

Capítulo 8

Análisis del Emprendimiento Deportivo desde la Perspectiva de los Emprendedores en la Región Sabana del departamento de Sucre¹

Analysis of Sports Entrepreneurship from the Perspective of Entrepreneurs in the Sabana Region of the Sucre department

Ph.D. José Ramón Sanabria Navarro²

jose.sanabria@cecar.edu.co

MSc. Manuel Cortina³

mjcortinanunez@correo.unicordoba.edu.co

Resumen

Los estudios administrativos contemporáneos identifican al emprendimiento deportivo como motor de diversos procesos económicos, sociales y culturales. La calidad del servicio que se oferta en las actividades deportivas tiene que ser, sin duda, uno de los atributos del emprendedor deportivo, aspecto poco discutido en la literatura sobre este tema. En este sentido, la presente investigación proporciona un análisis de los criterios distintivos de los emprendedores en el ámbito deportivo, considerando sus ofertas actuales en el contexto de la actividad física y las formas en que se gestionan en la región Sabana, del Departamento de Sucre. El estudio es de carácter descriptivo, con un diseño transeccional, de campo, en el cual se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario estructurado aplicado al sector objeto de estudio. Los resultados indican que la calidad del servicio brindada en los locales de emprendimientos se asocia más a las oportunidades que a las limitaciones y problemas. Por lo tanto, se considera que esta

1 El presente trabajo es parte de un proyecto de investigación institucional que financia la Corporación Universitaria del Caribe (CECAR) de Colombia, denominado Estudio del perfil emprendedor deportivo, por una cultura con salud e inclusión social en el Departamento de Sucre

2 Doctor en Ciencias de la Cultura Física, Máster en ciencias en Administración y Gestión de la Cultura Física y Deportes. Licenciado en Cultura Física y Deportes. Docente Investigador Programa Ciencias del Deporte y la Actividad Física de la Corporación Universitaria del Caribe CECAR.

3 Candidato a Doctor en educación deportiva y ciencias del deporte. Magister en fisiología del ejercicio. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deportes. Profesor Investigador Universidad de Córdoba.

variable permite al empresario superar positivamente la tanto la crisis como las adversidades que surgen en el medio ambiente. Estos emprendimientos, contribuyen al desarrollo y consolidación de una oferta social para la disminución del sedentarismo y con él, las enfermedades crónicas no transmisibles, además de coadyuvar a formar hábitos y estilos de vida saludables. La limitante del estudio estriba en que los datos obtenidos solo infieren los criterios de una parte de la población de los emprendedores.

Palabras clave: emprendimiento deportivo, calidad del servicio, actividad física

Abstract

Contemporary administrative studies identify sports entrepreneurship as a promoter of various economic, social and cultural processes. The quality of the service offered in sports activities must undoubtedly be one of the distinguishing features of the sporting entrepreneurial profile, but it is little discussed in the literature on the subject. In this sense, the research provides an analysis of the criteria of entrepreneurs in the sports sector regarding the current status of their physical activity offers and the ways in which they are managed in the Sabana region of the Department of Sucre. The methodology is developed from a structured questionnaire that included questions on an ordinal scale, applied to the sector under study. The results showed that the quality of the service offered in the business premises is associated more with talking about opportunities and not about problems. Therefore, it is considered that this variable allows the entrepreneur to positively overcome the crisis and adversities that arise in the environment. The present work exposes the study of the participation of sports entrepreneurs in the Sabana region of the Department of Sucre. These undertakings contribute to the development and consolidation of a social offer for the reduction of sedentary lifestyle and with it chronic non-communicable diseases and the creation of healthy habits and lifestyles. The limitation of the study is that the data obtained only infer the criteria of a part of the population the entrepreneurs.

Keywords: sports entrepreneurship, quality of service and physical activity

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un tema de carácter multidisciplinar con diversas áreas de actuación. No obstante, en las definiciones clásicas, el término significa comprender el descubrimiento, creación y aprovechamiento de las oportunidades que generan nuevos productos o empresas (Venkataraman, 1997; Villena, 2004). Por lo que tradicionalmente es enfocado en un sistema centrado en etapas comunes a un plan de negocio (Kantis, 2004).

En consecuencia, con lo anterior, quienes asumen el proceso emprendedor deportivo, responden a tres cuestiones fundamentales: ¿Por qué, cuándo y cómo surgen las oportunidades que generan nuevos productos?, ¿por qué, cuándo y cómo algunas personas son capaces de aprovechar estas oportunidades?, ¿cuáles son las consecuencias económicas, psicológicas y sociales para la persona y la sociedad donde se desarrolla? Estas preguntas ofrecen una visión reducida del emprendimiento, enmarcándolo apenas en la creación de nuevos productos y sus resultados. En la actualidad, este proceso trasciende esas fronteras empresariales. Es el resultado de la interacción de múltiples variables, donde evidentemente puede encontrarse la creación de empresas, innovación, redes, asunción de riesgo, entre otras. También se han incorporado nuevas denominaciones cuyo eje común es la generación de ideas, tales como el emprendedor social, con un perfil diferente a las características empresariales (Silveira y Martins, 2015).

Según las teorías sobre el surgimiento del perfil emprendedor este depende en gran medida de las oportunidades. Estas son reconocidas a partir de la percepción del ajuste entre las necesidades del mercado y los recursos a ser empleados. Para definir el tipo de oportunidad se deberán tener en cuenta los cambios del mercado, las fuentes de datos y los actores que inician esos cambios. Con todo eso, Gartner (1985) planteó que las oportunidades exigen un proceso de acción y reacción interactivo.

Basándose en estos preceptos, se puede señalar que no existe un modelo único que identifique el perfil del emprendedor (Bojica, Fuentes, Ruiz, 2012) y a su vez sea aplicable a todos los contextos. Las tendencias sociales, las características culturales, los incentivos político-legales, las condiciones climáticas, las coyunturas históricas y otras características de dimensión macro pueden cambiar el perfil de los emprendedores de una región. En sus cualidades personales también se han identificado variables como son la iniciativa, visión, coraje, firmeza, decisión, actitud humana de respeto, capacidad de organización y dirección (Leite, 2000), entre otras.

A pesar de que la literatura muestra diversos aspectos en cuanto a las características empresariales, los más estudiados son la necesidad de reconocimiento, seguridad, autorrealización, innovación, persuasión, disposición al riesgo y perseverancia. Por lo que no existe una evidencia concreta que muestre el estudio de la autoconfianza dentro de este tema con un enfoque empresarial. En cambio, el estudio de la confianza está siendo enfocado hacia la interpersonalidad, su importancia en el desempeño empresarial, en las relaciones de trabajo y en el crecimiento de los negocios

(Nayme, Fischer y Mazzon, 2006; Fundão y Pires, 2014; Silva y Vasconcellos, 2014; Strobino y Texeira, 2014).

El emprendedor tiene que ser una persona con ideas innovadoras, que desarrolla y comercializa en el mercado, al percibir una oportunidad crea un nuevo negocio (Schumpeter, 1934; Bygrave y Hofer, 1991), es una figura necesaria en el desarrollo económico y social de una región. Ligado a la orientación emprendedora, factor importante en el desempeño empresarial (Walter, Auer, y Ritter, 2005; Rauch, Wiklund, Lumpkin, y Frese, 2009), no puede dejar de ser abordado en lo que refiere al sector deportivo, que para muchos países como México, España, Colombia y Cuba, constituye una fuente económica importante. Pero el proceso emprendedor no puede ser fortuito; sin la educación, pues en ella yace la responsabilidad central de identificar y fomentar a los que pueden ser emprendedores, y bajo dicha teoría se centra esta investigación. La enseñanza del emprendimiento deportivo depende en general de la educación, el contexto y la actividad del espíritu empresarial, la relación universidad-empresas y empleabilidad del posgrado (Pittaway y Cope 2007; Sascha, Walter y Dirk, 2009).

Según el Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2016), la educación está estrechamente vinculada con el crecimiento de emprendimiento, por ello, la educación empresarial es cada vez más común en las instituciones de enseñanza de todo el mundo; existiendo una creciente demanda de conocimiento sobre el proceso emprendedor, y lo que este significa para la creación de empresas en la actualidad.

Los primeros estudios realizados en el campo del emprendimiento estuvieron centrados en la figura del emprendedor, enfocándose en sus características sociodemográficas y psicológicas. Para Gartner (1985), el emprendedor tiene características individuales, las cuales permiten identificarle entre sus diferentes tipos (Amit, 1994). Entre las variables que permiten esta caracterización se analizan la experiencia profesional como un factor clave en la habilidad de crear el negocio (Shabbir y Di Gregorio, 1996; Catley y Hamilton, 1998) y la educación como una característica de impacto sobre la entrada inicial y evolución de la empresa (Brush, De Bruin, y Welter, 2009).

También es necesario tener en cuenta que las políticas destinadas a promover el crecimiento económico tienen implicaciones importantes en este sentido, por lo que el gobierno posee un papel esencial en impulsar el emprendimiento (Méndez, Galindo, y Ribeiro, 2012; Dodd, Hynes y Ribeiro, 2012). En Latinoamérica los emprendedores son actores importantes para

el desarrollo productivo. Contribuyen de manera significativa a la generación de empleo y sus negocios están sujetos a la demanda interna. Estos emprendimientos se caracterizan por un bajo coeficiente de exportaciones directas. Se trata de un universo heterogéneo que abarca desde micro y pequeñas empresas de subsistencia hasta medianas empresas competitivas y con capacidad exportadora (Buitelaar, 2010).

