



Pedagogía Social. Revista
Interuniversitaria

ISSN: 1139-1723

pedagogiasocialrevista@upo.es

Sociedad Iberoamericana de Pedagogía
Social
España

Capella Peris, Carlos; Gil Gómez, Jesús; Martí Puig, Manuel; Ruiz-Bernardo, Paola
Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física
Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria, núm. 28, 2016, pp. 169-188
Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social
Sevilla, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135047100014>

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

redalyc.org

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

CONSTRUCCIÓN DE UN CUESTIONARIO PARA MEDIR EL EMPREDIMIENTO SOCIAL EN EDUCACIÓN FÍSICA

THE CONSTRUCTION OF A QUESTIONNAIRE TO MEASURE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN PHYSICAL EDUCATION

CONSTRUÇÃO DE UM QUESTIONÁRIO PARA MEDIR O EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM EDUCAÇÃO FÍSICA

Carlos CAPELLA PERIS, Jesús GIL GÓMEZ, Manuel MARTÍ PUIG & Paola RUIZ-BERNARDO
Universidad Jaume I de Castellón

Fecha de recepción del artículo: 15.V.2014
Fecha de revisión del artículo: 2.VI.2014
Fecha de aceptación final: 8.IV.2015

<p>PALABRAS CLAVE: emprendimiento social aprendizaje-servicio educación física diseño de instrumentos</p>	<p>RESUMEN: El presente artículo tiene por objetivo diseñar y validar un instrumento para medir el emprendimiento social sobre un colectivo de estudiantes universitarios participantes en programas de Aprendizaje-Servicio dentro del ámbito de la Educación Física. En primer lugar se realizó una revisión bibliográfica para determinar los rasgos característicos que definen al emprendedor social, para posteriormente elaborar un cuestionario inicial que valorara dichos rasgos. Seguidamente realizamos una revisión lógica, sometiendo dicho cuestionario al juicio de diversos expertos. Tras un exhaustivo proceso de filtrado, definimos el cuestionario piloto con el que realizamos una revisión empírica, aplicando el cuestionario sobre una muestra de 188 sujetos. Los resultados de la revisión lógica pusieron de manifiesto la calidad, relevancia y comprensión de los ítems seleccionados, descartando tan solo 2 de los 19 rasgos característicos del emprendedor social propuestos. Los resultados de la revisión empírica mostraron unos registros positivos, destacando una media total de 3,82 puntos sobre un máximo de 5. La validez y fiabilidad del cuestionario final quedó patente al obtener un registro de 0,809 en el Alfa de Cronbach, lo que sugiere la solidez interna del cuestionario. En cuanto al análisis factorial, los ítems se agruparon en tres grandes categorías, cuestión que, pese a no coincidir plenamente con nuestro planteamiento inicial, no variaba en exceso. Así pues, concluimos que la herramienta elaborada cumple nuestro objetivo inicial, siendo válida para medir el emprendimiento social. Su utilidad se fundamenta en la importancia de fomentar dicha competencia desde cualquier ámbito, especialmente desde el educativo.</p>
<p>KEYWORDS: Social entrepreneurship service-learning physical education instrument design</p>	<p>ABSTRACT: This article aims to design and validate an instrument that measures the social entrepreneurship of a group of university students participating in service-learning programmes in the field of Physical Education. Firstly, a literature review was carried out to determine the characteristics that define the social entrepreneur, to latterly develop an initial questionnaire that assessed these traits. After that, a logical review was undertaken, submitting the aforesaid questionnaire to various experts. Following a thorough screening process, the pilot questionnaire on which the empirical review was carried was defined and the questionnaire was applied amongst a sample of 188 subjects. The results of the logical review highlighted the quality, relevance and understanding of the selected items, with only</p>

CONTACTAR CON LOS AUTORES: Carlos Capella Peris. Departament d'Educació Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana. Correo Electrónico: capellac@uji.es

	<p>2 of the 19 characteristics of social entrepreneurship proposed being eventually discarded. The results of the empirical review gave a positive record, highlighting a total average of 3.82 points out of a possible 5. The validity and reliability of the questionnaire was evident as it obtained a score of 0.809 on Cronbach's alpha, which suggest the inner strength of the questionnaire. In regard to factor analysis, the items were grouped into three broad categories, an issue which despite not coinciding fully with the initial approach, did not vary greatly. Thus, we conclude that the elaborated tool fulfilled its initial objective, and was still valid to measure social entrepreneurship. Its usefulness is based on the importance of promoting this competency within any field, especially in the educational domain.</p>
<p>PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo social serviço-aprendizagem educação física desenho do instrumento</p>	<p>RESUMO: Este artigo tem como objetivo construir e validar um instrumento para medir o empreendedorismo social em um grupo de estudantes universitários que participam em programas de serviço-aprendizagem no âmbito da Educação Física. Primeiro, uma revisão bibliográfica foi realizada para determinar as características que definem o empreendedor social, para desenvolver um questionário inicial que avaliou essas características. Em seguida, realizamos uma revisão lógica, apresentando o questionário para análise de diversos especialistas. Depois de um processo de triagem minuciosa, definimos o questionário-piloto com o qual realizamos uma análise empírica, aplicando o questionário em uma amostra de 188 indivíduos. Os resultados da avaliação lógica destacaram a qualidade, relevância e compreensão dos itens selecionados, descartando apenas 2 das 19 características de empreendedorismo social propostos. Os resultados da análise empírica mostraram alguns registros positivos, com destaque para uma média total de 3,82 pontos, de um máximo de 5. A validade e confiabilidade do questionário final foi evidente ao obter um recorde de 0,809 em alfa de Cronbach, sugerindo a força interna do questionário. Quanto à análise fatorial, os itens foram agrupados em três grandes categorias, uma questão que, apesar de não concordar totalmente com a nossa abordagem inicial não variava em excesso. Podemos concluir que a ferramenta elaborada cumpre com o nosso objetivo inicial, sendo válida para medir o empreendedorismo social. Sua utilidade é baseada na importância de promover essa concorrência em qualquer campo, especialmente no da educação.</p>

Introducción

El fomento del emprendimiento parece ser una de las recetas que diferentes estamentos de la sociedad contemporánea proponen como respuesta a la actual situación de crisis. Esta se ha manifestado con virulencia en el ámbito económico, teniendo una traslación directa al ámbito social, lo que ha provocado un empobrecimiento global de nuestra comunidad.

El fomento del emprendimiento puede ser una opción más para superar las crisis económica y social, generadas ambas por una falta evidente de valores democráticos. Como veremos a continuación, el emprendimiento, en sus versiones económica y social, tiene gran cantidad de elementos en común. No obstante, queremos resaltar que la diferencia fundamental entre estos dos tipos de emprendimiento radica en el objetivo o enfoque que los motiva, siendo el objetivo básico del emprendimiento social el desarrollo y mejora de la sociedad. Así pues, nuestro trabajo se centra en la vertiente social del mismo y, más concretamente, en la creación y validación de un instrumento de medida para valorarlo, generado a partir de la aplicación de la metodología del Aprendizaje-Servicio (en adelante APS) en el contexto docente universitario. En este sentido, consideramos que el mundo educativo es un buen vivero donde comenzar a desarrollar el emprendimiento social en nuestra sociedad. La innovación docente a través del uso de me-

todologías activas y experienciales, propone un cambio sustancial en los roles tradicionales dentro del proceso de enseñanza/aprendizaje, propiciando un protagonismo del alumnado que da opción al desarrollo de competencias personales además de las básicas¹. Vinculada a esta propuesta, destacamos la metodología del APS, pues cuenta con un doble objetivo (Gil, 2012): pretende el aprendizaje de contenidos académicos a la vez que se presta un servicio a la sociedad atendiendo alguna necesidad real no cubierta. De acuerdo con esta concepción, el APS genera una serie de situaciones en el proceso de enseñanza/aprendizaje en las que se ponen en juego valores y actitudes prosociales coincidentes con los rasgos que debe tener un o una emprendedor/a social. Es aquí donde aparece el puente que conecta la educación con el emprendimiento social, desde la promoción de la participación, implicación y compromiso de los estudiantes en y con su comunidad local, como acertadamente defiende Cieza (2010). Este razonamiento, convenientemente ampliado en apartados posteriores, es el que justifica la elección de la muestra de esta investigación para la validación del cuestionario sobre emprendimiento social.

