, 2016). Sin embargo, dentro de la educación deportiva, escasos estudios analizan de forma empírica y longitudinal los efectos que esta tiene en los estudiantes (González-Serrano, Calabuig y Crespo, 2018) y no se han encontrados estudios previos que analicen los efectos de ésta en relación al género de los estudiantes.

Por tanto, al igual que previos autores (Westhead y Solevik, 2016), basándonos en las ideas de la, en la teoría del capital humano acumulado y de los estereotipos aprendidos socialmente de Eagly, 1987, señalamos que las habilidades adquiridas por las estudiantes de género femenino a través de la educación emprendedora en deporte, pueden no ser los mismos que los acumulados por sus los estudiantes de género masculino. Por tanto, el objetivo del presente estudio es analizar el efecto de la educación deportiva emprendedora en los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (CAFD) según el género de los estudiantes.

2. Fundamentación teórica

2.1. Educación emprendedora y deporte

La teoría del capital humano predice que los individuos o grupos que poseen mayores niveles de conocimientos, habilidades y otras competencias, logrará mejores resultados de desempeño. Esta teoría ha sido aplicada al ámbito del emprendimiento, y numerosos investigadores han estudiado la relación entre el capital humano y el espíritu emprendedor en diversos niveles de análisis, apoyando en general los resultados esta teoría (Martin, McNally y Kay, 2013). De hecho, algunos estudios sobre educación emprendedora han demostrado su influencia de manera indirecta en las intenciones de

emprender (Fayolle y, Gailly y Lassas-Clerc, 2006; Falloye y Gailly, 2015; Peterman y Kennedy, 2003).

Según Miragaia y Soares (2017), la educación en gestión deportiva debería desarrollarse para mejorar la capacidad de auto-empleo de los alumnos a través de nuevos enfoques pedagógicos que permitan la mejora del pensamiento crítico mediante la inclusión de las prácticas, las nuevas tecnologías y el aprendizaje electrónico. Desde este mismo enfoque, investigaciones recientes han indicado el valor añadido de incluir en los programas de formación deportiva el conocimiento sobre innovación y emprendimiento (Jones y Jones, 2014; Miragaia, da Costa y Ratten, 2018)

Sin embargo, hasta la fecha todavía no existe un consenso claro sobre lo que es realmente la educación emprendedora (Winkler, Saltzman y Yang, 2018). Por lo tanto, a veces resulta difícil determinar el impacto y la eficacia reales de la educación emprendedora en los estudiantes (Byrne, Fayolle y Toutain, 2014). Pittaway y Cope (2007) han demostrado cómo se puede simular el proceso emprendedor dentro del aula a través de la orientación a la acción, el aprendizaje situado y la exposición emocional. Dentro de este ámbito, la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991) es uno de los marcos teóricos más utilizados para la predicción de la intención de emprender en estudiantes universitarios (eg. Liñán; Chen, 2009; Shiri; Shinnar; Mirakzadeh y Zarafshani, 2017), así como para la evaluación de los programas sobre emprendimiento (Falloye y Gailly, 2015; Falloye et al. 2006). Esta teoría está compuesta por tres antecedentes o factores motivacionales de las intenciones de emprender: actitud hacia la conducta (AC), control del comportamiento percibido (CCP) y Norma Subjetiva (NS).

La actitud hacia la conducta, se refiere al grado en que un individuo valora el emprendimiento como positivo o negativo (Ajzen, 2001). El control del comportamiento percibido es la percepción de facilidad o dificultad para convertirse en empresario. En relación a la norma subjetiva, se refiere a la percepción de si las "personas de referencia" aprobarían o no la decisión de convertirse en empresarios (Ajzen, 2001). De acuerdo con Ajzen (1991) cuanto más positiva sea la AC, el CCP y la NS, mayores serán las intenciones de emprender (IE) de los sujetos.

Por otra parte, el espíritu emprendedor del entorno educativo, sus valores y normas comunes, la dirección y el gobierno, la infraestructura y sus ofertas particulares relacionadas con la iniciativa emprendedora pueden afectar a las intenciones y actitudes emprendedoras de los estudiantes (Hunter, Perry y Currall, 2011; Morris, Shirokova y Tsukanova, 2017; Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016; Walter, Parboteeah, Walter, 2013). Por lo tanto, el concepto de clima emprendedor ha ganado atención en la literatura académica y en el debate público, y cada vez más universidades están tomando medidas para mejorar su clima emprendedor (Bergmann, Geissler, Hunt y Grave, 2018), señalando que son necesarias medidas para mejorar el clima emprendedor en las universidades públicas de Europa.