El emprendimiento deportivo tiene como principal antecedente el ámbito empresarial y económico, todo su aprendizaje proviene de las teorías de la administración y de echo pertenece a esta área, pero con otro perfil de aplicación, por eso en esta investigación se utilizan los términos referentes a la administración de empresas deportivas área en que se desenvuelve este trabajo.

El emprendimiento deportivo en el mundo tiene un papel muy importante que vas más allá de la recopilación de fondos y el esparcimiento empresarial y es que tiene las responsabilidades sociales de disminuir los altos índices de sedentarismo, disminuir las enfermedades crónicas no transmisibles, compensar a los enfermos con estas patologías, potenciar hábitos y estilos de vidas saludables, con todo esto mejorar la calidad de vida y la inclusión social en el desarrollo del individuo, la familia y la sociedad.

Colombia posee diversos programas de actividad física como política institucional de Coldeportes pero ninguna que regule o asesore metodológicamente la creación de emprendimientos deportivos o los programas que se ejecutan diariamente en ellos, las ofertas que se brindan o las formas en que se ejecutan. Por todo lo anterior se hace necesario hacer un análisis de los emprendimientos deportivos en la región Sabana de Departamento de Sucre, para observar la perspectiva de los emprendedores, saber el estado en que se encuentran los mismos, los criterios y preparación que tienen los gestores y dueños de estos emprendimientos deportivos, ver su formación y preparación actual. Considerando lo anteriormente expuesto se presenta a continuación el problema científico de esta investigación.

Problema científico

¿Cuál es el estado actual del emprendimiento deportivo en la región Sabana del Departamento de Sucre desde la perspectiva de los emprendedores?

OBJETIVOS

Objetivo General

Caracterizar el emprendimiento deportivo desde la perspectiva de los emprendedores en la región Sabana del Departamento de Sucre.

Objetivos Específicos

- Identificar los elementos que están presentes en las acciones del emprendimiento deportivo.
- Determinar las ofertas de emprendimiento deportivo en la región Sabana del Departamento de Sucre.
- Diseñar un modelo teórico del emprendimiento deportivo según los emprendedores en la región Sabana del Departamento de Sucre.

Análisis Teórico

A continuación se presentan diversas posturas teóricas en relación con el emprendimiento, partiendo desde algunas consideraciones históricas que marcan pautas para entender dicho fenómeno desde un contexto social, político, económico. Ello servirá de base para comprender el enfoque de este estudio. Es oportuno iniciar este apartado con los postulados Knight, en 1921, el economista expresaba que el sujeto económico tenía un conocimiento del futuro, lo cual sería admisible únicamente en una situación de competencia perfecta y puramente estática, no obstante, esta posición con la cual trataba de evadirse de la tradición clásica, fue desdeñada pues es una mala descripción del mundo real donde imperan los entornos de incertidumbre (Chamorro, Zapata, y Montenegro, 2008).

Seguidamente, Schumpeter en sus estudios y seminarios, utiliza el término emprendedor para referirse a los sujetos que, con sus acciones, causan inestabilidades en los mercados, consideró a los emprendedores como agentes de cambio y desarrollo económico. Percibe la economía de mercado en un equilibrio, que el emprendedor, de manera inteligente y disruptiva rompe, para crear nuevos servicios o productos; abrir un nuevo mercado (Herrera, 2014; Formichella, 2002).

Schumpeter señala que los emprendedores tienen como función reformar o revolucionar los patrones de producción al explotar una invención o una posibilidad técnica no probada, combinando alternativas para producir nuevos productos o uno viejo, presentado de una nueva manera; o bien, proveer de una nueva fuente de insumos o reorganizar una industria, por lo

cual, lo considera una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve innovaciones (Formichella, 2002).

Ya en el siglo XX la Escuela Neoclásica, de la mano del economista británico Alfred Marshall (1842-1949), reconocía la importancia del emprendimiento y de los emprendedores, como personas indispensables para el proceso productivo en tanto que eran los encargados de elaborar nuevos productos y mejorar los planes de producción. De este modo, Marshall y Keynes consideran al emprendedor como "trabajador superior", capaz de ser líder natural, con conocimiento profundo del entorno en el que se desarrolla, consiguiendo cambios significativos en la oferta y la demanda y capaz de crear futuro, señalando "todos los emprendedores poseen características similares, pero a la vez son diferentes y su éxito depende del entorno donde desarrollen sus ideas de negocio" (Keynes, así como es citado por Jiménez, 2015, p. 10).

En este orden de ideas, Knight realizó aportaciones significativas, entre ellas, considerar la incertidumbre y el riesgo como elemento esencial de la actividad empresarial. Señaló que el empresario, estimulado por las posibles compensaciones, asume riesgos; el beneficio es la recompensa por asumir el riesgo que implica adquirir factores de producción a un precio y hacer previsiones sobre una demanda futura incierta, la cantidad que podrá vender e igualmente el precio que ha de fijar por esos bienes o servicios ofrecidos. De igual modo, Knight define el beneficio como un beneficio residual (no se conoce con seguridad). El empresario corre el riesgo en relación a sus previsiones sobre la demanda, las cuales pudieran no cumplirse y, en función de ello, no se alcancen sus objetivos y por lo tanto generarían pérdidas. Asimismo, el empresario tiene unos costos ciertos y unos ingresos inciertos que dependerán igualmente del cumplimiento o no de sus previsiones. Por otra parte, Knight establece dos funciones diferentes en la empresa: la de empresario, quien asume el riesgo y quien elige a la persona que dirigirá la empresa, y el director, encargado de dar órdenes de gestión en la empresa y desempeña la función de organización; el empresario en ocasiones puede ser también el director (Castro, Saavedra, y Camarena, 2015)

Según los autores mencionados previamente, Knight clasifica las funciones principales del empresario: realiza innovaciones, lleva a cabo continuos y sistemáticos procesos de adaptación al entorno y es especialista en el manejo de incertidumbre. Es oportuno mencionar que Knight y Marshall señalaron la capacidad de innovación como una característica del empre-

sario, siendo esta la característica que, en la actualidad, más distingue a un emprendedor.

Por su parte, De Vries, en 1977, consideró necesario adicionar la toma de riesgo como una dimensión: el emprendedor no solo arriesga su capital económico, sino también su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso. (Castro et al., 2015), a esto Stevenson, añadió en 1983, entre sus potencialidades el emprendedor puede ver situaciones o elementos no captadas por otros, pero además, al ver las oportunidades, sin importar los recursos que tiene, ejecuta acciones en torno a esta oportunidad en aras de alcanzar sus metas (Herrera, 2014).

Otro importante autor en el tema es Gifford Pinchot, quién popularizó el término *entrepreneur* en su libro *Intrapreneuring*, en 1985. Según este autor los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados (Formichella, 2002).

En este contexto, no pueden dejarse de lado los aportes de Peter Drucker, según Formichella (2002, p.13), Drucker, quien se posiciona como uno de los autores más importantes en el tema, define al *entrepreneur* como:

Aquel empresario que es innovador (y al *entrepreneurship* como el empresariado innovador), aclarando la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Siguiendo con las ideas previas, Gartner (1985), expresa que los modelos utilizados para interpretar el emprendimiento deben ser modelos interdisciplinarios, de modo que tomen en cuenta la diversidad de variables inmersas en el emprendimiento, entre ellas, las económicas, psicológicas, sociales y culturales; también deben percibir la complejidad de las personas, que existen diversos tipos de emprendedores así como maneras de emprender y características empresariales a considerar.

Según lo señala Drucker, el empresariado innovador percibe el cambio como norma saludable, lo busca, responde a él y lo explota como una oportunidad y a su vez, propicia la innovación, no obstante, no necesariamente es él quien ejecuta los cambios (Formichella, 2002). El emprendedor tiene una atracción hacia el riesgo y un deseo de controlar todo lo que hace, estudiar los mecanismos utilizados que sean exitosos. De manera que

la personalidad emprendedora se pone al servicio del comportamiento de los emprendedores (Gartner, 1985, Jiménez, 2015).

Johnson y Loveman, por su parte, demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito y que, así como otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tiene como principal recurso la figura del emprendedor, es lógico que el espíritu emprendedor sea uno de los nuevos campos de investigación en la Administración de Empresas (Castro et al., 2015).

En 1998, Timmons, considera la definición de los términos emprendimiento, emprendedor y emprender enfocada a preguntar: ¿Cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean más operacionales? Para ello se requiere analizar el comportamiento que se deriva del "espíritu emprendedor" (Carmen y Viveros, 2011).

Para Cantillon el *entrepreneur* es un agente comprador de medios de producción; los compra a ciertos precios y después de combinarlos en forma productiva, obtiene un nuevo producto. Estos rasgos lo distinguen de otros agentes, pues el emprendedor, en particular, no posee un retorno seguro, es él quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998; Formichella, 2002).