1. Justificación

El interés por el emprendimiento no es una cuestión novedosa. Orrego (2009) señala que se viene evidenciando tanto en el ambiente académico como en

el empresarial a lo largo de las últimas dos décadas en instituciones públicas, privadas y sociales. Pese a ello, Europa es una de las zonas menos emprendedoras del mundo. En España únicamente el 7,3% de la población comprendida entre 18 y 65 años participa en actividades empresariales de nueva creación (De la Vega, Corduras, Justo & González, 2006). Además, esta misma publicación señala que el porcentaje de jóvenes emprendedores menores de 25 años no supera el 10%. Este dato indica que existe un camino por recorrer pleno de posibilidades, en el que el campo de la educación puede adquirir un protagonismo importante siempre y cuando no dirijamos los esfuerzos formativos únicamente a la dimensión económica del término. Más bien somos de la opinión que potenciar aspectos sociales del emprendimiento se alinea adecuadamente con la filosofía emanada por la legislación educativa.

Según la Real Academia Española (2012), emprender supone *“acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”*. Para Lanzas, A., Lanzas, V. y Castaño (2006) el emprendimiento hace referencia a la capacidad de generar ideas, identificar oportunidades y definir escenarios adecuados para convertirlas en realidad, teniendo una relación directa con la capacidad de adaptarse a diferentes equipos de trabajo, además de ser capaz de generar nuevos equipos y liderarlos. Como características complementarias, Aliaga y Schalk (2010) y González y Zúñiga (2011) añaden la autonomía y la capacidad de decisión y de organización de recursos. De la misma forma, emprender está relacionado con la capacidad de análisis de factores exógenos (económicos, sociales, ambientales y políticos) así como de endógenos (capacidad de disponer de personas así como de recursos físicos y financieros) de acuerdo con Valls, Villa, Martínez y Hernando (2009). Esta aproximación conceptual nos muestra que ser emprendedor es una cualidad poliédrica, que supone la integración de muchas capacidades personales. Estas características serían comunes a las dos versiones de emprendimiento expuestas, económica y social. En nuestro trabajo nos centramos en el emprendimiento social y en las posibilidades que el ámbito educativo ofrece para su desarrollo. Por ello, pasamos a profundizar sobre sus características.

Como nos señala Enciso (2010), el emprendimiento social hace referencia a las iniciativas de individuos que quieren sacar adelante proyectos de naturaleza solidaria y sin ánimo de lucro. Así pues, a diferencia de otras formas de emprendimiento que se centran básicamente en crear valor financiero, el emprendimiento social pretende generar un valor de carácter social dirigido a cubrir una necesidad social existente (Auerswald, 2009), por lo que se orienta hacia la transformación social (Valls, Villa, Martínez & Hernando, 2009). Debemos recalcar que este emprendimiento social no

se refiere a actividades caritativas, pues aunque su objetivo fundamental no sea obtener beneficios económicos puede ser igualmente rentable en otros términos. Para entender mejor esta posición, podemos remitirnos a la matriz del emprendimiento social descrita por Massetti (2008), en la que lo ubica en un punto intermedio entre la misión social, las actividades sin fines lucrativos, la rentabilidad y el mercado financiero.

Según Zahra, Filatotchev y Wrigth (2009), el emprendimiento social abarca las actividades y procesos que se llevan a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el objetivo de aumentar la riqueza social, creando nuevas empresas o dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora. La empresa social, principal forma de organización de este modelo de emprendimiento, emerge a lo largo del siglo XXI con el objetivo de resolver problemas sociales de una manera sostenible (Palacios, 2010). Otros autores también lo entienden como un proceso de construcción, evaluación y persecución de oportunidades para un cambio social (Roberts & Woods, 2005).

La bibliografía muestra el emprendimiento social como una fuente de creación de oportunidades en el futuro próximo (Short, Moss & Lumpkin, 2009) tanto para el progreso económico como social, desde la concepción de que su desarrollo conduce a cambios significativos en la vida social, política y en el contexto económico (Alvord, Brown & Letts, 2004). La dinamización de este capital social puede conducir a la construcción de un modelo diferente de sociedad, planteando una alternativa de crecimiento económico basado en fundamentos muy diferentes a los convencionales. En este sentido, existen ejemplos de éxito que pueden guiar la acción futura (Spear, 2006). Ahondando en este tema, podemos decir que su extensión es aún una cuestión pendiente, de la misma forma que la investigación sobre el emprendimiento social (Hoogendoorn, Pennings & Thurik, 2010)

A efectos de sistematizar la investigación y poder desarrollar herramientas adecuadas que midan la capacidad de emprender socialmente, como es el objeto de esta investigación, es necesario analizar conductas, valores o actitudes, rasgos en definitiva, que aparezcan en las personas sobre las que se ha trabajado en este sentido. Varios autores determinan que existe relación entre los rasgos de la personalidad emprendedora y el comportamiento emprendedor (Chell, Haworth, & Brearley, 1991; Rauch & Frese, 2000), evidenciando su validez predictiva (Collins, Hanges & Locke, 2004; Rauch & Frese, 2007; Stewart & Roth, 2001 y 2004; Zhao & Seibert, 2006). Esta circunstancia impulsa a profundizar en los rasgos de la persona emprendedora social para poder elaborar un instrumento adecuado que los detecte y grade adecuadamente.

Los Ministerios de Educación y Ciencia y de Industria, Comercio y Turismo (2003) describen los

nueve valores indispensables del espíritu emprendedor. Estos se dividen en personales, entre los que encontramos creatividad, autonomía, confianza en uno mismo, tenacidad, sentido de la responsabilidad y capacidad para asumir riesgos; y sociales, donde se ubican el liderazgo, el espíritu de equipo y la solidaridad. De Pablo, Santos y Bueno (2004) completan esta conceptualización revisando los rasgos más asociados a la personalidad emprendedora, presentando un total de 43. Entre ellos destacamos: necesidad y/o reconocimiento de logro, aceptación de riesgos moderados, creatividad / imaginación / innovación, liderazgo, orientado hacia la oportunidad, capacidad de conseguir recursos, toma de iniciativa / nuevos retos, autoconfianza / control interno, perseverancia / compromiso total, versatilidad / flexibilidad, orientación hacia metas específicas, planificación, seguimiento sistemático, redes de contacto, responsabilidad personal, planifican con límites de tiempo y necesidad de aprobación. Podemos comprobar que, a pesar de definir la personalidad emprendedora en general, siempre aparecen rasgos ligados a la versión más social de este concepto. Es decir, las propias definiciones de la personalidad emprendedora ya incluyen una parte (aunque minoritaria) de características sociales.