En relación a los estudiantes universitarios de ciencias de la actividad física y el deporte, los resultados mostraron que éstos son típicamente emprendedores por naturaleza debido a su experiencia previa en entrenamiento dentro de sus respectivas disciplinas deportivas, encontrándose atraídos por una futura carrera empresarial en una disciplina relacionada con el deporte (Jones y Jones, 2014). En esta misma línea, en un estudio realizado por González-Serrano et al., (2017) señala que se deben de aprovechar las capacidades o habilidades emprendedora que poseen numerosos graduados del sector del deporte debido a la práctica de la actividad física, y transferirlas a la industria del deporte a través de la política de educación universitaria. Es por ello el interés de introducir la educación emprendedora en el sector deportivo, aunque no sea una rama típicamente empresarial. Además, la actividad física tiene valor por sí mismo, ya que es una herramienta a través de la cual desarrollar un tipo frenar la inactividad física y la obesidad, desarrollando emprendimiento social (Sánchez-Oliver, Grimaldi-Puyana y Alcaraz-Rodríguez, 2018).

2.2. Emprendimiento según el género

Según el informe GUESSS existe una brecha de género a nivel internacional en las intenciones de emprender de los estudiantes universitarios, presentando los hombres una mayor intención respecto a las mujeres (Sieger et al., 2016). En España, según Peña, Guerrero, González-Pernía y Montero (2018), las mujeres puntúan más bajo en aquellas percepciones que facilitan emprender (confianza en sus habilidades, modelos de referencia y percepción de oportunidades) y más alto en aquellos factores que inhiben el comportamiento emprendedor como es el caso del miedo al fracaso.

Esto puede ser explicado en parte por la Teoría del Rol de Género (Eagly, 1987). Esta propone que los individuos dentro de una cultura social específica tendrán expectativas comunes con respecto a la conducta apropiada para hombres y mujeres. Normalmente, las cualidades que se consideran esenciales para los negocios tienden a ser consideradas masculinas (Heilman, 2001). Por tanto, las ideas socialmente construidas y aprendidas sobre el género y el espíritu emprendedor, limitan la capacidad de las mujeres para acumular capital social. En esta misma línea, según la teoría de los estereotipos aprendidas socialmente, los estereotipos de género son descriptivos, es decir, exponen las características relativas a cómo son los hombres y las mujeres, o prescriptivos, es decir, cómo deberían ser los hombres y las mujeres (Schein, 1973; Sczesny et al., 2004). Estas normas descriptivas y prescriptivas se relacionan con los roles sociales típicos de género (Eagly, 1987).

El emprendimiento se ve influenciado por estos estereotipos de género y el modelo de emprendedor se caracteriza por su masculinidad, mientras que se espera que las mujeres cumplan roles familiares (D'Enbeau, Villamil, y Helens-Hart 2015; Munkejord 2017). Es por ello que las mujeres emprendedoras están sub-representadas en los tipos de iniciativa emprendedora más rentables y de crecimiento más rápido que son cada vez más valorados por esta nueva economía, como es el caso de la tecnología (Kelley, Brush, Greene y Litovsky, 2012).

Las mujeres, por lo general, perciben menos oportunidades e identifican mayores barreras financieras que los hombres (Langowitz y Minniti 2007; Minniti y Nardone 2007). Esto debido a las dos teorías anteriormente expuestas, ha propiciado la brecha de género entre hombres y mujeres en el espíritu emprendedor desde hace ya mucho tiempo (Santos, Roomi y Liñán, 2016). Fruto de ello es que cada vez se está prestando más la atención académica a este hecho (Hughes, Jennings, Brush, Carter y Welter, 2012), y que algunos autores (Sánchez Cañizares y Fuentes, 2013), consideren de gran importancia estudiar de manera particular el emprendimiento femenino, ya que solamente una de cada cinco mujeres se plantea la posibilidad de emprender. Por tanto, el análisis de las características y *determinantes de las mujeres emprendedoras es en foco de análisis importante* (Santiago-Castro y Pisani, 2013). Es por consiguiente el objetivo principal de este estudio analizar si el efecto de la educación emprendedora en el deporte tiene un impacto diferente según el género de los estudiantes.

3. Metodología

Participantes

La muestra está compuesta por 42 estudiantes de CAFD del último curso de la Universidad de Valencia. El 81.82% (n = 44) eran estudiantes de género masculino y el 18.18% (n = 8) estudiantes de género femenino, con una edad media de 21.48 años (DT = 2.79). Todos estos estudiantes se encontraban en el último curso (4º curso), y cursaban una asignatura de gestión deportiva que formaba parte de un proyecto de innovación educativa para el fomento del emprendimiento.