Otra gran aportación introducida en esta línea de pensamiento, es la realizada por el economista Arnold Harberger, quien explica con gran claridad la contribución que el emprendimiento hace a la economía. Considera que el desarrollo económico deriva de la reducción de costes por unidad producida, y es aquí donde interviene la labor del emprendedor puesto que, son precisamente estos emprendedores los que hacen posible la reducción de los costes mediante la introducción de innovaciones y nuevas creaciones que a su vez generan mejoras tecnológicas y de producción. Gracias a la labor de investigación e innovación elaborada por los emprendedores, los empresarios cuentan con mejores equipos, mejores factores de producción y mejores tecnologías que facilitan sus funciones, siendo más eficaces, y de este modo contribuyen al desarrollo económico (Harberger, 1998; Jiménez, 2015).

El crecimiento económico puede potenciarse tanto a través de variables económicas como sociales, pero tanto en una como en otra variable el papel del emprendedor es imprescindible. Esto se debe a que la ausencia de personas capaces de arriesgarse para desarrollar nuevas ideas impediría el crecimiento de las empresas y con ello de la economía en general. Sin embargo, no se trata únicamente de una relación de carácter unilate-

ral puesto que cuando un determinado emprendedor triunfa no sólo sirve de ejemplo para futuros emprendedores, sino que además genera nuevas oportunidades de empleo (Holcombe, 1998; Jiménez 2015).

Más adelante, los avances tecnológicos introdujeron nuevos cambios como el desarrollo del sector servicios, lo que produjo un gran impacto en la economía. Lo que, con el tiempo, ha hecho que las empresas de hoy en día cuenten con avanzados medios de procesamiento de la información lo que permite adecuada transformación y aplicación de los conocimientos. Con el desarrollo de nuevas tecnologías, los conocimientos evolucionan quedándose rápidamente obsoletos. La interconexión entre los diferentes mercados es cada vez mayor, al mismo tiempo que el periodo de vida de los avances tecnológicos cada vez son más cortos. Con todo, los cambios traen consigo nuevas oportunidades. Es por este motivo, que los avances tecnológicos e innovación deben ser considerados recursos especiales, como si se tratase de un bien público (Granstrand, 1998; Jiménez 2015).

En 1999, Pinchot, al hacer referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas y referirse a su espíritu empresarial utilizó el término *intrapreneurship*. De este espíritu, emanan las iniciativas de proyectos y negocios, es por ello que, en el contexto empresarial, el emprendedor posee un rol relevante; en su conjunto, los intraemprendedores, conforman un pilar fundamental para que la empresa crezca, dado que aportan su visión, su compromiso, su investigación, para hacer que una idea se desarrolle comercialmente; esto es vital pues, muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo (Formichella, 2002).

El entorno económico se caracteriza por una galopante inestabilidad, marcada por la globalización de los mercados y la economía del conocimiento, lo cual, repercute en la dirección empresarial y por ende en las estrategias empresariales, conllevando a la revaluación de los principios que sustentaban la competitividad-precio, para darle paso a la competitividad estructural, así como a una nueva estructura del comercio mundial. La nueva competitividad estructural es una estrategia que le permite a las empresas ser innovadoras y a su vez rentables, llevando exitosamente el resultado de sus innovaciones al mercado. El eje central de esta competitividad estructural está basada en procesos de innovación tecnológica, es el factor relevante de la estrategia empresarial, para garantizar el éxito, acompañado del servicio, la calidad, la entrega y el precio, (Rosales, 1990, Lall, 2000 y Naranjo, 2010), todo ello ha de estar apoyado en la gestión del conocimiento.

Formichella (2002), menciona a Ludwig Von Mises como a otro autor que logró acuñar importantes aportes a la teoría de emprendimiento, este autor, identifica tres características esenciales para que un sujeto sea considerado emprendedor: (a) el emprendedor es un evaluador visionario; calcula beneficios y costos numéricos previo a la toma de decisiones, y en este proceso descubre nuevas necesidades o factores de producción así como proyecta futuros escenarios en cuanto al mercado; (b) tiene carácter de empresario, el emprendedor construye estrategias para utilizar los factores de producción productivamente; (c) sabe manejarse en entornos de incertidumbre estructurada.

La autora previamente citada hace una síntesis de las ideas de diversos autores para enriquecer la definición de "entrepreneur": es un líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, capaz de movilizar y potencializar recursos; su alcance trasciende lo individual, trayendo cambios para toda la sociedad, al punto que, según las teorías que ella estudia un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

Un estudio realizado por la firma Ernst & Young (EY) entre 685 emprendedores (Ernst & Young, 2011) arrojó información relevante respecto a las características de los emprendedores, destacando su mentalidad y sus habilidades, además de los siguientes hallazgos: la mayoría de ellos son jóvenes, 33% de los encuestados afirman que tener experiencia laboral previa como empleado es un factor de éxito y 30% que atribuye su éxito a poseer educación superior. Lo anterior se explica si se considera que entre los 20 y los 29 años, la mayor parte de los jóvenes no tienen aún compromisos familiares que limiten su interés y los cohiban en la toma de riesgos, y entre los 30 y los 39 años, aun teniendo familia, se cuenta con experiencia laboral y cierto capital que incentiva a tomar el riesgo.

La encuesta arroja que la educación superior es un factor de éxito, facilitando una buena orientación hacia el desarrollo de la capacidad innovadora y la vivencia de un entorno creativo, lo que motiva a un gran número de estudiantes a desarrollar actividades de emprendimiento que derivan en nuevas empresas. Cabe aclarar que hay casos extremos en los que la universidad no fue un elemento clave en la formación del emprendedor exitoso, como es el caso de Gate, Dell, Zuckerberg que dejaron la escuela para alcanzar el éxito con el desarrollo de sus innovaciones (Castro et al., 2015).

Desde la perspectiva educativa, la evolución del deporte, a finales del siglo XIX e inicio del XX, continuó ligada a la educación, apoyada en teorías de grandes pensadores para la educación y la educación física, como Rousseau, Pestalozzi, Fröeber, Montessori y Dewey y por la creación de más clubes, federaciones de diversas modalidades deportivas, además de campeonatos, a nivel local, regional, nacional e internacional (Acosta, 2012).

En cuanto al emprendimiento deportivo, según Ball (2005), el espíritu emprendedor es un motor de cambio, innovación y empleabilidad en estas industrias y es crucial para satisfacer las demandas de los consumidores, las cuales cambian rápidamente en estos sectores. El espíritu emprendedor es, por tanto, especialmente fundamental en el sector deportivo, ya que los cambios que rápidamente se producen en las demandas y expectativas de los consumidores, hacen necesario una innovación constante de las empresas, organizaciones o instituciones para cumplir y con suerte, superar esas demandas y expectativas tan cambiantes (González-Serrano, Valantine, y Crespo, 2014).

Para Covell, Walker, Siciliano, y Hess (como es citado por Mercado y Forero, 2013), las organizaciones deportivas producen bienes o crean servicios que no podrían ser provistos por un solo individuo, pues solamente podrían desarrollarse por medio de un esfuerzo conjunto, mediante la organización de grupos de personas, debido a la enorme cantidad de tareas y responsabilidades que esto implica y a la complejidad de las mismas. De modo que, será la administración deportiva la encargada del proceso de planificación y del cumplimiento de metas, independientemente de cuál sea la naturaleza específica de cada organización.

Según Ratten (como es citado por González-Serrano, et al., 2014), las disciplinas de emprendimiento y gestión del deporte han crecido significativamente en la última década, ya que el espíritu emprendedor es una parte integral de la gestión deportiva y crea una ventaja competitiva para las personas y organizaciones que participan en el deporte.

Estos autores señalan que el emprendimiento en el deporte es un conjunto de valores que ejercen influencia en la propensión de crear o desarrollar actividades innovadoras en las organizaciones o individuos. Por tanto, el emprendimiento en este ámbito, se describe de forma general por los comportamientos de innovación, toma de riesgos y pro actividad dentro del contexto deportivo.

De acuerdo con Rateen, citado por González-Serrano et al. (2014), este fenómeno en el deporte involucra los procesos, las prácticas y decisio-

nes que crean actividades de las cuales devienen el desarrollo de nuevos productos, servicios o mercados.

La industria del deporte es una de las más globalizadas del mundo, esta emplea un gran número personas de forma directa e indirecta (Ratten, 2012), además, es un negocio emprendedor por naturaleza, especialmente en el contexto internacional, ya que este sector cambia constantemente para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado (Ratten y Ratten, 2011). Pese a su talante emprendedor, el deporte ha sido estudiado desde diferentes disciplinas académicas incluyendo la psicología, la economía y el marketing, pero solamente recientemente ha sido discutido desde un paradigma emprendedor (González-Serrano et al., 2014).

Para estos últimos autores citados, ser emprendedor en el sector deportivo no significa solamente ser propietario de franquicias o empresas de deportes profesionales. La industria del deporte implica una amplia variedad de sub-empresas, tanto de grandes como de pequeños tamaños. Por ejemplo, hay propietarios de instalaciones de clubes de salud, campos de deportes y operadores de instalaciones, propietarios de ligas, propietarios de tiendas de artículos deportivos, agencias de venta de entradas de deportes.

Este pensamiento supone la apertura hacia un nuevo modelo en el que broten iniciativas hacia el emprendimiento en todos los niveles de la sociedad. Fruto de ello es que las instituciones y políticas en la actualidad estén favoreciendo la creación y el desarrollo de la capacidad emprendedora, y por ende, esta cobra relevancia (González-Serrano, et al., 2014).