Profundizar en esta temática nos acerca específicamente a la personalidad emprendedora social. Para Weerawardena y Sullivan (2006) existen siete dimensiones que la definen: interacción con el entorno, capacidad de innovación, prosocialidad, gestión del riesgo, sostenibilidad, misión social, y búsqueda y reconocimiento de oportunidades. En una línea similar, Bacq y Janssen (2011), Choi y Majumdar (2014) y Haugh (2005) consideran que la creación de valor social, la innovación social, la organización del emprendimiento social, la orientación de mercado y la capacidad de encontrar soluciones innovadoras a los problemas sociales de su comunidad son sus características principales.

Teniendo en cuenta todas las cualidades descritas por los diferentes autores, a continuación sintetizamos los 19 rasgos característicos que, a priori, definen a un emprendedor social y que deben entrar a formar parte de la herramienta de medida que se va a crear: confianza, responsabilidad, liderazgo, organización, motivación al logro, capacidad para asumir riesgos, estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento, tolerancia, cooperación y ayuda, coherencia y compromiso, conciencia social, convivencia y respeto por el bien público, creatividad, iniciativa, capacidad para identificar oportunidades, capacidad para generar ideas, capacidad de cambio, capacidad para aprender y evolucionar, y tolerancia al fracaso.

Una vez definidos estos aspectos característicos, realizamos una búsqueda bibliográfica de cuestionarios que los midieran. Entre los cuestionarios encontrados, destacamos los siguientes: cuestionario para

medir la capacidad emprendedora (Kafati, 2012), Test de perfil emprendedor (Centros Europeos de Empresas Innovadoras, 2012), *Entrepreneurial inclinations of prospective teachers* (Akhtar, Keith & Riaz, 2009) y *Entrepreneur attitude orientation* (Huefner, Hunt & Robinson, 1996). Finalmente, para resaltar la importancia del componente social del emprendimiento, tuvimos en consideración el test AECS: actitudes y estrategias cognitivas sociales (Moraleda, González & García-Gallo, 2004) en la parte dedicada a la prosocialidad, y el cuestionario de actitudes hacia la responsabilidad social (Alonso, 2004). Entre todos estos tests, seleccionamos aquellos ítems que hacían referencia a alguno de los 19 rasgos característicos del emprendedor social descritos anteriormente, formando así el cuestionario inicial sobre el que realizáramos el proceso de validación.

La elección del ámbito educativo para realizar la validación no es casual. El enfoque competencial es la línea predominante en la actual legislación educativa, proponiendo un cambio metodológico en los procesos de enseñanza/aprendizaje. Se trata de superar el saber para incidir en el saber hacer y saber ser o estar. Este cambio supone optar por el uso de metodologías activas y experienciales en el que el alumnado ponga en juego capacidades para alcanzar las competencias, muchas de ellas caracterizadas por la adquisición de valores y actitudes necesarias para la vida. Estos preceptos son perfectamente cumplidos por el APS que, con un fuerte componente social, es una metodología adecuada para su desarrollo (Langstraat & Bowdon, 2011; Manes, Hatt & Wideman, 2013). Este es el punto común entre la adquisición de actitudes y valores a través del proceso de enseñanza/aprendizaje mediante APS y la mejora de aquellos que forman parte del proceso de emprendimiento social.

2. Objetivo

Visto el creciente interés sobre el emprendimiento social y los posibles beneficios que su influencia puede aportar al área educativa, el objetivo específico del presente trabajo es diseñar y validar un instrumento para medir el emprendimiento social sobre un colectivo de estudiantes universitarios, del grado de Maestro/a en Educación Infantil de la Universitat Jaume I de Castellón, participantes en programas de Aprendizaje-Servicio dentro del ámbito de la Educación Física.

3. Metodología

Para realizar el proceso de diseño y validación del instrumento que midiera la competencia de emprendimiento social se realizaron dos acciones de valoración secuenciadas en dos fases. Una revisión lógica, para seleccionar los ítems del cuestionario pi-

loto, y una revisión empírica, para analizar la aplicación del cuestionario y así depurar y consolidar el cuestionario final.

Fase I: Revisión lógica. Esta fase se realizó en Marzo de 2013.

Diseño: el cuestionario fue objeto de una validación de constructo mediante juicio de expertos (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008; González, Sánchez & Jornet, 2011), donde éstos valoraron la calidad, relevancia, comprensión y dimensión a la que debía asociarse cada ítem.

Instrumento: el formulario de valoración que se utilizó para la consulta a los jueces constaba de una primera parte que incluía las dimensiones y los aspectos a evaluar y los criterios de evaluación (tabla 1); y de una segunda parte que incluía el cuestionario inicial que constaba de 96 ítems los cuales estaban repartidos en 19 dimensiones (anexo 1).

Participantes: para que el equipo de expertos valorara adecuadamente el cuestionario inicial, al seleccionarlos tuvimos en cuenta qué queríamos medir y dónde lo íbamos a aplicar tal como sugieren Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008). Por ello, ya que el cuestionario pretendía medir el perfil emprendedor social, el primer grupo de expertos estaba formado por tres personas, un experto en emprendimiento social con numerosas publicaciones y actividades al respecto, un miembro de diversas asociaciones de carácter social habituado al trato humano y solidario, y un miembro de un equipo de formación para la inclusión y la participación social. En cuanto al segundo grupo, dado que la aplicación del cuestionario se iba a llevar a cabo en el entorno educativo universitario, lo formaron tres docentes universitarios con experiencia en APS, formación e innovación docente, y emprendimiento social.

Fase II: Revisión empírica. Esta fase se realizó en Junio de 2013.

Diseño: En esta segunda fase se sigue un diseño de tipo descriptivo cuyo objeto es corroborar el funcionamiento de los ítems y del cuestionario piloto para medir la competencia de emprendimiento social.

Instrumento: el cuestionario piloto estaba formado por 30 ítems que se distribuía en 17 dimensiones (anexo 2). Se utilizó una escala de 5 puntos que varían desde el “muy en desacuerdo” hasta el “muy de acuerdo”.

Tabla 1: Criterios para la valoración de los ítems

Calidad	¿Considera que la formulación del ítem es de calidad?: 1. Mucha 2. Regular 3. Poca
Relevancia	¿El ítem mide un aspecto relevante sobre el concepto de emprendimiento social? 1. Muy relevante 2. Relevante 3. Nada relevante
Comprensión	1. De fácil comprensión 2. De comprensión media 3. De difícil comprensión
Dimensión asociada	Debe indicar el número de la sección a la que considera que hace referencia el ítem: Categoría 1. Aspectos de carácter personal (37 ítems): 1. Liderazgo 2. Motivación al logro 3. Capaz de asumir riesgos 4. Confianza 5. Organización 6. Responsabilidad 7. Integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento (contactos) Categoría 2. Aspectos de carácter social (26 ítems): 1. Tolerancia 2. Cooperación/ayuda 3. Coherencia/compromiso 4. Conciencia social 5. Convivencia/Respeto bien público Categoría 3. Aspectos de carácter innovador (33 ítems): 1. Creatividad 2. Identificar oportunidades (problemas) 3. Iniciativa 4. Capaz de generar ideas 5. Capacidad de cambio 6. Capacidad para aprender y evolucionar 7. Tolerancia al fracaso

Participantes: para valorar adecuadamente la muestra debemos tener en consideración, como ya hemos comentado, que la creación del presente cuestionario es el paso inicial de una investigación que pretende estudiar los efectos del Aprendizaje-Servicio sobre el alumnado universitario en cuanto al emprendimiento social durante la realización de activi-

dades pertenecientes al ámbito de la Educación Física. Por lo tanto, la muestra debía estar compuesta por alumnos/as de la universidad que hubieran realizado programas de Aprendizaje-Servicio en el campo de la Educación Física, motivo por el cual esta fase se realizó tres meses después de la anterior. Teniendo en cuenta estas premisas, la muestra estaba formada por un colectivo de 188 sujetos (alumnos y alumnas universitarios) pertenecientes al grado de Magisterio Infantil, que habían participado en programas de Aprendizaje-Servicio relacionados con la Educación Física en sus primeros años de formación. Por tanto el muestreo ha sido de tipo fortuito o accidental.