Instrumento

Como instrumento de medida se ha utilizado un cuestionario compuesto por diferentes escalas: EIQ de Liñán y Chen (2009), escalas de habilidades emprendedoras de Liñán (2008), escala del clima universitario hacia el emprendimiento de Luethje y Franke (2004).

- Escala de Intenciones Empezar (IE): Esta escala fue extraída del EIQ de Liñán y Chen (2009), y está compuesta por seis ítems que miden si el sujeto está de acuerdo o en desacuerdo con la iniciativa de crear un negocio o convertirse en empresario en un futuro.
- Actitud hacia el Comportamiento (AC): La escala fue tomada por el EIQ de Liñán y Chen (2009). Se compone de cinco ítems que miden el nivel de agrado en relación a la opción de desarrollar una carrera profesional como emprendedor.
- Norma Subjetiva (NS): Esta escala fue extraída del EIQ de Liñán y Chen (2009). Se compone de tres ítems que miden la aprobación de la decisión de crear una empresa por parte de las personas del entorno más cercano (eg., la familia, los colegas, los compañeros de clase).
- Control del Comportamiento Percibido (CCP): Se utilizó esta escala del EIQ de Liñán y Chen (2009). Se compone de seis ítems que hacen referencia a la percepción de tener las capacidades necesarias para crear un negocio exitoso.
- Escala de Habilidades Empezadoras (HE): Esta escala ha sido extraída de Liñán (2008). Se compone de seis ítems que miden la percepción de los estudiantes sobre las siguientes competencias o habilidades emprendedoras: reconocimiento de oportunidades, creatividad, capacidad de resolución de problemas, capacidad de comunicación y liderazgo, capacidad de trabajo en red y de trabajo en red y, finalmente, capacidad de desarrollo de nuevos productos y servicios.
- Escala del Clima Universitario hacia el Empezamiento (CUE): Esta escala ha sido tomada de Lüthje y Franke (2004), seleccionando sólo los tres elementos utilizados en el proyecto GUESSS de Sieger et al (2016). De esta manera, se mide si los estudiantes perciben que la universidad está fomentando el espíritu emprendedor.

Para medir estas escalas, se utilizó una escala de Likert de siete puntos, donde 1 representaba un fuerte desacuerdo o una capacidad muy baja y 7 representaba un fuerte acuerdo o una capacidad muy alta. Además, se midieron algunos datos demográficos: sexo, y edad.

Procedimiento

La recogida de datos se realizó mediante un muestreo intencional y de conveniencia no probabilístico. Durante una asignatura de gestión deportiva optativa del grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, los alumnos y las alumnas trabajaron por grupos de cuatro durante todo el proceso, debiendo realizar un plan estratégico. Los planes estratégicos se debían realizar sobre uno de los cuatro emprendedores que acudieron al aula durante las sesiones a contar sus experiencias. Para ello, los alumnos podían realizarle preguntas a los emprendedores para recolectar la información necesaria, compartiendo todos los alumnos la información obtenida a través de la herramienta padlet. El padlet es una es una herramienta de la web 2.0 la cual permite tanto almacenar como compartir contenido multimedia, es como un muro digital que puede utilizarse bien como un tablón personal o como una pizarra colaborativa. El trabajo realizado durante las ocho sesiones fue el siguiente:

- Sesión 1: los alumnos formaron grupos de cuatro personas, y realizaron una búsqueda de planes estratégicos a través de internet, con la finalidad de crear un índice para su plan estratégico. Durante esta sesión se les pasó el cuestionario (pre- test).

- Sesión 2: se realizó una puesta en común de los índices realizados por los alumnos. Durante esta misma sesión los alumnos crearon las preguntas que les querían realizar a los emprendedores para obtener la información necesaria para poder elaborar su plan estratégico. Estas preguntas fueron compartidas en el padlet.

- Sesión 3 y 4: Cuatro emprendedores del sector deportivo (2 por cada sesión) acudieron al aula, y les contaron cómo pusieron en marcha su negocio, así como cuáles habían sido sus dificultades y obstáculos para ello. También les proporcionaron información sobre en qué punto se encontraban sus empresas en la actualidad y a dónde pretendían llegar en un futuro. Además, contestaron las preguntas elaboradas por los alumnos, a través de las cuáles éstos pudieron recoger la información necesaria para elaborar sus planes estratégicos. Esta información fue compartida entre los alumnos y el profesor en un padlet específico creado para cada emprendedor. De esta forma, los alumnos podían consultar la información recopilada también por sus compañeros.