Como se aprecia de lo anteriormente expuesto, las teorías del emprendimiento son diversas y transitan por varias etapas, por lo que se hace necesario hacer un resumen de ellas, para de esta forma ir organizando la teoría y las etapas de evolución. Es importante ir destacando los principales aportes de cada una por etapas, y como cada cual fue logrando objetivos de desarrollo en cada uno de esos años.

A continuación, se evidencia el contenido abordado anteriormente en las etapas de una forma resumida a través de una línea de tiempo para su mejor comprensión y entendimiento, esto permitirá organizar el resultado del surgimiento y desarrollo del emprendimiento deportivo, para de esta forma potenciar sus aspectos en el desarrollo de esta investigación, tomar en cuenta posibles, variables, dimensiones e indicadores, de vital importancia en el diseño de los instrumentos de recolección de información (Tabla 1).

Tabla 1.
Línea de tiempo de los antecedentes del emprendimiento deportivo.

Siglo XIX (1800 a 1899)	En este año se opinaba sobre la influencia de las organizaciones deportivas, dentro de la administración deportiva, los autores más destacados fueron Covell, Walker, Siciliano y Hess en el 2007 considerando que es aquella que se encarga de que la organización pueda cumplir sus metas.	Para este año el emprendimiento tuvo un crecimiento significativamente en la última década, según Ratten (2010) considera al espíritu emprendedor como la parte integral de la gestión deportiva y crea una ventaja competitiva para las personas y organizaciones que participan en el deporte.	Varios autores se enfocaban más en el emprendimiento deportivo. Ratten 2012, afirmó que el emprendimiento en el deporte es un conjunto de valores que ejercen influencia en la promoción de crear o desarrollar actividades innovadoras en las organizaciones o individuos.	(2014 – 2018) Hoy en día pensadores reflejan lo que es un emprendedor en el ámbito del deporte, que, para González-Serrano en el 2014, no significa ser solamente propietario de franquicias o empresas de deportes profesionales.
-------------------------	--	--	---	---

METODOLOGÍA

Se reconoce esta investigación en el marco del paradigma positivista ya que específicamente se buscan los hechos y causas relacionadas con el estado del emprendimiento deportivo en la región Sabana del Departamento de Sucre desde la perspectiva de los emprendedores. Sus acciones en este sentido y los procedimientos utilizados.

La investigación posee un enfoque cuantitativo. El tipo de investigación es descriptiva porque se describe la realidad del emprendimiento tal y como es observada en la práctica. Correlacional porque se cruzan las variables objeto de investigación para ver su relación, validación y su interdependencia para posterior tratamiento dentro del modelo que se propone.

Dentro de los métodos estadísticos tenemos el inferencial descriptivo para determinar el análisis de los resultados del procesamiento de los instrumentos de recolección de información, específicamente se utilizó como herramienta de apoyo el programa estadístico SPSS 21.0 de Windows. Otras técnicas utilizadas fueron la entrevista, la encuesta y la observación directa.

La muestra quedó representada por 64 emprendedores deportivos de la sub región Sabana del Departamento de Sucre. La muestra es intencional. Los criterios de intencionalidad fueron ser emprendedores deportivos de la región Sabana y estar activo físicamente y mentalmente para contestar la encuesta. El tamaño de la muestra es calculado en base a las fórmulas de los clásicos Fisher (1954) y Cruz Roche (1994).

Caracterización de la muestra

La caracterización de la muestra (64 sujetos) parte de tres indicadores que se exponen a continuación, la edad, sexo y la profesión, de los cuales se hace un análisis para mostrar la realidad objeto de estudio en cuanto a los emprendedores deportivos de la subregión Sabana del Departamento de Sucre. La edad de los emprendedores, arroja 52% entre 27 y 45 años, seguido de 27% entre los 46 y 60 años, otros datos son el 21% entre las edades de 16 a 26 años y 2% de sujetos con más de 60 años, se demuestra de forma general que poseen una madurez en cuanto a responsabilidad para dirigir estos emprendimientos (Tabla 1).

Tabla 1

Edad promedio de los emprendedores deportivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	16-26	13	20,3
	27-45	33	51,6
	46-60	17	26,6
	+60	1	1,6
	Total	64	100,0

Fuente SPSS 21.0

El sexo es otro indicador importante ya que partiendo del mismo se puede observar el tema de la igualdad y equidad de género en los emprendimientos deportivos en la subregión. Teniendo en cuenta este indicador podemos decir que el 92% de los emprendedores deportivos de la Subregión de la Sabana son hombres y solo el 8% son mujeres lo que puede estar dado a elementos como la atención del hogar, o la falta de motivación por los temas de la cultura física, o la igualdad y equidad de género en los temas deportivos (Tabla 2).

Tabla 2

Sexo de los emprendedores deportivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	5	7,8
	Masculino	59	92,2
	Total	64	100,0

Fuente SPSS 21.0

La profesión también es interesante sobre todo para observar si los emprendedores deportivos poseen el perfil que desempeñan, ya que teniendo en cuenta este elemento podemos identificar el nivel de empirismo en los locales y en la oferta que se brinda a la población. Qué tipo de sectores sociales están potenciando los emprendimientos deportivos. Teniendo en cuenta lo anterior podemos decir que el 52% de los que asisten poseen empleos informales, por lo que su fuente de ingreso no es constante sin embargo priorizan el tema de la actividad física aunque desconocen profesionalmente la forma en que se trabaja, el 36% son profesionales por lo que distribuyen los tiempos de su trabajo con el del emprendimiento deportivo, el 8% son técnicos que también alternan el trabajo con el emprendimiento y 5% estudiantes por lo que utilizan esta oferta en gran medida financiada por sus padres (Tabla 3).

Tabla 3

Profesionales de los emprendedores deportivos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Profesional	23	35,9
	Técnico	5	7,8
	Estudiante	3	4,7
	Empleo Informal	33	51,6
	Total	64	100,0

Fuente SPSS 21.0

Otro indicador que caracteriza la muestra es el año de creación de los emprendimientos deportivos lo que nos dará una visión general sobre cuando fue el año que más se crearon, lo que significa un auge de la actividad física mediante la conciencia de la importancia de la misma, o de las necesidades económicas y el escaso trabajo que llevo a algunos a crear nuevas ideas de entradas de dinero. Cual quiera que sea la hipótesis el 16% de los emprendimientos se crearon en el año 2016, el 12% en el 2015, el 11% en el 2014, el 9% en el 2012, el 8% en el 2013 y el 2017%, el resto tienen valores del 2 al 5% entre los años 1989 y 2011. Por lo que podemos decir que el auge de los emprendimientos deportivos en la Subregión de Sucre, ha sido a partir del año 2012 y hasta la actualidad, lo que genera una cultura de la actividad física más consiente en la población además de la facilidad del cese del conflicto armado de Colombia en esta zona de la costa (Tabla 4).

Tabla 4

Creación de los emprendimientos deportivos por años

	Años	Frecuencia	Porcentaje
Válido	1989	1	1,6
	1990	1	1,6
	1997	1	1,6
	1998	1	1,6
	1999	1	1,6
	2000	4	6,3
	2001	1	1,6
	2002	1	1,6
	2004	2	3,1
	2005	1	1,6
	2008	2	3,1
	2009	2	3,1
	2010	3	4,7
	2011	2	3,1
	2012	6	9,4
	2013	5	7,8
	2014	7	10,9
	2015	8	12,5
	2016	10	15,6
2017	5	7,8	
	Total	64	100,0

Fuente SPSS 21.0

Se hace necesario en esta caracterización de la muestra especificar los lugares donde residen los emprendimientos y donde se desenvuelven los mismos en aras de aportar una caracterización muestral más específica (Tabla 5).

Tabla 5

Municipios donde residen los emprendimientos deportivos de la región Sabana del Departamento de Sucre.

	Municipios	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sincé	7	11
	Betulia	3	4
	El Roble	1	2
	Sampues	10	16
	Buenavista	2	3
	Galera	5	8
	San Pedro	4	6
	Los Palmitos	3	5
	Corozal	29	45
	Total	64	100

Fuente SPSS 21.0

Instrumento de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación, otro elemento importante es la identificación de las variables, las cuales pueden asumir valores y características diferentes (Dancey y Reidy, 2006). Se diseñó un cuestionario estructurado que incluye preguntas relativas al comportamiento de las variables del estudio, se dirige a develar el nivel de aceptación y concordancia de los emprendedores deportivos de la subregión de la sabana del departamento de Sucre, respecto a las 15 variables identificadas en el marco teórico (V1, ..., V15) sobre el perfil del emprendedor deportivo (PEDI), la variable Inclusión social (IS) y la sociedad deportiva con salud (SDS). La escala de concordancia está determinada en una escala ordinal que va desde "1=Desacuerdo Totalmente" hasta "7=Concuerdo Totalmente" siendo "4= Ni concuerdo ni desacuerdo" opción media. Su aplicación es también conocida como escala likert, dada por el hecho de la alta confiabilidad obtenida en estudios anteriores (Pullés, Gutiérrez y Llorens-Montes, 2013), contrastada con una escala multi-itens (Bojica et al., 2012).

La escala que se propone fue validada según la fiabilidad utilizada en el procesamiento estadístico con la técnica SPSS 21.0 que arrojó resultado de 99.8% de validez y eso lo demuestra también el alfa de Cronbach con valor de 0.964. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento (a) (Tabla 6 y 7).