4. Resultados

Resultados de la revisión lógica

A continuación presentamos los resultados del análisis de los datos proporcionados por el equipo de expertos, utilizando el programa *SPSS Statistics 20*, respecto a la valoración de los ítems del cuestionario piloto. Como ya hemos indicado, los aspectos valorados fueron calidad, relevancia y comprensión; el aspecto sobre la dimensión a la que debía asociarse cada ítem se ha valorado de un modo diferente por tratarse de datos nominales.

Para medir el nivel de acuerdo entre los jueces utilizamos el Coeficiente de Concordancia de Kendall (W), pues este coeficiente muestra, el acuerdo o, mejor dicho, la concordancia entre los jueces en función del criterio consultado, en relación con todas las valoraciones de todos los ítems del instrumento. Seguidamente presentamos los resultados obtenidos en las categorías de calidad, relevancia y comprensión, presentándolos en conjunto y por grupos de jueces, ver tabla 2.

El resultado de W de Kendall para la valoración de la calidad determina que existe acuerdo entre jueces y que éste es débil pero significativo en todos los casos. En cuanto a la valoración de la relevancia los datos indican que existe acuerdo entre jueces, siendo significativo en todos los casos, débil para el conjunto de todos los jueces y moderado en los grupos por separado. Respecto a la comprensión, la W de Kendall muestra que existe acuerdo entre jueces, de nuevo significativo en todos los casos, débil para el conjunto de todos los jueces y en los jueces de las asociaciones, y moderado en el grupo de jueces universitarios. Como también se observa en la tabla 2, son más concordantes los grupos de expertos entre sí que por separado. Esto podemos atribuirlo a la misma dualidad que le da sentido a la formación de estos dos grupos, es decir, al tratar de conjugar la formación y la experiencia en este tema. Dicha situación podría abrir nuevas cuestiones a debate tal como postulan Summers, Williamson y Read (2004).

Tabla 2: Coeficientes de Concordancia de Kendall (W) para la valoración de la calidad, relevancia y comprensión por grupos de jueces

Criterio	Todos los jueces W de Kendall	Jueces Universitarios W de Kendall	Jueces de las Asociaciones W de Kendall
Calidad	,233	,391	,376
Relevancia	,313	,446	,444
Comprensión	,219	,408	,336

Tras analizar los datos aportados por el juicio de expertos se estableció un procedimiento para el filtrado de los ítems más apropiados en función de tres criterios. El primer criterio requería que la media de resultados debía ser menor o igual que 1,5 descartando todos los ítems con una media mayor (eso se debe a que la escala priorizaba el 1 como el más importante y el 3 como el menos importante), lo que nos aseguraría que los ítems seleccionados tuvieran una elevada puntuación en los tres primeros criterios valorados. El segundo criterio hacía referencia al coeficiente de variación, descartando todos aquellos ítems con registros superiores a un 37% (en este criterio se considera que a partir de un 35% la distribución es heterogénea), lo que garantizaría una distribución homogénea de los ítems seleccionados. Por último, el criterio utilizado para filtrar los ítems en cuanto a la dimensión asociada sería la moda. Así pues, se descartaron aquellos ítems que no tuvieran al menos un 50% de acuerdo en cuanto a la dimensión asociada a la que hacían referencia, por lo que para seleccionar un ítem al menos tres de los seis jueces tenían que asociarlo a la misma dimensión.

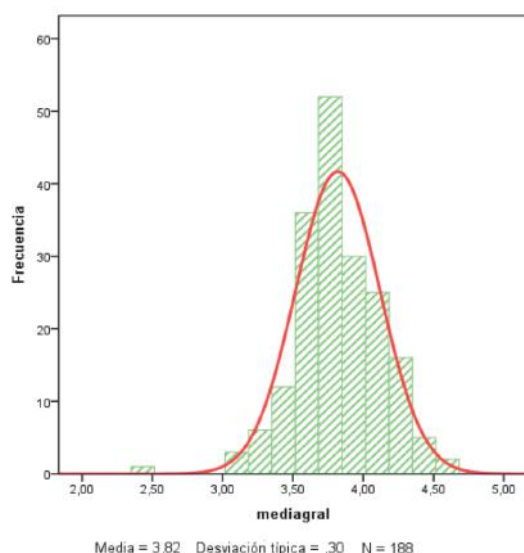
Tras el filtrado descrito pasamos de un cuestionario inicial de 96 ítems que representaba los 19 rasgos característicos del emprendedor social, distribuidos en tres grandes categorías, a un cuestionario piloto con tan sólo 30 ítems. Pese a la notable reducción de ítems, tan sólo se descartaron 2 de los rasgos característicos planteados inicialmente, ya que ninguno de los ítems que hacían referencia a dichos rasgos superaron los criterios de selección anteriormente descritos. El primer rasgo característico descartado fue la organización, perteneciente a la categoría de aspectos de carácter personal, mientras que el segundo fue la tolerancia, perteneciente a la categoría de aspectos de carácter social. Cabe destacar que la distribución de los 30 ítems seleccionados era muy equilibrada.

Resultados de la revisión empírica

Una vez realizado el cuestionario piloto lo sometimos a una prueba empírica para observar el comportamiento de los ítems y del cuestionario en general.

En cuanto a los datos descriptivos obtenidos que se pueden observar en la tabla 3, nos gustaría destacar que el registro más bajo es una media 2,63 puntos (ítem 2) y el más alto 4,64 puntos (ítem 16), obteniendo una media total para toda la población de 3,82 puntos, como podemos ver en el gráfico 1, donde se presenta un histograma con la distribución de los sujetos según el grado de competencia alcanzado. Estos datos ponen de manifiesto los elevados registros obtenidos al pasar el cuestionario.

Gráfico 1: Histograma del paso de la prueba piloto



Posteriormente para observar la fiabilidad de la prueba se realizó un análisis general de la escala a través del Alfa de Cronbach y el resultado fue de 0,809 lo que nos sugiere la solidez interna del cuestionario. También se utilizó la misma prueba con cada uno de los ítems. Se observó que el Alfa de la escala en general no mejoraba significativamente si se eliminaba algún ítem. Así pues, se puede apreciar que todos los ítems son importantes para valorar la competencia de emprendimiento social y que el cuestionario creado permite medir dicha competencia, ver tabla 4.

También se realizó un análisis factorial, este análisis nos permite observar la estructura interna del cuestionario identificando las categorías en las que se agrupan los ítems. Los estudios que se realizaron previamente de la base de datos empíricos nos confirman que es posible este análisis en cuanto se cumplen las premisas básicas para su realización. A continuación se exponen los resultados de los es-

Tabla 3: Estadísticos de los elementos

Ítems	Media	Desviación típica
i1	3,40	,917
i2	2,63	,986
i3	4,18	,708
i4	4,22	,606
i5	4,16	,760
i6	3,55	,741
i7	3,66	,679
i8	3,93	,697
i9	3,87	,666
i10	4,27	,634
i11	4,12	,768
i12	3,87	,986
i13	3,22	,896
i14	3,73	,881
i15	4,35	,656
i16	4,64	,572
i17	4,32	,626
i18	4,59	,610
i19	3,69	,740
i20	3,62	,663
i21	3,72	,603
i22	3,06	1,058
i23	2,77	1,177
i24	3,96	,636
i25	3,87	,752
i26	3,52	,705
i27	3,50	,742
i28	3,77	,905
i29	4,19	,581
i30	4,19	,590

tudios previos. Para la medida de adecuación muestral de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) es 0,754, dato que se considera positivo en tanto el valor puede oscilar entre 0 y 1, y el registro de la prueba de esfericidad de Bartlett es $p=0,000$, es decir que existen correlaciones significativas entre las variables para poder realizar un análisis factorial.