- Sesiones 5, 6 y 7: Se realizó una puesta en común de toda la información recibida de los emprendedores, y cada grupo eligió uno de los cuatro casos presentados por los emprendedores para realizar su plan estratégico. Para ello, utilizaron la información obtenida, además de la información que tenían en la página web de cada una de sus empresas. Paralelamente a esta acción, se realizó una formación en contenidos específicos sobre creación de infogramas, creación de códigos QR y creación y edición de vídeos.

Una vez se finalizó con las formaciones sobre estos aspectos, los alumnos tuvieron que presentar un plan estratégico de forma sintética en un documento word, de uno de los casos reales que los emprendedores que acudieron al aula. Además, tenían que presentar su plan estratégico de forma sintética y visual en un infograma realizado con algunos programas específicos para ello (eg. Canvas, easel.ly...). Además, el infograma llevaba insertado un código QR el cual estaba enlazado a un vídeo de unos seis-ocho minutos, en el que los alumnos explicaban de forma muy sintética su plan estratégico.

Sesión 8: Los infogramas con el código QR de los vídeos se presentaron durante la última sesión de la asignatura. De esta manera, los alumnos visualizaron los infogramas y vídeos de todos los compañeros, participando de esta manera también en la evaluación de sus compañeros. Finalmente, se les administró otra vez el mismo cuestionario a los alumnos (post- test).

Análisis de datos

Para analizar los datos, en primer lugar, se realizó la prueba de Shapiro-Wilk dado que el tamaño de la muestra era menor 50 ($n=45$), mostrándose la no normalidad de los datos ($p < .05$). Posteriormente, dado que los datos resultaron ser no normales, para verificar las diferencias intra-grupo entre la recolección de datos antes (pre-test) y después de la intervención (post-test), se realizó la prueba de Wilcoxon. Finalmente, los tamaños del efecto de las comparaciones fueron calculados utilizando el Delta de Cliff. Para ello, se utilizaron los programas estadísticos SPSS versión 23, y Cliff's Delta Calculator.

3. Resultados

Como se puede observar en la Tabla 1, las mujeres de estudiantes de género femenino presentaron puntuaciones mayores en la percepción de sus capacidades emprendedoras en todas las variables relacionadas con el emprendimiento en el post-test respecto del pre-test. En el caso de los estudiantes de género masculino, sucedió lo mismo, a excepción de las variables actitud hacia la conducta y norma subjetiva, en la que las puntuaciones fueron ligeramente inferiores en el post-test respecto del pre-test.

Tabla 1. Diferencias entre el pre-test y el post-test según el género de los estudiantes

Variables	Estudiantes género masculino			Estudiantes género femenino		
	Pre-test M(DT)	Post-test M(DT)	Z	Pre-test M(DT)	Post-test M(DT)	Z
Control del comportamiento percibido	3.29(1.29)	3.88(1.20)	-3.47***	3.54(1.10)	3.86(1.07)	1.68
Actitud hacia la conducta	4.49(1.42)	4.43(1.47)	-0.59	4.55(1.41)	4.90(1.36)	-1.02
Norma subjetiva	5.77(1.31)	5.51(1.27)	-1.76	5.96(1.06)	6.04(1.19)	-0.68
Clima universitario hacia el emprendimiento	4.15(1.32)	4.59(1.48)	-2.42*	4.00(1.73)	4.92(1.97)	-1.97*
Intenciones de emprender	3.41(1.57)	3.53(1.72)	-0.64	3.75(1.76)	4.01(1.38)	-0.77
Habilidades emprendedoras	4.74(0.85)	4.82(0.92)	-0.67	4.87(0.57)	5.54(0.58)	-1.90*

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Por otra parte, centrándonos en las diferencias estadísticamente significativas, tanto en los estudiantes de género masculino ($Z = -2.40$, $p < .05$; Delta de Cliff = -0.23) como femenino ($Z = -1.97$, $p < .05$; Delta de Cliff = -0.31) se encontraron diferencias positivas entre el pre-test y el post-test en la percepción del clima universitario hacia el emprendimiento. En relación a las variables mejor puntuadas en los estudiantes de género masculino cabe destacar que fueron la norma subjetiva, seguido de las habilidades emprendedoras y la actitud hacia la conducta. En la Figura 1 se pueden observar dichos resultados.