Tabla 6

Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	64	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	64	100,0

Fuente SPSS 21.0

Tabla 7

Validación de la escala de evaluación

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,784	0,803	43

Fuente SPSS 21.0

En igual medida, se incluyen preguntas con variables cuantitativas de control, con el objetivo de supervisar las respuestas de escala ordinal. Uno de los criterios que se tendrán en cuenta en el inicio y el desarrollo de la investigación es el criterio de la subjetividad que puede en investigaciones de naturaleza social limitar el resultado de percepción de los emprendedores que conformaran la muestra (Xavier, Martins y Lima, A. 2008).

RESULTADOS

El análisis de los resultados de la investigación parte del procesamiento de los instrumentos de recolección de información, en este caso de la encuesta establecida para los emprendedores deportivos de la subregión de la Sábana del Departamento de Sucre. El análisis se realizará por cada una de las variables propuesta, la tabulación y resultado del procesamiento de la información fue mediante la utilización de la técnica SPSS 21.0. (Anexo 1).

Antes del análisis de los resultados del diagnóstico se hace necesario presentar la validación de los indicadores que se van a utilizar para esto se hace un estudio con la técnica estadística SPSS 21.0, específicamente un análisis factorial de los indicadores utilizados en la investigación para de esta forma validar la unidimensionalidad del estudio.

El análisis del KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett con un resultado de 0,781 evidencia la excelencia en los indicadores seleccionados en la determinación de un factor que explica el emprendimiento deportivo, ya que esta prueba debe otorgar valores por encima de 0,6 para que sea validada, además de un 0.000 de significación, elemento que también se evidencia. Esto permite establecer que efectivamente las variables establecidas explican un único factor denominado emprendimiento deportivo pues se extrajo un solo componente con cargas factoriales superiores a 0.50 (Tabla 8).

Tabla 8
Análisis Factorial de los indicadores

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,781
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	134,737
	Gl	15
	Sig.	0,000
Eficiencia del servicio	0,822	
Ambiente Laboral en el servicio	0,805	
Calidad del servicio	0,732	
Profesionalismo en el servicio	0,728	
Rapidez del servicio	0,710	
Cortesía en el servicio	0,623	

Método de extracción: análisis de componentes principales. Fuente: SPSS 21.0

Después de haber realizado la validación de la escala de evaluación de los instrumentos de recolección de información, y de validar los indicadores que se tendrán en cuenta para evaluar el emprendimiento deportivo en la subregión Sabana desde la perspectiva de los emprendedores, se referencian los principales resultados por indicador de la caracterización realizada.

Idioma. Este indicador se toma como importante ya que es una de las barreras de la comunicación el poco dominio de pocos idiomas por parte de la sociedad, si el emprendimiento va bien y tiene que expandirse a otras regiones, o donde se inscriba algún extranjero, se podría ver afectado la

calidad del servicio y la comunicación con el cliente. Teniendo en cuenta estos elementos se referencia que 91% de los emprendedores deportivos no manejan ningún idioma, 8% habla o entiende el inglés y 2% en igual medida el francés (Tabla 9).

Tabla 9

Referencia del dominio de idiomas de los emprendedores deportivos

Idiomas		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ninguno	58	90,6
	Inglés	5	7,8
	Francés	1	1,6
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Los servicios deportivos ofertados. Este indicador es importante porque demuestra si se toma en cuenta la demanda de los clientes en función de la oferta, por lo que se hace necesario su estudio. Además, es necesario en función de esto organizar la capacitación de los responsables de las áreas dentro del emprendimiento deportivo. Este indicador es uno de los que capta más clientes, sobre todo porque estos esperan ser atendidos correctamente y que se tomen en cuenta sus necesidades. Partiendo de lo anterior referimos que el 83% de los servicios que se ofertan están relacionados con el entrenamiento deportivo, el 12% con la actividad física y un 5% con la recreación.

De forma general se necesita potenciar las capacitaciones en estas áreas teniendo en cuenta que la mayoría de los dueños y entrenadores son empíricos y no son profesionales del área como se demuestran en tablas anteriores (Tabla 10).

Tabla 10

Servicios deportivos ofertados

Ofertas		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Entrenamiento deportivo	53	82,8
	Recreación	3	4,7
	Actividad física y salud	8	12,5
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Servicios deportivos demandados. Este indicador resulta necesario porque teniendo en cuenta estos criterios los emprendimientos deportivos en la región pueden ser más rentables y cumplir con una mayor satisfacción de necesidades por parte de los clientes, ya que ellos pagan por recibir un servicio acorde a sus necesidades. Teniendo en cuenta este criterio podemos decir que el 83% de la demanda es en función de los servicios de entrenamiento deportivo, 12% en actividad física y 5% en recreación. Por lo que coincide la demanda con la oferta, pero debemos tener en cuenta que estos criterios son desde la percepción de los emprendedores (Tabla 11).

Tabla 11

Servicios deportivos demandados

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Entrenamiento deportivo	53	82,8
	Recreación	3	4,7
	Actividad física y salud	8	12,5
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Promoción de los servicios a través de la promoción. Este es un indicador que mezcla la promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio en este caso los servicios de emprendimiento deportivo. Teniendo en cuenta este referente podemos decir que el 23% de los clientes se enteran de los servicios de los emprendimientos por internet, el 20% por tarjetas de presentación, el 19% a través de terceros, el 14% directamente en el local, el 12% por clientes repitentes y el 11% directamente en el local (Tabla 12).

Tabla 12

Promoción de los servicios a través de la promoción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	15	23,4
Tarjetas de presentación	13	20,3
Cliente repitente	8	12,5
Cara a cara	9	14,1
Tercero	12	18,8
Directamente en el local	7	10,9
Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Rapidez del servicio. Una de las principales claves en el servicio al cliente es la rápida atención. Para dar un buen servicio al cliente, no basta con atenderlo con amabilidad, sino que también es necesario atenderlo con rapidez. Una atención de excelente calidad podría quedar arruinada si se le hace esperar de más al cliente. Teniendo en cuenta lo anterior es que este se toma en cuenta este indicador que se debe tener en cuenta por parte de los emprendedores deportivos. Se parte de 50% de criterios de excelencia en cuanto a la rapidez del servicio por parte de los emprendedores deportivos de la región, 37% de muy bueno, 8% de bueno, el 3% de regular y el 2% de malo. Lo anterior no demuestra la realidad total del indicador por lo que en otros capítulos se ofrecen otros puntos de vista con respecto a este indicador específicamente desde la perspectiva de los clientes y los investigadores (Tabla 13).

Tabla 13

Rapidez del servicio.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	1,6
	Regular	2	3,1
	Bueno	5	7,8
	Muy bueno	24	37,5
	Excelente	32	50,0
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Calidad del servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencias que se den entre las expectativas, deseos y necesidades del cliente respec-

to de lo que recibe. Por eso este indicador se trabaja en esta investigación como uno de los más importantes en el desarrollo del emprendimiento deportivo en la subregión de la sabana del departamento de Sucre. Se puede referir que el 50% de los emprendedores la evaluó de excelente, el 41% de muy bueno y un 9% de bueno (Tabla 14).

Tabla 14

Calidad del servicio en los emprendimientos deportivos.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	6	9,4
	Muy bueno	26	40,6
	Excelente	32	50,0
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Eficiencia del servicio. A medida que la competencia es cada vez mayor y los productos ofertados en el mercado son cada vez más variados, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes. Ellos ya no solo buscan calidad y buenos precios, sino también un buen servicio al cliente. Teniendo en cuenta que en la subregión de la Sabana del Departamento de Sucre hay 64 emprendimientos deportivos y ya se empieza a ver la competencia en este sentido, se plantea este indicador, que desde la perspectiva de los emprendedores posee 47% de excelencia, 36% de muy bueno, 16% de bueno y 2% de regular, no se aprecian criterios malos desde esta postura (Tabla 15).

Tabla 15

Eficiencia del servicio deportivo

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	1	1,6
	Bueno	10	15,6
	Muy bueno	23	35,9
	Excelente	30	46,9
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Cortesía del servicio. Este indicador se toma en cuenta en esta investigación porque la ausencia de cortesía elimina el valor de cualquier otro servicio que se brinde, es ahí donde se ponen en práctica todos los conocimientos en relaciones humanas, y potenciar nuestra sinceridad y empatía.

Un cliente puede cambiar de sitio por mejor, precio, o equipamientos, pero si se fue amable con el siempre regresará de lo contrario nunca. La mejor forma de garantizar la cortesía en el servicio es estandarizando y motivando la mejora continua. Teniendo en cuenta los criterios de los emprendedores encuestados podemos decir que desde su percepción la cortesía en el servicio se encuentra excelente con 62%, seguido de una evaluación de 30% de muy buena, un 5% de buena y 3% de regular (Tabla 16).