El análisis factorial se ha realizado utilizando el método de análisis de componentes principales, con rotación de normalización Oblimin con Kaiser, ya que esta tiene una función exploratoria. En la tabla 5 se puede observar la saturación de cada ítem en cada categoría.

Tabla 4: Estadísticos total-elemento

Ítems	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
i1	111,17	74,859	,330	,803
i2	111,95	75,462	,262	,807
i3	110,39	75,128	,432	,799
i4	110,35	76,625	,371	,802
i5	110,41	76,863	,262	,806
i6	111,03	75,791	,356	,802
i7	110,91	74,838	,479	,798
i8	110,65	75,266	,428	,800
i9	110,70	74,905	,484	,798
i10	110,30	75,421	,464	,799
i11	110,45	75,789	,341	,803
i12	110,71	77,096	,165	,812
i13	111,36	76,295	,245	,807
i14	110,85	76,024	,269	,806
i15	110,23	75,193	,466	,799
i16	109,93	77,840	,274	,805
i17	110,25	75,718	,443	,800
i18	109,99	76,888	,343	,803
i19	110,89	75,287	,397	,801
i20	110,95	76,313	,361	,802
i21	110,86	76,124	,422	,801
i22	111,51	78,347	,078	,817
i23	111,80	80,277	-,035	,826
i24	110,62	76,804	,334	,803
i25	110,71	75,213	,395	,801
i26	111,05	76,254	,340	,803
i27	111,07	75,438	,383	,801
i28	110,80	75,175	,315	,804
i29	110,38	76,548	,398	,802
i30	110,38	75,906	,455	,800

Tabla 5: Análisis factorial de los resultados de la prueba piloto

Ítem	Componente		
	1	2	3
i1	,426	,079	-,064
i2	,259	,159	-,186
i3	,334	-,132	-,720
i4	,245	-,034	-,635
i5	,247	-,167	-,363
i6	,224	,009	-,587
i7	,212	,257	-,714
i8	,183	,200	-,704
i9	,194	,287	-,746
i10	,560	,017	-,426
i11	,496	-,083	-,232
i12	,291	,221	,134
i13	,215	,341	-,046
i14	,298	,019	-,160
i15	,653	-,081	-,252
i16	,568	-,358	-,147
i17	,578	,000	-,365
i18	,638	-,179	-,167
i19	,524	,262	-,215
i20	,443	,548	,099
i21	,379	,537	-,206
i22	-,091	,508	,066
i23	-,140	,270	,130
i24	,563	,068	-,058
i25	,519	,127	-,182
i26	,164	,559	-,307
i27	,178	,631	-,321
i28	,165	,443	-,347
i29	,560	,189	-,201
i30	,534	,213	-,258

Respecto a la extracción de factores comunes, los ítems se agrupan en tres grandes categorías, algo que concuerda con nuestro planteamiento teórico inicial. Como se puede observar, en la tabla 6, la agrupación explica el 34 '9% de la varianza acumulada. No obstante, las tres categorías en las que se agrupan los ítems no coinciden completamente con las planteadas de inicio. La nueva categoría 1 presenta una mezcla de las categorías 1 y 2 iniciales, la categoría 2 actual se asemeja mucho a la anterior categoría 3 y, finalmente, la nueva categoría 3 contiene tres de los rasgos ubicados inicialmente en la categoría 1. Teniendo en cuenta estas agrupaciones y los rasgos característicos representados en cada una de ellas, consideramos oportuno renombrar las categorías de la siguiente manera: categoría 1- rasgos personales y sociales del emprendedor social; categoría 2- rasgos innovadores del emprendedor social; y categoría 3- rasgos de ejecución del emprendedor social. Esta nueva clasificación no dista mucho de la propuesta inicial, por lo que consideramos que puede deberse a cuestiones meramente terminológicas o de interpretación de los rasgos característicos analizados. A continuación, mostramos la tabla 7 donde se expone la nueva organización de los ítems y, por consiguiente, de los 17 rasgos característicos definitivos que sugerimos definen al emprendedor social.

Tabla 6: Extracción de factores comunes tras el paso de la prueba piloto, varianza total explicada

Compo- nente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cua- drado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total
1	5,820	19,401	19,401	5,820	19,401	19,401	4,829
2	2,545	8,485	27,886	2,545	8,485	27,886	2,604
3	2,114	7,045	34,931	2,114	7,045	34,931	4,108
4	1,836	6,119	41,050				
5	1,621	5,404	46,455				
6	1,491	4,969	51,424				
7	1,337	4,456	55,879				
8	1,207	4,023	59,902				
9	1,089	3,632	63,534				
10	,961	3,204	66,738				
11	,946	3,153	69,891				
12	,873	2,910	72,801				
13	,762	2,541	75,343				
14	,741	2,471	77,814				
15	,662	2,208	80,022				
16	,652	2,174	82,196				
17	,544	1,815	84,010				
18	,527	1,758	85,768				
19	,490	1,632	87,401				
20	,473	1,577	88,977				
21	,453	1,509	90,487				
22	,440	1,467	91,954				
23	,388	1,293	93,247				
24	,367	1,224	94,470				
25	,335	1,118	95,588				
26	,307	1,024	96,613				
27	,298	,992	97,605				
28	,254	,846	98,451				
29	,240	,802	99,253				
30	,224	,747	100,000				

Tabla 7: Organización de los ítems del cuestionario y de los rasgos característicos que definen al emprendedor social en función de los resultados estadísticos

Nombre de la categoría	Ítems incluidos en la categoría y rasgo característico al que hace referencia
Categoría 1 Rasgos personales y sociales del emprendedor social.	1 y 2 (liderazgo). 10 y 11 (responsabilidad). 12 (estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento). 14 y 16 (conciencia social). 15 (cooperación y ayuda). 17 (coherencia y compromiso). 18 (convivencia y respeto por el bien público). 19 (creatividad). 24 y 25 (capacidad de generar ideas). 29 (capacidad para aprender y evolucionar). 30 (tolerancia al fracaso).
Categoría 2 Rasgos innovadores del emprendedor social.	13 (estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento). 20 (creatividad). 21 (capacidad para identificar oportunidades). 22 y 23 (iniciativa). 26 y 27 (capacidad de cambio). 28 (capacidad para aprender y evolucionar).
Categoría 3 Rasgos de ejecución del emprendedor social.	3 y 9 (motivación al logro). 4, 5 y 6 (capacidad para asumir riesgos). 7 y 8 (confianza).

5. Discusión y conclusiones

Tras revisar la bibliografía referente al emprendimiento y, más concretamente, sobre el emprendimiento social, consideramos que el cuestionario creado tiene la suficiente solidez teórica para ser utilizado como instrumento de medida de este último. Cabe resaltar que su constitución definitiva recoge la totalidad de los rasgos del emprendedor social definidos por Bacq y Janssen (2011), Choi y Majumdar (2014), Weerawardena y Sullivan (2006) y Haugh (2005), lo que demuestra la adecuada amplitud de la herramienta para detectar este tipo de personalidad.