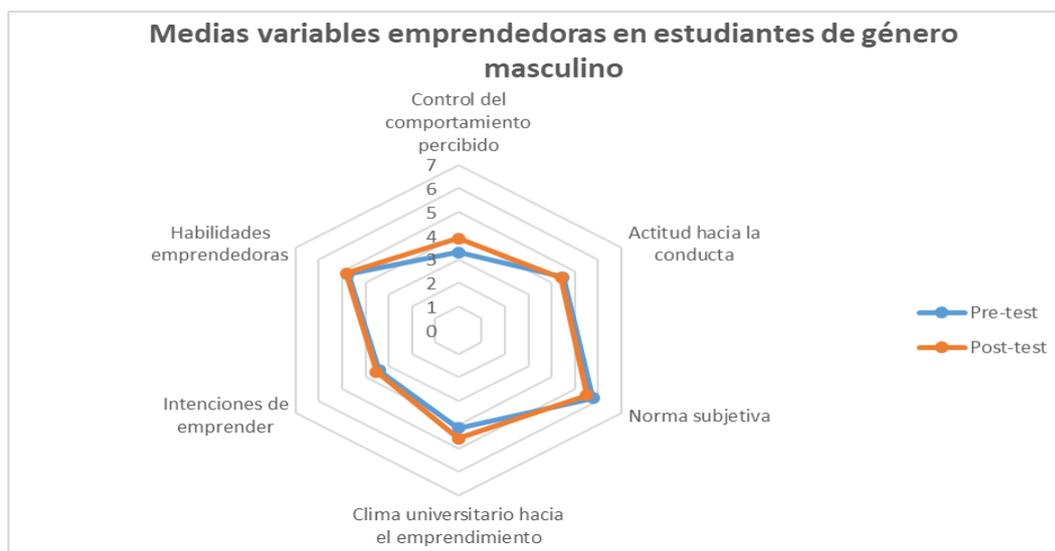


Figura 1. Medias pre-test y post-test variables emprendedoras en estudiantes de CAFD de género masculino.

Además, en el caso de los estudiantes de género masculino, se encontraron diferencias estadísticamente significativas de manera positiva entre el pre-test y el post-test ($Z = -3.47$, $p < .001$; Delta de Cliff = -0.27) en las variables control del comportamiento

percibido, mientras que en las estudiantes de género femenino se encontraron diferencias estadísticamente significativas de manera positiva entre el pre-test y el post-test ($Z = -1.90$, $p < .05$; Delta de Cliff = -0.85) en la variable características emprendedoras. En las demás variables no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los dos grupos.

En relación a las variables mejor puntuadas por los estudiantes de género femenino en el post-test caben resaltar también la norma subjetiva, las habilidades emprendedoras y el clima universitario hacia el emprendimiento. A continuación, en la Figura 2 se pueden observar dichos resultados:

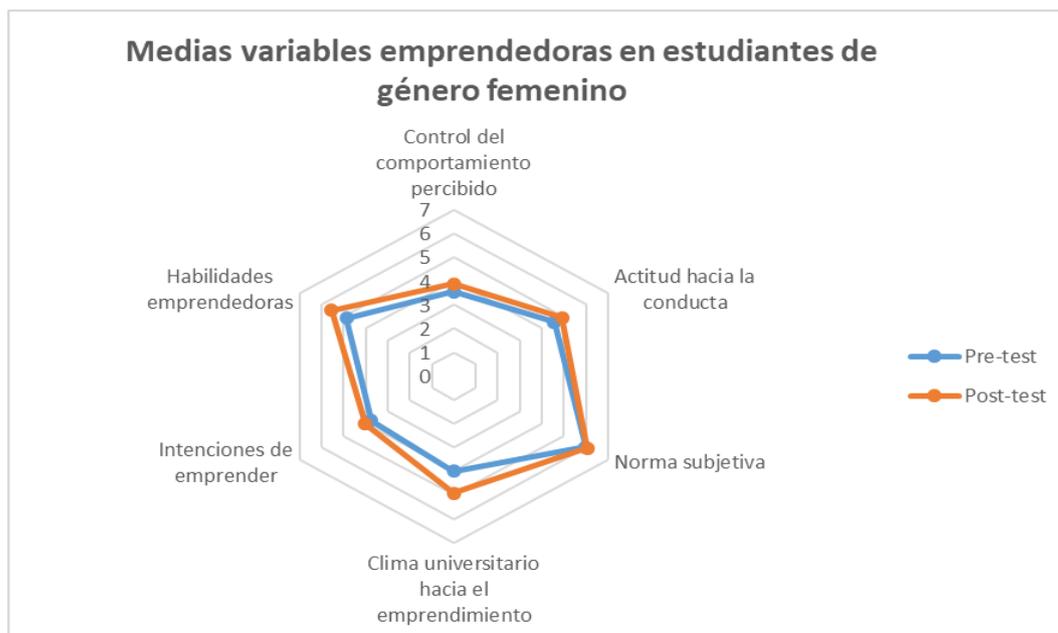


Figura 2. Medias pre-test y post-test variables emprendedoras en estudiantes de CAFD de género femenino.