Tabla 16

Cortesía del servicio desde la perspectiva de los emprendedores.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	2	3,1
	Bueno	3	4,7
	Muy bueno	19	29,7
	Excelente	40	62,5
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Ambiente Laboral en el servicio. La búsqueda de un ambiente laboral adecuado es una de las prioridades de los emprendimientos deportivos, ya que ello permite una mayor productividad, satisfacción y estabilidad de los servicios que se ofertan, proporcionando los mecanismos para la transmisión de la energía social necesaria con la finalidad del adecuado funcionamiento del emprendimiento deportivo. Por tanto, para mejorar el funcionamiento de este tipo de organizaciones, tanto dentro de ella como en su relación con el entorno, es necesario conocer los elementos fundamentales que componen el clima donde los equipos humanos desarrollan su trabajo. Teniendo en cuenta lo anterior podemos referir que desde la perspectiva de los emprendedores las evaluaciones fueron de excelencia en 64%, 25% de evaluaciones de muy buena, 9% de buenas y 2% de regular, por lo que no se evidenciaron criterios malos en este indicador (Tabla 17).

Tabla 17

Ambiente laboral en el servicio desde la perspectiva de los emprendedores.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	1	1,6
	Bueno	6	9,4
	Muy bueno	16	25,0
	Excelente	41	64,1
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Profesionalismo en el servicio. El profesionalismo en el servicio va de la mano con las normas que nos han inculcado y hemos obtenido en las distintas situaciones de la vida, si las ponemos en práctica nos ayudaran a dar un mejor servicio llegando hasta la calidad como profesionales. Es algo que nos dicta la sociedad, si eres un profesional demostraras ética y distintos caracteres que varían según la sociedad. Cada profesional es diferente, todos se rigen por distintas reglas a la hora de ejercer que se deben seguir minuciosamente para llegar a ser un profesional de excelencia. El profesionalismo en el servicio va de la mano con la conducta y la moral del profesional, por lo que se debe de tener en cuenta a la hora de ejercer. Teniendo en cuenta la importancia de este indicador se hace necesario tener la percepción de los emprendedores deportivos de la región Sabana del Departamento de Sucre en cuanto a este criterio. De forma general se evaluó este indicador de excelente con 52% de criterios, 34% de muy bueno y 14% de bueno. Por lo que la percepción de los directivos es la mejor en cuanto este tema, sin embargo, ¿será la misma de los clientes? (Tabla 18).

Tabla 18

Profesionalismo en el servicio

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	9	14,1
	Muy bueno	22	34,4
	Excelente	33	51,6
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Hablo más de oportunidades que de problemas. Este indicador es uno de importancia según los clásicos del emprendimiento por lo que refle-

ja algunas de las características que debe poseer un emprendedor exitoso, se decide entonces incluirlo en la investigación específicamente en este sector deportivo. De las regiones objeto de estudio para determinar su estado actual. Es un estado motivacional para salir adelante, busca cumplir con las demandas de los clientes que es lo principal. Teniendo en cuenta este indicador y su incidencia dentro de la investigación los emprendedores deportivos de la subregión aportaron criterios de excelencia con 41%, valoraciones muy buenas con 28%, criterios buenos con 17%, arrojaron criterios regulares de 12% y solo 2% de mal. Por lo que de forma general los emprendedores de la región siempre están buscando generar nuevas oportunidades en función de la demanda de los clientes (Tabla 19).

Tabla 19

Criterios de oportunidades más que problemas.

	Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mal	1	1,6
	Regular	8	12,5
	Bueno	11	17,2
	Muy bueno	18	28,1
	Excelente	26	40,6
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Considero que puedo dominar gran parte de las adversidades. Este indicador es importante ya que habla de cómo los emprendedores deportivos deben superar las problemáticas que se puedan presentar en la práctica diaria, además de las necesidades de los clientes. Por eso saber la motivación que tienen estos directivos y la forma en que resuelven estas adversidades se vuelve importante para la investigación objeto de estudio. Teniendo en cuenta lo anterior en la entrevista realizada a los emprendedores deportivos de la región sabana del Departamento de Sucre los mismos arrojaron evaluaciones de muy bien con 42% de criterios favorables, el 31% de las evaluaciones fueron de excelencia como aspecto positivo y un 25% de criterios buenos, además refirieron 2% de evaluaciones de mal y no se evidenciaron resultados regulares en el proceso, por lo que de forma general predominan los criterios positivos y de ahí se pasa en menor cuantía a los malos (Tabla 20).

Tabla 20

Dominio de adversidades de los emprendedores deportivos.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	1,6
	Bueno	16	25,0
	Muy bueno	27	42,2
	Excelente	20	31,3
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Acepto los desafíos que el negocio deportivo presenta. Este indicador guarda relación con el anterior, partiendo de que los desafíos en ocasiones se pueden convertir en adversidades, pero en este caso específico nos referiremos a la forma en que se debe superar el emprendimiento, la calidad de servicio, el ambiente, las necesidades de los clientes, la publicidad, el plan de marketing y otros elementos provenientes del ciclo de dirección que ayudan a planificar las actividades y potenciar el logro de los objetivos deportivos organizacionales. Teniendo en cuenta esto podemos referir que 53% de los emprendedores deportivos evaluó este indicador de Excelente, 34% de muy bueno y 12% de bueno, no existieron criterios de regular ni de mal, por lo que desde su perspectiva se aceptan satisfactoriamente los desafíos que se presentan (Tabla 21).

Tabla 21

Aceptación de desafíos en el emprendimiento deportivo.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	8	12,5
	Muy bueno	22	34,4
	Excelente	34	53,1
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Soy muy seguro cuando tengo que presentar mi opinión. La seguridad es una de las características que deben tener los emprendedores deportivos para el desarrollo de su negocio dentro de la seguridad están las opiniones y la forma en que se presentan, ya que como el concibió el emprendimiento conoce su idea de llevarlo a cabo y aunque acepte y tome en cuenta otras opiniones la firmeza de opiniones sin maltrato y respetando la comunicación de doble vía es un indicador de vital importancia para el

emprendimiento en general y para esta investigación también. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado se procedió con la entrevista de los emprendedores deportivos de la región de la Sabana del Departamento de Sucre, donde los entrevistados emitieron criterios favorables del 48% de excelencia, 37% de muy buenos y 8% de bueno. Dentro de los criterios desfavorables encontramos el de regular con un 6%. Por lo que podemos decir que de forma general los emprendedores deportivos presentan sus opiniones con seguridad según su percepción (Tabla 22).

Tabla 22

Seguridad a la hora de presentar opiniones.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	4	6,3
	Bueno	5	7,8
	Muy bueno	24	37,5
	Excelente	31	48,4
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Mis innovaciones en procesos en los últimos 3 años son superiores a las de la competencia. La introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores son parte del concepto de innovación (Oslo, 2005). Teniendo en cuenta este concepto de innovación se hace necesario potenciar el indicador objeto de estudio partiendo de que siempre se genera competencia entre las empresas por lo tanto un emprendedor deportivo tiene que estar generando constantemente nuevas ofertas y servicios que hagan mantener su preferencia por encima de otros emprendimientos, empresas, o instituciones. Teniendo en cuenta lo anterior podemos decir que 42% de los emprendedores refirieron haber generado nuevas innovaciones en los últimos tres años, 37% evaluó el indicador de muy bueno, 14% de bueno, 3% de malo y 2% de criterios regulares y pésimos; lo que demuestra que a pesar de que predominan los aspectos positivos existen muchos que se han quedado en el confort de la creación primera lo que puede constituir un riesgo ya que la mayoría está generando constantemente nuevas innovaciones (Tabla 23).

Tabla 23

Innovaciones en los últimos tres años.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	1	1,6
	Malo	2	3,1
	Regular	1	1,6
	Bueno	9	14,1
	Muy bueno	24	37,5
	Excelente	27	42,2
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Incentivo el intercambio de ideas para aumentar las capacidades en el trabajo diario. Este indicador parte de la compilación, difusión y análisis de la información útil a la acción ciudadana en cuanto a los servicios que oferta el emprendimiento deportivo. Los problemas fundamentales son a menudo los mismos, lo que no significa que las soluciones sean las mismas en todas partes de ahí la necesidad de potenciar el intercambio de ideas en la solución de las problemáticas que se puedan presentar, escoger una alternativa entre varias es uno de los aspectos que integra la toma de decisiones efectivas. En cuanto a este indicador los emprendedores deportivos potenciaron criterios sobre la evaluación de muy bien con 51%, 28% de excelencia y 20% de bien, no se apreciaron criterios desfavorables (Tabla 24).

Tabla 24

Incentivo del intercambio de ideas para aumentar

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	13	20,3
	Muy bueno	33	51,6
	Excelente	18	28,1
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Considero fácil buscar soluciones para problemas. Este indicador sugiere que el alineamiento, o congruencia, entre la estrategia y cuatro bloques organizacionales, tareas críticas, flujos de trabajo, estructura organizacional formal, gente y cultura, lleva al éxito. La incongruencia, la falta de alineamiento o inconsistencia entre esos elementos es casi siempre la

raíz de los problemas de desempeño organizacional (Tushman y O'Reilly 2004).

A los problemas que se presentan en los emprendimientos deportivos de la región Sabana del Departamento de Sucre, se le debe dar solución de la manera más rápida posible para seguir satisfaciendo la demanda de los clientes.

Teniendo en cuenta los criterios anteriores los emprendedores deportivos de la región antes mencionada emitieron las siguientes consideraciones. El 47% de los directivos opinaron que la solución de problemas ellos la resuelven con facilidad (Muy bueno). El 36% arrojaron evaluaciones de excelencia, 14% otorgó afirmaciones buenas y solo 3% criterios regulares (Tabla 25).