Por otra parte, el exigente filtrado realizado mediante el juicio de expertos nos asegura un cuestionario de gran calidad, relevancia y comprensión, algo que se ve apoyado al comprobar los datos de los Coeficientes de Concordancia de Kendall (W), significativos en todos los casos. Igualmente, pese a la exigencia de los criterios de selección y a la notable eliminación de ítems, únicamente se descartaron 2 de los 19 rasgos característicos iniciales que definen al emprendedor social. Esto pone de manifiesto nuevamente la correcta fundamentación teórica del cuestionario, así como la apropiada selección de los rasgos característicos que definen al emprendedor social, con lo cual se concluye como positiva la validez del constructo.

Del mismo modo, los excelentes resultados obtenidos en la prueba de fiabilidad, destacando un 0,809 en cuanto al Alfa de Cronbach, no hacen más que reforzar la valoración del cuestionario, poniendo de manifiesto su fiabilidad, algo que también podemos ver reflejado en los datos de la prueba piloto realizada.

Finalmente, respecto a la extracción de factores comunes, el análisis estadístico demuestra que los ítems seleccionados se agrupan formando tres grandes dimensiones. Aunque dicha agrupación no coincide completamente con nuestro planteamiento inicial, consideramos que se debe básicamente a cuestiones terminológicas y de interpretación de los rasgos característicos seleccionados, no alterando por ello el valor de su selección.

Por todo ello, consideramos que el cuestionario creado es una herramienta válida para la valoración del emprendimiento social mediante la aplicación de programas de Aprendizaje-Servicio con alumnado universitario en el ámbito de la Educación Física, cumpliendo así con nuestro objetivo inicial. No obstante, considerando los datos obtenidos y la fundamentación teórica del mismo, creemos que también puede ser útil para medir el emprendimiento social en diferentes entornos sociales, con otro tipo de colectivos y mediante otras actuaciones pedagógicas.

Anexo 1: Cuestionario para juicio de expertos

El material que a continuación presentamos es una recopilación de ítems de diferentes cuestionarios para valorar el *emprendimiento social* de los encuestados. Teniendo en cuenta los diferentes aspectos que determinan el concepto de *emprendimiento social* que hemos desarrollado, este material se dividirá en 3 grandes categorías con sus respectivas secciones:

CATEGORÍA 1- Aspectos de carácter personal (37 ítems): Liderazgo, motivación al logro, capaz de asumir riesgos, confianza, organización, responsabilidad,

e integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento (contactos)

CATEGORÍA 2- Aspectos de carácter social (26 ítems): Tolerancia, cooperación/ayuda, coherencia/compromiso, conciencia social, y convivencia/respeto bien público.

CATEGORÍA 3- Aspectos de carácter innovador (33 ítems): Creatividad, identificar oportunidades (problemas), iniciativa, capaz de generar ideas, capacidad de cambio, capacidad para aprender y evolucionar, y tolerancia al fracaso.

TOTAL: 96 ítems

TABLA DE CRITERIOS PARA LA VALORACIÓN DE LOS ÍTEMES

1. CALIDAD DEL ÍTEM	La formulación del ítem está: ¿Libre de material irrelevante?: 1. Mucha 2. Regular 3. Poca
2. RELEVANCIA	¿El ítem mide un aspecto relevante sobre el concepto de emprendimiento social? 1. Muy relevante 2. Relevante 3. Nada relevante
3. COMPRENSIÓN	1. De fácil comprensión 2. De comprensión media 3. De difícil comprensión
4. DIMENSIÓN ASOCIADA	Debe indicar el número de la sección a la que considera que hace referencia el ítem: CATEGORÍA 1. Aspectos de carácter personal (37 ítems): 1. Liderazgo 2. Motivación al logro 3. Capaz de asumir riesgos 4. Confianza 5. Organización 6. Responsabilidad 7. Integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento (contactos) CATEGORÍA 2. Aspectos de carácter social (26 ítems): 1. Tolerancia 2. Cooperación/ayuda 3. Coherencia/compromiso 4. Conciencia social 5. Convivencia/Respeto bien público CATEGORÍA 3. Aspectos de carácter innovador (33 ítems): 1. Creatividad 2. Identificar oportunidades (problemas) 3. Iniciativa 4. Capaz de generar ideas 5. Capacidad de cambio 6. Capacidad para aprender y evolucionar 7. Tolerancia al fracaso

TABLA DE ANÁLISIS DE ÍTEMS

Indique en la casilla del criterio el número que considera que representa mejor su valoración. Debajo existe un apartado de observaciones en el que puede sugerir otras formas de reescribir el ítem.

CATEGORÍA 1- Aspectos de carácter personal (37 ítems)					
		Calidad del ítem	Relevancia	Comprensión	Dimensión asociada
1	Me gusta tomar la iniciativa y que los/as demás sigan mis pasos.				
2	Mi capacidad de influir sobre los/as demás es baja.				
3	Me gusta trabajar con un equipo de personas a las que coordinar.				
4	Cuando se trabaja en grupo, prefiero ser el/la líder en lugar de un/a seguidor/a.				
5	Suelo tomar el control en situaciones complicadas.				
6	Soy una persona decidida y determinada para lograr mis objetivos.				
7	Cuando hago planes, estoy seguro/a de que puedo lograr que funcionen.				
8	Siempre he trabajado duro para estar entre los/as mejores.				
9	Me siento bien cuando soy el/la responsable del éxito de mi propios proyectos.				
10	Me siento bien aunque la calidad de mi trabajo sea baja.				
11	Cuando me planteo los objetivos no me preocupan el tiempo ni los recursos invertidos.				
12	Pienso que es necesario arriesgarme para progresar.				
13	Creo que las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de tener éxito que las que no lo hacen.				
14	Me gusta apostar por una buena idea aunque no sea del todo segura.				
15	Me gusta tomar riesgos calculados con las nuevas ideas.				
16	Me veo capacitado/a para enfrentarme a cualquier situación.				
17	Creo en mis posibilidades.				
18	Soy reticente a solicitar ayuda.				
19	Me considero autosuficiente para poder conseguir lo que me propongo.				
20	Me cuesta decidirme porque no me siento preparado/a.				
21	Cuándo inicio una tarea me fijo metas y objetivos claros.				
22	Utilizo mis recursos de la forma más correcta posible para alcanzar los objetivos.				
23	Me es difícil planificar mis recursos materiales y personales para obtener resultados.				
24	Me pongo metas a mí mismo/a para dirigir mis actividades.				

25	Para tener éxito creo que es importante utilizar el tiempo adecuadamente				
26	Puedo trabajar hasta tarde para alcanzar una meta.				
27	Cumplo con aquello que me he propuesto a mí mismo/a o a los demás.				
28	Normalmente hago las cosas como me dicen.				
29	Asumo las consecuencias de lo que he dicho o hecho.				
30	Hago cada trabajo tan a fondo como sea posible.				
31	Me siento mejor en mi trabajo cuando sé que he seguido los procedimientos correctos.				
32	Suelo recurrir al consejo de personas mayores y experimentadas.				
33	Prefiero trabajar con más personas.				
34	Tengo relaciones sociales que me permitirían iniciar proyectos.				
35	Creo que para tener éxito es importante llevarse bien con las personas con las que nos relacionamos.				
36	Suelo investigar e informarme sobre las cosas que me interesan.				
37	Tengo acceso a información de apoyo para comenzar a emprender proyectos				

CATEGORÍA 2- Aspectos de carácter social (26 ítems)

		Calidad del ítem	Relevancia	Comprensión	Dimensión asociada
38	No me importa trabajar con personas de diferentes religiones.				
39	Me gusta relacionarme con personas de diferentes razas.				
40	No me importaría convivir con un anciano.				
41	Solo converso con los/as compañeros/as de clase que me caen mal.				
42	Me encantaría colaborar gratuitamente en una O.N.G.				
43	Estoy de acuerdo en el pago de impuestos para financiar los servicios públicos.				
44	Pienso que cuanto más dinero gana una persona más debe compartir con los demás.				
45	Me gusta ayudar a mis amigos/as de clase.				
46	Las personas que ayudan a los demás son un ejemplo que debo seguir.				
47	No me importa dedicar tiempo a ayudar a los más desfavorecidos.				
48	Estoy dispuesto/a a dedicar dos horas a la semana para dar clase de apoyo a niños/as que lo necesiten.				
49	Acompañaría al cuarto de baño a un/a compañero/a de clase discapacitado.				