4. Discusión

Este estudio analiza si el efecto de la educación emprendedora en estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte tiene efectos diferentes dependiendo el género de los estudiantes. Aunque en numerosas ocasiones se ha señalado la brecha de género que existe en las tasas de emprendimiento entre hombres y mujeres (eg. Sieger et al., 2016; Peña et al., 2018), son escasos los estudios que han analizado de forma empírica los efectos de ésta dependiendo el género de los estudiantes (Westhead y Solevik, 2016). Además, pese a la creciente importancia que se le ha otorgado a la educación emprendedora dentro del sector deportivo (Ball, 2005; Ratten y Jones, 2018), no se han encontrado estudios que analicen de forma experimental y mediante un diseño longitudinal, el efecto de ésta según el género de los estudiantes. Por tanto, este estudio busca contribuir con el hueco existente en la literatura sobre el estudio de los efectos de la educación emprendedora en el deporte según el género de los estudiantes.

Los resultados de nuestro estudio muestran, al igual que estudios previos (Westhead y Solevik, 2016), que los actuales programas de educación emprendedora pueden no estar llegando de manera efectiva a las mujeres y puede ser necesario rediseñarlas. Mientras que en los hombres se mejoró la percepción del control del comportamiento percibido de los estudiantes de género masculino al igual que en otros estudios previos muestran (Peterman y Kennedy, 2003), en el caso de las mujeres se produjo una mejora en las habilidades emprendedoras. Esto puede indicar que en los estudiantes de género masculino se está fomentando más el emprendimiento entendido como creación de negocios, y en las mujeres el intraemprendimiento, es decir, el

desarrollo del espíritu emprendedor, pero dentro de empresas u organizaciones ya establecidas. Esto puede también ser debido a que todos los emprendedores que asistieron a las aulas a contar sus experiencias eran hombres, y quizás las estudiantes de género femenino no se encontraban tan identificadas con ellos, aunque mediante el proceso de elaboración del plan estratégico y el uso de las TIC sí que desarrollaran esas habilidades emprendedoras.

Esto se encuentra en línea con un estudio realizado por González-Serrano, González-García y Pérez-Campos (2018), en el cual se encontraron que las variables determinantes de las intenciones de emprendimiento e intraemprendimiento eran diferentes. En este estudio se encontró que las variables predictoras de manera estadísticamente significativas para las intenciones de emprendimiento eran la actitud hacia la conducta y el control del comportamiento percibido, mientras que de las intenciones de intraemprendimiento eran las capacidades emprendedoras y la norma subjetiva. Por consiguiente, se debería de continuar ahondando en la búsqueda de métodos para fomentar ambos tipos de emprendimiento en los estudiantes del deporte independientemente del género de éstos. Para ello, las asignaturas de gestión deportiva abordadas desde un enfoque emprendedor pueden ser un buen medio para ello.

Finalmente, y de acuerdo con (Ratten y Tajeddini, 2019), el interés por la investigación sobre el espíritu emprendedor deportivo seguirá floreciendo debido a las innovaciones tecnológicas que se están utilizando en el deporte y también a la creciente importancia del deporte en la sociedad. Por lo tanto, se debe de seguir profundizando en el estudio de los efectos que la educación emprendedora puede tener en los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte para encontrar métodos para el fomento de éste, siempre teniendo en cuenta la perspectiva de género. Se deben de buscar nuevos enfoques metodológicos en los que las nuevas tecnologías formen parte de ellos, siempre con la finalidad de despertar y fomentar el espíritu emprendedor en estos estudiantes universitarios, donde resulta de vital importancia para su empleabilidad.

5. Conclusiones

Los resultados de este estudio muestran que la educación emprendedora en el deporte tiene un efecto diferente en los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte según género. Mientras que los estudiantes de género masculino mejoraron de manera estadísticamente significativa su percepción del control del comportamiento percibido, es decir, su percepción sobre las capacidades para crear una empresa en el futuro, así como la percepción del clima universitario hacia el emprendimiento, las mujeres también mejoraron su percepción en esta última variable, pero a diferencia de los hombres, mejoraron su percepción de las habilidades emprendedoras (creatividad, redes de contacto...). Por lo tanto, parece ser que la educación emprendedora en el deporte puede estar teniendo un efecto diferente en los estudiantes dependiendo del género de éstos.