De forma general se puede afirmar que la percepción de los clientes con respecto a la solución de problemas presentados está en un buen momento según sus criterios, por lo que el aseguramiento de la demanda de los clientes no corre riesgos en cuanto a gestión de soluciones viables.

Tabla 25

Soluciones de problemas con facilidad.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	2	3,1
	Bueno	9	14,1
	Muy bueno	30	46,9
	Excelente	23	35,9
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Me siento atraído por nuevas oportunidades empresariales. En una economía donde el consumidor hoy realmente decide y además comparte, las empresas deben contar con talento con capacidad de predecir tendencias, entender las nuevas formas de consumo y diseñar sus procesos de producción, distribución y mercadeo acorde con estas nuevas dinámicas (Londoño, 2017).

La digitalización impone nuevas competencias lo mismo que la administración de datos. Las nuevas generaciones serán muy exigentes de entornos en donde comprendan el propósito organizacional. Las disrupciones seguirán a la vanguardia en todas y cada una de las industrias de forma acelerada. Sin embargo, dan tiempo. El problema oculto está en nuestra capacidad de llegar a la excelencia operativa. Hacer lo propuesto en la es-

trategia con mucha agilidad y a bajos costos. Las falencias organizacionales para tomar decisiones y sobre todo para hacer que las cosas pasen son un lastre cultural del siglo pasado que hoy ya el mercado no perdona.

La automatización está llegando a toda velocidad abriendo oportunidades de eficiencia productiva, sustituyendo trabajos operativos (incluso muchos de cuello blanco) que no se compadecen de culturas paternalistas. Hay que medir, pero sobre todo exigir el cumplimiento de la estrategia. El manejo de datos y la inteligencia en su uso se vuelve una competencia organizacional crítica, la tecnología para extraerlos está a disposición y es cada vez más barata. Atraer y entrenar el talento para hacerlo es su responsabilidad y no da espera (Londoño, 2017).

Analizando lo anterior se hace necesario enfrentar nuevas oportunidades empresariales en este caso en la oferta deportiva de los servicios que se ofertan en los emprendimientos deportivos. Los emprendedores de la región de la Sabana del Departamento de Sucre plantearon que ellos si se sienten atraídos por nuevas oportunidades y lo validan con 51% de excelencia, 37% de evaluaciones de muy bien, 8% de criterios buenos y 2% de afirmaciones regulares y pésimas (Tabla 26).

Tabla 26

Atracción por nuevas oportunidades empresariales.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	1	1,6
	Regular	1	1,6
	Bueno	5	7,8
	Muy bueno	24	37,5
	Excelente	33	51,6
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Me siento activo cuando trabajo con profesionales innovadores. Los profesionales deben desmontarse del departamento de investigación y desarrollo reconvirtiendo toda la organización a modelos que premien la iniciativa, el error y la creatividad. Innovar ya no es responsabilidad de un área. Hay que migrar a culturas que premien la iniciativa, estimulen el cambio y sean generosas para estimular proyectos propios. La única forma de estar a la vanguardia de las disrupciones que seguro vendrán, es atrayendo el mejor talento, pero sobre todo dotando a su gente de un modelo interno en donde se le dé valor a las ideas y proyectos propios y se estimule el riesgo

controlado (Londoño, 2017). Por todo lo anterior demostrado se hace necesario conocer los criterios de los emprendedores deportivos de la región objeto de estudio en cuanto a este indicador, los mismos dijeron sentirse activos trabajando con personas innovadoras y lo demuestran los valores de excelencia asignados en la encuesta con 55%, seguido de criterios muy buenos de 34%, el 9% emitió referencias buenas y solo 2% afirmaciones pésimas (Tabla 27).

Tabla 27

Actividad positiva con empleados innovadores.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	1	1,6
	Bueno	6	9,4
	Muy bueno	22	34,4
	Excelente	35	54,7
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Mi análisis intuitivo es más importante que el análisis de plan de negocios y estratégico. El plan de negocios es la pieza fundamental de cualquier organización para su óptimo funcionamiento, es un documento el cual complementará el proyecto que tiene la empresa para gestionar e implementar recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de consumir la apertura de su empresa en las mejores condiciones de mercado y financieras. Es también una herramienta de trabajo, ya que durante su preparación se evalúa la factibilidad de la idea, se buscan alternativas y se proponen cursos de acción; una vez concluido, orienta la puesta en marcha del negocio, muestra también en un documento el o los escenarios más probables con todas sus variables. Por todo lo anterior podemos decir que el plan de negocios es la planificación del emprendimiento deportivo, por lo tanto un análisis intuitivo no debe superar la estrategia organizacional definida, sin embargo en los emprendedores de la región Sabana de Sucre no ocurre así y eso lo demuestran criterios muy buenos con 39%, evaluaciones de excelencia de 23%, 16% arrojó criterios regulares, 14% afirmaciones buenas, 5% de pésimos, y 2% de mal y muy mal, por lo que de forma general hay un gran componente de empirismo en la actividad de planificación por parte de estos emprendedores estudiados (Tabla 28).

Tabla 28

Intuición más importante que el análisis de plan de negocios y estratégico.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	3	4,7
	Muy malo	1	1,6
	Malo	1	1,6
	Regular	10	15,6
	Bueno	9	14,1
	Muy bueno	25	39,1
	Excelente	15	23,4
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Valoro el proceso de gestión y reducción de riesgos. La gestión integral de riesgo, consiste en detectar oportunamente los riesgos que pueden afectar a la empresa (emprendimiento), para generar estrategias que se anticipen a ellos y los conviertan en oportunidades de rentabilidad para la empresa. Los líderes de las empresas más exitosas de la actualidad no asumen los riesgos, los estudian y modelan para gestionarlos y sacarle todo el partido, es decir los convierten en aumento de rentabilidad para la empresa. Estas empresas trabajan continuamente para reducir los riesgos y transformarlos en oportunidades que las ayuden avanzar en su camino hacia el crecimiento, por lo tanto son organizaciones más rentables y menos riesgosas. Teniendo en cuenta lo anteriormente señalado que resalta la importancia de este indicador se hace necesario analizar las aportaciones de los emprendedores deportivos de la región Sabana del Departamento de Sucre. Los directivos de dichos emprendimientos aportaron criterios favorables en cuanto a la importancia de la aplicación del proceso de gestión y reducción de riesgos con 33% de evaluaciones de muy buenas, 28% de excelencia, 27% de buenas, 6.3% de regulares y 3.1% arrojaron criterios de muy malo y pésimo. Por lo que de forma general según la percepción de los emprendedores deportivos en esta región ellos si implementan este proceso (Tabla 29).

Tabla 29

Valoración del proceso de gestión y reducción de riesgos.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	2	3,1
	Muy malo	2	3,1
	Regular	4	6,3
	Bueno	17	26,6
	Muy bueno	21	32,8
	Excelente	18	28,1
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Los resultados en los negocios son definidos predominantemente por factores casuales. Los factores causales en los negocios pueden estar definidos por diferentes causas como por ejemplo personales, de condiciones de trabajo, actos, servicios, necesidades de los clientes, entre otros elementos que pueden contribuir directamente a los resultados de los negocios en este caso los deportivos. Este indicador es importante ya que puede potenciar resultados en función de factores causales que se pueden presentar en los emprendimientos deportivos, la literatura consultada plantea esta arista del emprendimiento deportivo ya que estos generan muchas ofertas, oportunidades y servicios, además que trabajan con muchas personas. De forma general se puede afirmar que este indicador según los criterios presentados por emprendedores se encentra en buen desempeño ya que el 20% de los encuestados ofrecieron criterios evaluativos de muy bueno y bueno, el 17% lo evaluó de excelente, el 16% de pésimo, el 9% de mal y 5% de muy malo. Refiriendo los criterios evaluativos anteriores también podemos observar que existen criterios valorativos en las evaluaciones menos satisfactorias, por lo que no se puede descuidar el trabajo en este indicador (Tabla 30).

Tabla 30

Resultados en los negocios definidos predominantemente por factores casuales.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	10	15,6
	Muy malo	3	4,7
	Malo	6	9,4
	Regular	8	12,5
	Bueno	13	20,3
	Muy bueno	13	20,3
	Excelente	11	17,2
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Prefiero soluciones creativas en vez de soluciones conocidas y experimentadas para resolver problemas. Este indicador evalúa el nivel de toma de decisiones de los emprendedores deportivos, si son creativas (empíricas) o conocidas y experimentadas por otras personas (análisis de alternativas) que ya han tenido resultados. Partiendo de esto se pueden resolver muchos problemas, analizar ofertas, evaluar servicios o proyectar análisis que permitan seguir potenciando el emprendimiento deportivo. En el caso de esta subregión los emprendedores platearon con 31% de excelencia que sus soluciones son creativas, 25% arrojó evaluaciones de muy bien, el 19% de bien, el 12% de pésimo, el 9% de regular y el 3% de muy malo. De forma general podemos decir que las soluciones que se plantean en estos emprendimientos parten de la creatividad, por lo que de forma general se debe potenciar el trabajo del uso de la información y análisis de las problemáticas partiendo del estudio de estas situaciones en lugares similares, para de esta forma potenciar la certeza en las decisiones (Tabla 31).