50	Iré todas las semanas a casa de mis abuelos para hablar un rato con ellos.				
51	Por lo general cumplo muy bien con mi parte en cualquier proyecto en el que estoy involucrado.				
52	Me siento bien cuando hago que los proyectos en los que participo funcionen mejor.				
53	Cumplir la palabra dada es fundamental para llevarse bien entre amigos/as.				
54	Me importa que mis amigos/as no piensen como yo.				
55	Admiro a los que dicen lo que piensan aunque los critiquen.				
56	Creo que es importante ser capaz de reconocer los propios defectos.				
57	Creo que es más importante respetar a las personas que conseguir los objetivos.				
58	Los jóvenes de nuestra edad no podemos hacer nada para solucionar los problemas de carácter social.				
59	Siempre sigo las reglas sociales establecidas en las relaciones con los demás.				
60	Los problemas de convivencia se solucionan dialogando.				
61	Aprecio mucho a las personas que son acogedoras.				
62	Me caen bien los compañeros/as que respetan las plantas de los jardines.				
63	Participaría en alguna campaña de limpieza en mi ciudad.				

CATEGORÍA 3- Aspectos de carácter innovador (33 ítems)

		Calidad del ítem	Relevancia	Comprensión	Dimensión asociada
64	Consigo hacer las cosas de manera imaginativa y diferente a como lo hacen otras personas.				
65	Me resulta difícil encontrar múltiples soluciones a un mismo problema.				
66	Me emociona crear mis propias oportunidades de crecimiento personal.				
67	Creo que es importante buscar continuamente nuevas maneras de hacer las cosas.				
68	Veó nuevas utilidades en objetos comunes.				
69	Estoy tranquilo/a cuando me enfrento a dificultades.				
70	Puedo crear oportunidades y aprovecharlas.				
71	A menudo sacrifico mi comodidad personal con el fin de aprovechar las oportunidades.				
72	Mi habilidad para tratar con la gente me ha permitido crear muchas de mis oportunidades.				
73	He intervenido alguna vez en la puesta en marcha de proyectos tales como asociaciones.				
74	He participado o participo en alguna actividad de carácter grupal.				
75	Me es difícil llevar a la práctica los propósitos que me planteo a lo largo del año.				

76	Aunque tenga interés por algo antes de hacerlo me gusta reflexionar sobre ello.				
77	He considerado seriamente iniciar mi propio negocio después de graduarme.				
78	Soy capaz de formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participo.				
79	Habitualmente propongo soluciones alternativas cuando se está tratando de resolver algún problema.				
80	Estoy pensando siempre en nuevas ideas.				
81	Doy mi opinión aunque no me hayan preguntado.				
82	Busco herramientas y recursos para conseguir mejores resultados aunque nadie me lo haya pedido.				
83	Disfruto encontrando buenas soluciones a los problemas que nadie ha resuelto todavía.				
84	Rara vez me cuestiono el valor de los procedimientos establecidos.				
85	Estoy dispuesto/a a asumir cambios temporalmente con tal de obtener posibles beneficios a largo plazo.				
86	Me cuesta adaptarme a los cambios que se producen en mi entorno.				
87	Cuando los planes se cambian improviso sin dificultad.				
88	Soy bueno/a manejando situaciones imprevistas				
89	Busco siempre el lado positivo en una situación mala.				
90	Me esfuerzo en aprovechar mis errores integrándolos en un proceso de aprendizaje.				
91	Analizo mis errores para aprender de ellos.				
92	Prefiero meterme solo en aquellos asuntos en los que tengo experiencia y conocimientos.				
93	Soy un/a buen/a perdedor/a.				
94	Cuando sufro un duro revés en un proyecto soy capaz de recomponerme y volver a empezar.				
95	Culpo a los demás cuando algo va mal.				
96	Pienso que se pueden extraer oportunidades de los problemas o situaciones difíciles.				

OBSERVACIONES

Anexo 2: Cuestionario para medir el emprendimiento social desarrollado mediante programas de Aprendizaje-Servicio en Educación Física

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Me gusta trabajar con un equipo de personas a las que coordinar.	1	2	3	4	5
2	Cuando se trabaja en grupo, prefiero ser el/la líder.	1	2	3	4	5
3	Soy una persona decidida a lograr mis objetivos.	1	2	3	4	5
4	Pienso que es necesario arriesgarme para progresar.	1	2	3	4	5
5	Creo que las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de tener éxito que las que no lo hacen.	1	2	3	4	5
6	Me gusta tomar riesgos calculados con las nuevas ideas.	1	2	3	4	5
7	Me veo capacitado/a para enfrentarme a la mayoría de situaciones.	1	2	3	4	5
8	Creo en mis posibilidades.	1	2	3	4	5
9	Me considero autosuficiente para poder conseguir lo que me propongo.	1	2	3	4	5
10	Asumo las consecuencias de lo que he dicho o hecho.	1	2	3	4	5
11	Hago cada trabajo tan a fondo como sea posible.	1	2	3	4	5
12	Prefiero trabajar con más personas.	1	2	3	4	5
13	Tengo acceso a información de apoyo para comenzar a emprender proyectos.	1	2	3	4	5
14	Me encantaría colaborar gratuitamente en una O.N.G.	1	2	3	4	5
15	Me gusta ayudar a mis amigos de clase/trabajo.	1	2	3	4	5
16	Las personas que ayudan a los demás son un ejemplo a seguir.	1	2	3	4	5
17	Por lo general cumplo muy bien con mi parte en cualquier proyecto en el que estoy involucrado/a.	1	2	3	4	5
18	Los problemas de convivencia se solucionan dialogando.	1	2	3	4	5
19	Consigo hacer las cosas de manera imaginativa y diferente a como lo hacen otras personas.	1	2	3	4	5
20	Veó nuevas utilidades en objetos comunes.	1	2	3	4	5
21	Puedo crear oportunidades y aprovecharlas.	1	2	3	4	5
22	He intervenido alguna vez en la puesta en marcha de proyectos de grupo o asociaciones.	1	2	3	4	5
23	He considerado seriamente iniciar mi propio negocio después de graduarme.	1	2	3	4	5
24	Soy capaz de formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participo.	1	2	3	4	5
25	Disfruto encontrando buenas soluciones a los problemas que nadie ha resuelto todavía.	1	2	3	4	5

26	Cuando los planes se cambian improviso sin dificultad.	1	2	3	4	5
27	Soy bueno/a manejando situaciones imprevistas	1	2	3	4	5
28	Busco siempre el lado positivo en una situación mala.	1	2	3	4	5
29	Analizo mis errores para aprender de ellos.	1	2	3	4	5
30	Pienso que se pueden extraer oportunidades de los problemas o situaciones difíciles.	1	2	3	4	5