Estos resultados pueden ser de gran utilidad para los encargados de elaborar políticas educativas, con la finalidad de reducir la brecha de género existente en el emprendimiento entre los hombres y las mujeres. Se deben de buscar nuevas metodologías y modelos de enseñanza-aprendizaje para conseguir mejorar en los estudiantes de género femenino también las capacidades relacionadas con el emprendimiento y no solamente aquellas más relacionadas con el intraemprendimiento. Por otra parte, en relación a los estudiantes de género masculino se debe de intentar también fomentar no sólo variables o capacidades relacionadas con el emprendimiento sino también con el intraemprendimiento. Por tanto, la utilización de diferentes metodologías e instrumentos dentro de las asignaturas de gestión deportiva pueden ser una buena opción a la hora de fomentar el espíritu tanto emprendedor como intraemprendedor en ambos estudiantes.

Sin embargo, este estudio presenta una serie de limitaciones, ya que estos resultados no son generalizables a toda la población de estudiantes universitarios de

CAFD: La primera de ellas es el reducido número de la muestra de estudiantes, ya que se trataba de una universidad concreta, así como de estudiantes una asignatura optativa donde se llevó a cabo esta intervención. Otra de las limitaciones es el limitado número de estudiantes de género femenino, debido a que la titulación de CAFD se caracteriza por haber más estudiantes de género masculino que femenino. Además, debido a que era una asignatura dentro del plan de estudios del grado, no fue posible tener un grupo de control. Por consiguiente, como futuras líneas de estudio se debería de repetir el estudio con un mayor número de muestra para ver si estos resultados se replican, así como con estudiantes de otras regiones y países. Así mismo, se debería de intentar tener un número equilibrado de estudiantes de género masculino y femenino, pese a que las características de este grado lo dificultan. Finalmente, se debería de añadir un grupo de control en futuras investigaciones, y analizar los efectos de ésta pasados unos meses después de la intervención.

6. Referencias bibliográficas

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, 52(1), 27-58. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.27
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1(1), 1-14.
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., y Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700-716. doi: 10.1016/j.respol.2018.01.018
- Byrne, J., Fayolle, A., y Toutain, O. (2014). Entrepreneurship education: What we know and what we need to know. In E. Chell y M. Karatas-Ozkan (Eds.), *Handbook of research on small business and entrepreneurship*, pp. 261–288. Northampton, UK, Edward Elgar.
- D'Enbeau, S., A. Villamil, y R. Helens-Hart. 2015. Transcending Work–Life Tensions: A Transnational Feminist Analysis of Work and Gender in the Middle East, North Africa, and India. *Women's Studies in Communication*, 38 (3), 273–294. doi:10.1080/07491409.2015.1062838.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: a Social-role Interpretation*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Eurostat (2018). Employment in sport. Extraído el 16 de diciembre de: 2018 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_in_sport#Sport_employment_in_the_EU_is_slightly_rising
- Fayolle, A., y 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: 10.1108/03090590610715022
- Fayolle, A., Gailly, B., y Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720. doi: 10.1108/03090590610715022
- Gatewood, E.J., Carter, N.M., Brush, C.G., Greene, P.G., y Hart, M.M. (2003). Women entrepreneurs, their ventures, and the venture capital industry: An annotated bibliography. Stockholm: ESBRI
- Giazitzoglu, A., y Down, S. (2017). Performing entrepreneurial masculinity: An ethnographic account. *International Small Business Journal*, 35(1), 40-60. doi: 10.1177/0266242615599244
- González-Serrano, M. H., Calabuig, F. C., y Crespo, J. (2017). El emprendimiento deportivo como salida profesional de los futuros graduados en ciencias de la actividad física y el deporte ¿cómo fomentarlo? *Actividad Física y Deporte: Ciencia y Profesión*, 27, 9-22.