Referencias bibliográficas

- Akhtar, A., Keith, J., & Riaz, H. (2009). Entrepreneurial inclinations of prospective teachers. *New Horizons in Education*, 56(2), 1-16.
- Aliaga, C., & Schalk, A. (2010). E²: empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, (33), 319-337.
- Alonso, F. J. (2004). *Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado*. Doctoral thesis. Valencia: Universidad de Valencia.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282. doi: 10.1177/0021886304266847
- Auerswald, P. (2009). Creating Social Value. *Stanford Social Innovation Review*, 7(2), 51-55.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23(5-6), 373-403. doi:10.1080/08985626.2011.577242
- Centros Europeos de Empresas Innovadoras CEEI. (2012). *Test del perfil emprendedor*. Retrieved from <http://ceeivalencia.emprenemjunts.es/index.php?op=65&tFM=70>
- Chell, E., Haworth, J. M., & Brearley, S. A. (1991). *The entrepreneurial personality: concepts, cases and categories*. London: Routledge.
- Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.05.001
- Cieza, J. A. (2010). El compromiso y la participación comunitaria de los centros escolares. Un nuevo espacio-tiempo de intervención socioeducativa. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 17, 123-136. doi: 10.7179/psri
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behaviour: a meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- De la Vega, I., Corduras, A., Cruz, C., Justo, R., & González, I. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- De Pablo, I., Santos, B., & Bueno, Y. (2004). Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito. In S. Roig, D. Ribeiro, V. R. Torcal, A. De la Torre, & E. Cerver, (Eds.), *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (pp. 813-830). Valencia: Universidad de Valencia.
- Enciso, J. D. (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes? *Educación y Educadores*, 13(1), 63-76.
- Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6, 27-36.
- Gil, J. (2012). *El Aprendizaje-Servicio en la enseñanza superior: una aplicación en el ámbito de la Educación Física*. Doctoral thesis. Castellón: Universitat Jaume I.
- González, J., Sánchez, P., & Jornet, J. M. (2011). *Estudio de validación por jueces de una escala para medir la competencia de compromiso en universitarios*. Paper presented at XV Congreso Nacional y I Internacional de Modelos de Investigación Educativa: Investigación y Educación en un mundo en red, Madrid.
- González, R., & Zúñiga, A. (2011). Método CEPCEs para la evaluación del potencial emprendedor. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6, 77-99.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., & Thurik, R. (2010). *What Do We Know About Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research*. (ERIM Report Series Research in Management ERS-2009-044-ORG). Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/16558>

- Huefner, J., Hunt H. K., & Robinson P.B. (1996). A comparison of four scales predicting entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1(2), 56-80.
- Kafati, K. (2012). *Cuestionario para medir la capacidad emprendedora*. Instituto Nacional de Formación Profesional. Retrieved from http://www.infomipyme.com/Docs/HN/Offline/Hn_ch_05.htm
- Langstraat, L. & Bowdon, M. (2011). Service-learning and critical emotion studies: on the perils of empathy and the politics of compassion. *Michigan Journal of Community Service Learning*, spring, 5-14.
- Lanzas, A., Lanzas, V., & Castaño, J. C. (2006). Modelo Administrativo para una unidad de emprendimiento en instituciones públicas de educación superior, caso Universidad Tecnológica de Pereira. *Scientia Et Technica*, (30), 239-249.
- Manes, N., Hatt, B. & Wideman, R. (2013). Service learning as a practicum experience in pre-service education program. *Canadian journal of higher education revue canadienne d'enseignement supérieur*, 43(1), 80-99.
- Masseti, B. L. (2008). The social entrepreneurship matrix as a "tipping point" for economic change. *St. John's University*, 10(3), 1-8.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia. (2003). *El espíritu emprendedor. Motor de futuro. Guía del profesor*, Madrid: Secretaría General de Educación y Formación Profesional.
- Moraleda, M., González, A., & García-Gallo, J. (2004). *AECs: actitudes y estrategias cognitivas sociales* (2ª ed.). Madrid: TEA.
- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el Emprendimiento. *Pensamiento y gestión, Universidad del Norte*, (27), 235-252
- Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 16(4), 579-590
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. In C. L. Cooper, y I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology* (pp. 101-141). Chichester: Wiley.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: a metaanalysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Real Academia Española. (2012). Emprender. In *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.), Retrieved from <http://lema.rae.es/drae/?val=emprender>
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic entrepreneurship journal*, 3(2), 161-194. doi:10.1002/sej.69
- Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: a different model. *International Journal of Social Economics*, 33 (5/6), 399-410. doi:10.1108/03068290610660670
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145-153. doi: 10.1037/0021-9010.86.1.145
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2004). Data-quality affects meta-analytic conclusions: a response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity. *Journal of Applied Psychology*, 89(1), 14-21. doi: 10.1037/0021-9010.89.1.14
- Summers, B., Williamson, T., & Read, D. (2004). Does method of acquisition affect the quality of expert judgment? A comparison of education with on-the-job learning. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(2), 237-258.
- Valls, N., Villa, A., Martínez, S., & Hernando A. (2009). *Emprendimiento social juvenil. 18 Buenas prácticas*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.
- Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.001
- Zahra, S. A., Filatotchev, I., & Wright, M. (2009). How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, 24(3), 248-260.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91 (2), 259-271.

Notas

- ¹ Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación; y Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO

Capella, C., Gil, J., Martí, M., & Ruiz-Bernardo, P. (2016). Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 28 169-188. DOI:10.7179/PSRI_2016.28.13

DIRECCIÓN DE LOS AUTORES

Carlos Capella Peris. Departament d'Educació Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana. Dirección de correo/e-mail: capellac@uji.es

Jesús Gil Gómez. Departament d'Educació Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana. Dirección de correo/e-mail: jegil@uji.es

Manuel Martí Puig. Departament d'Educació Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana. Dirección de correo/e-mail: puig@uji.es

Paola Ruiz-Bernardo. Departament d'Educació Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana. Dirección de correo/e-mail: ruizma@uji.es

PERFIL ACADÉMICO

Carlos Capella Peris. Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Licenciado en Ciencias de la Educación Física y el Deporte. Máster en Educación Secundaria y Doctorando en Educación Secundaria. Profesor del área de Expresión Corporal. Estudia los efectos de la aplicación del Aprendizaje-Servicio y defiende su promoción en el ámbito de la Educación Física. Autor de varios artículos, comunicaciones y ponencias en congresos y jornadas de investigación sobre dicha temática.

Jesús Gil Gómez. Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Doctor en Educación. Licenciado en Educación Física. Funcionario del cuerpo de Profesores de Educación Secundaria. Profesor del área de Expresión Corporal. Sus líneas de investigación están centradas en la innovación metodológica. Se ha especializado en el Aprendizaje-Servicio. Ha publicado libros, capítulos de libros y artículos relacionados con estas temáticas, además de dirigir y participar en congresos nacionales e internacionales.

Manuel Martí Puig. Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Doctor en Educación por la Universidad de Valencia. Profesor del área de Teoría e Historia de la Educación. Sus líneas de investigación están centradas en el aprendizaje cooperativo y en la investigación narrativa (historias de vida). Ha publicado libros, capítulos de libros y artículos relacionados con estas temáticas, además de dirigir y participar en congresos nacionales e internacionales.

Paola Ruiz-Bernardo. Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Doctora en Educación por la Universidad Jaume I. Licenciada en Pedagogía. Profesora del área de Didáctica y Organización Escolar. Sus líneas de investigación están centradas en la innovación metodológica y el desarrollo de competencias interculturales. Ha publicado libros, capítulos de libros y artículos relacionados con estas temáticas. Ha impartido cursos de formación para el profesorado.