- González-Serrano, M. H., Calabuig, F. y Crespo, J. (2018). Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students. *The International Journal of Management Education*. doi: 10.1016/j.ijme.2018.11.007
- González-Serrano, M. H., Crespo, J., Pérez-Campos, C., y Calabuig, F. (2017). The importance of developing the entrepreneurial capacities in sport sciences university students. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(4), 625-640. doi: 10.1080/19406940.2017.1316762
- González-Serrano, M. H., González-García, R. J., y Pérez-Campos, C. (2018). Entrepreneurial and intrapreneurial intentions of sports science students: what are their determinant variables? *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1363-1372. doi: 10.7752/jpes.2018.s3202
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: how gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57(4), 657-674. doi: /10.1111/0022-4537.00234
- Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C.G., Carter, S. y Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429-442. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x
- Hunter, E. M., Perry, S. J., y Currall, S. C. (2011). Inside multi-disciplinary science and engineering research centers: The impact of organizational climate on invention disclosures and patents. *Research Policy*, 40(9), 1226-1239. doi: 1226-1239.10.1016/j.respol.2011.05.024
- Jones, P. y Jones, A. (2014). Attitudes of Sports Development and Sports Management undergraduate students towards entrepreneurship: A university perspective towards best practice. *Education+ Training*, 56(8/9), 716-732. doi: 10.1108/ET-06-2014-0060
- Kelley, D. J., Brush, C. G. Greene, P. G., y Litovsky, Y. (2012). 2012 Global Entrepreneurship Monitor Women's Report. Extraído el 15 de diciembre de .2018 <https://www.empowerwomen.org/en/resources/documents/2013/8/global-entrepreneurship-monitor-2012-womens-report?lang=en>.
- Langowitz, N., y Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364. doi: 10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x
- 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. y Chen, Y. W. (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
- Luthje, C. y Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology*, 1(3), 269-288. doi: 10.1142/S0219877004000209
- Marlow, S., y Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717-735. doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x
- Martin, B. C., McNally, J. J., y Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224. doi: 10.1016/j.jbusvent.2012.03.002
- Minniti, M., y Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: The Role of Gender in Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2-3), 223-238. doi: 10.1007/s11187-006-9017-y
- Miragaia, D. A. M., da Costa, C. D., y Ratten, V. (2018). Sport events at the community level: A pedagogical tool to improve skills for students and teachers. *Education+ Training*, 60(5), 431-442. doi: 10.1108/ET-12-2017-0206

- Miragaia, D. A., y Soares, J. A. (2017). Higher education in sport management: a systematic review of research topics and trends. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 21, 101-116. doi: 10.1016/j.jhlste.2017.09.001
- Morris, M. H., Shirokova, G. y Tsukanova, T. (2017). Student Entrepreneurship and the University Ecosystem: A Multi-Country Empirical Exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65–85. doi: 10.1504/EJIM.2017.081251
- Munkejord, M. C. 2017. His or Her Work–Life Balance? Experiences of Self-Employed Immigrant Parents. *Work, Employment and Society*, 31 (4), 624–639. doi:10.1177/0950017016667041.
- Pérez-Villalba, M., Vilanova-Soler, A., y Grimaldi-Puyana, M. (2016). University graduates in Physical Activity and Sport Science current labor market: Look towards self-employment. *Journal of Sports Economics & Management*, 6(3), 149-162
- Peterman, N. E., y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. doi: 10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x
- Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J.L., y Montero, J. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: informe GEM España 2017-2018*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Ratten, V., y Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education+ Training*, 60(5), 490-499. doi: 10.1108/ET-02-2018-0028
- Ratten, V., y Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.
- Sanchez Cañizares, S. M. y Fuentes, F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(1), 140-153.
- Sánchez-Oliver, A. J., Grimaldi-Puyana, M., y Alcaraz-Rodríguez, V. (2018). La actividad física como oportunidad de emprendimiento social en la prevención de la obesidad. *Materiales para la Historia del Deporte*, 16, 50-56.
- Santiago-Castro, M., y Pisani, M. J. (2013). Características y determinantes de mujeres empresarias en Puerto Rico: una mirada inicial. *Ad-minister*, 131-150
- Santos, F.J., Roomi, M.A., y Liñán, F. (2016) 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
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., y Powell, B.C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561–570. doi:10.1016/j.ijme.2014.09.005
- Shiri, N., Shinnar, R.S., Mirakzadeh, A.A., y Zarafshani, K. (2017). Cultural values and entrepreneurial intentions among agriculture students in Iran. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1157-1179. doi: 10.1007/s11365-017-0444-9
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Schein VE (1973) The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology* 57(2): 95–100. doi: 10.1037/h0037128
- Sczesny S, Bosak J, Neff D, et al. (2004) Gender stereotypes and the attribution of leadership traits: A crosscultural comparison. *Sex Roles*, 51(11–12): 631–645. Doi: 10.1007/s11199-004-0715-0
- Statista (2018). Youth unemployment rate in Europe. Extraído el 16 de diciembre de 2018: <https://www.statista.com/statistics/266228/youth-unemployment-rate-in-eu-countries/>

- Walter, S. G., Parboteeah, K. P., y Walter, A. (2013). University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175-200. doi: 10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x
- Westhead, P., y Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal*, 34(8), 979-1003. doi: 10.1177/0266242615612534
- Winkler, C., Saltzman, E., y Yang, S. (2018). Improvement of Practice in Entrepreneurship Education Through Action Research: The Case of Coworking at a Nonresidential College. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(2), 139-165. doi: 10.1177/2515127418773410