Tabla 31

Soluciones creativas en vez de soluciones conocidas y experimentadas para resolver problemas.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	8	12,5
	Muy malo	2	3,1
	Regular	6	9,4
	Bueno	12	18,8
	Muy bueno	16	25,0
	Excelente	20	31,3
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Creo firmemente que un cambio en el mercado crea una oportunidad para mí. Adaptarse al cambio, en términos de emprendimiento, potencia la toma de decisiones para encaminar el emprendimiento deportivo al aprovechamiento de las oportunidades, permite hacer frente a las amenazas que se estén dando como producto de los cambios, o potenciar los movimientos del mercado. En este caso las posibilidades que ofrece el cambio del mercado, es que se está potenciando la actividad física y salud como forma del mejoramiento de la calidad de vida, existe influencia de nuevos sistemas de entrenamientos deportivos como por ejemplo los de alta intensidad, pero existen mercados no experimentados como el de las personas discapacitadas. De forma general los emprendedores objetos de estudio valoraron este indicador de forma positiva con un 48% de excelencia, 27% de muy bueno, el 19% de bueno, 3% de criterios regulares y 2% de evaluaciones de mal y muy mal, por lo que se están aprovechando estas oportunidades de cambios en el mercado (Tabla 32).

Tabla 32

Creo firmemente que un cambio en el mercado crea una oportunidad para mí como emprendedor.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	1	1,6
	Malo	1	1,6
	Regular	2	3,1
	Bueno	12	18,8
	Muy bueno	17	26,6
	Excelente	31	48,4
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Priorizo todas las decisiones relativas a un asunto cuando es crítico. La toma de decisiones es la selección de una alternativa entre varias, pero potenciando el uso de la información como forma de disminución del riesgo del fracaso de la misma. De la toma de decisiones depende en gran medida el éxito de un buen emprendimiento, en este caso el deportivo. Las decisiones no solo se deben tomar en situaciones críticas, pero cuando estas aparecen en estos momentos la prioridad debe ser importante ya que, si se acumulan problemáticas sin resolver, o se acumulan malas decisiones puede peligrar el éxito del negocio, la pérdida de clientes y de activo invertidos.

Teniendo en cuenta la encuesta realizada en este indicador podemos referir que los emprendedores deportivos de la subregión objeto de estudio, refirieron en un 30% de excelencia que ellos si priorizan las decisiones críticas, 36% de muy buena esta prioridad, 28% de buena, 5% de regular y 2% de mal, por lo que de forma general los emprendedores deportivos están claros del desempeño que deben jugar en este indicador (Tabla 33).

Tabla 33

Priorizo todas las decisiones relativas a un asunto cuando es crítico.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	1,6
	Regular	3	4,7
	Bueno	18	28,1
	Muy bueno	23	35,9
	Excelente	19	29,7
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Desarrollo estrategias de mercado para aprovechar oportunidades que no han sido descubiertas por la competencia. Este indicador es de vital importancia porque además de demostrar iniciativa y competencia, el emprendedor debe investigar las últimas prácticas en materia de actividad física, estar actualizado, contratar especialistas y personal capacitado, de esta forma genera ingresos creando una nueva oferta que atraiga más personas a su local y que sea novedosa, muchos emprendedores aprovechan también la geografía, las condiciones de la población, el tipo de turismo, las empresas y entidades de los territorios en fin una serie de elementos que potencian este indicador y con ello el emprendimiento deportivo.

Refiriendo los criterios establecidos por los emprendedores deportivos en la región con respecto a este indicador tenemos que desde su percepción el 45% cataloga este indicador de muy bueno, seguido de 34% de excelencia en los criterios, el 14% lo evaluó de bien, el 3% de pésimo y 2% de evaluaciones de regular y mal, por lo que se puede concluir que los emprendedores deportivos de esta región contemplan este indicador como forma de mejorar su negocio (Tabla 34).

Tabla 34

Estrategias de mercado para aprovechar oportunidades que no han sido descubiertas por la competencia.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	2	3,1
	Malo	1	1,6
	Regular	1	1,6
	Bueno	9	14,1
	Muy bueno	29	45,3
	Excelente	22	34,4
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Creo que el mejor criterio para seleccionar mis socios es su competencia para el negocio. Este indicador es de vital importancia ya que saber seleccionar a los socios en los negocios es verdaderamente importante para el establecimiento de la inversión, las ofertas, el apoyo en los órganos de decisiones colectivas para la toma de decisiones, la planificación de actividades, el establecimiento de la misión y visión del emprendimiento deportivo entre otras cosas que se deben dar en el proceso de dirección estratégica conjunta.

Partiendo de lo anterior, los emprendedores de la subregión de la Sabana del Departamento de Sucre abogan con que el proceso de selección de estos socios se da muy bien debido al 30% otorgado para esta evaluación. 28% estableció criterios buenos, seguido de la excelencia de 27%, los otros valores pocos significativos fueron los de regular (8%), mal (2%) y pésimo con 6%, (Tabla 35).

Tabla 35

Criterios de selección de los socios por su competencia para el negocio.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	4	6,3
	Malo	1	1,6
	Regular	5	7,8
	Bueno	18	28,1
	Muy bueno	19	29,7
	Excelente	17	26,6
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Utilizo sistemas y métodos de control de costos de producción y de operaciones en general. La utilización de estos sistemas es importante ya que en ellos se deben llevar el control de todo lo relacionado con el emprendimiento deportivo, específicamente, se debe tener la ficha técnica de cada cliente, sus planes de entrenamientos, su condición física, su avance, los pagos, la frecuencia con que realiza actividad física, la intensidad entre otros factores que se deben llevar en este tipo de emprendimientos.

Refiriendo a la importancia de lo anteriormente mencionado los emprendedores de la subregión de la Sabana del Departamento de Sucre, plantean que sería ideal la aplicación de estos sistemas con 36% de excelencia en cuanto a la importancia, 31% de muy bueno, un 17% de bueno, 7,8% de regular y valores pocos significativos de malo (3%), muy malo (3%) y pésimo 1,6.

Sin embargo, en la práctica se apreció que el 97% de estos emprendimientos deportivos a pesar de que valoran su importancia no tienen implementados estos sistemas, por lo que existe ausencia de todos los elementos que deben llevar los emprendimientos deportivos en cuanto a la información general y específica que se necesita tener como base de datos, (Tabla 36).

Tabla 36

Utilizo sistemas y métodos de control de costos de producción y de operaciones en general.

Criterio		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	1	1,6
	Muy malo	2	3,1
	Malo	2	3,1
	Regular	5	7,8
	Bueno	11	17,2
	Muy bueno	20	31,3
	Excelente	23	35,9
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Creo que, si dedico tiempo para planificar el futuro del negocio, el resultado es mejor. Este indicador es de vital importancia ya que de ello depende hacia donde debe ir el emprendimiento deportivo, existen nuevas tendencias del entrenamiento deportivo, de realizar actividades físicas, de la forma de potenciar los diagnósticos iniciales, de seguimiento y control, de la individualización y periodización de las cargas, de nuevas máquinas y formas de optimizar los resultados de los clientes, en este sentido esto se debe planificar en el tiempo, la reinversión de parte de las ganancias, para generar una imagen de que se avanza.

En este sentido los emprendedores de la subregión de la Sabana del departamento de Sucre arrojaron criterios positivos en cuanto a esta planificación, con criterios de excelencia respaldados por el 53%, seguido de elementos muy buenos con 34%, evaluaciones de bien siguieron a las anteriores con 10%, y ínfimos valores de mal 1.6%, no se evidenciaron valores ni de regular ni de mal. Lo que evidencia la importancia que le dan a este factor dichos emprendedores, potenciando así el futuro del deporte y la actividad física en Sucre, (Tabla 37).

Tabla 37

Dedicación de tiempo para planificar el futuro del negocio y mejor los resultados.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	1,6
	Bueno	7	10,9
	Muy bueno	22	34,4
	Excelente	34	53,1
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Estamos comprometidos con la preservación de una buena relación con nuestros principales proveedores. Esta relación con los proveedores garantiza que muchos factores que se necesitan en el emprendimiento deportivo se logren de forma más rápida, como por ejemplo la obtención de equipos con créditos, rebaja en los costos, patrocinadores que ayuden al proceso, bebidas energizantes, entre otras cosas que se puedan necesitar en estos negocios. Saber que se tiene apoyo garantiza la estabilidad, el avance, la proyección y la mejora de la calidad de la oferta que se brinda seguido de una eficiencia y eficacia del emprendimiento deportivo.

Teniendo en cuenta los elementos anteriores se necesita saber qué criterios tienen los emprendedores deportivos con respecto a este tema. Los mismos refirieron que esta asociación debe ser excelente y le otorgaron evaluaciones acordes a la importancia del indicador con 45.3%, seguido de evaluaciones buenas de 20%, muy buenas 19%, el 6.3% calificó esta relación de regular y mal, así mismo se obtuvo 1.6 de criterios de muy malo y pésimo. Lo que denota la prioridad que le otorgan los emprendedores deportivos de la subregión de la Sabana del Departamento de Sucre, (Tabla 38).

Tabla 38

Relación con nuestros principales proveedores.

Criterios		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésimo	1	1,6
	Muy malo	1	1,6
	Malo	4	6,3
	Regular	4	6,3
	Bueno	13	20,3
	Muy bueno	12	18,8
	Excelente	29	45,3
	Total	64	100,0

Fuente: SPSS 21.0

Modelo teórico del emprendimiento deportivo para la Subregión de la Sabana del Departamento de Sucre

Teniendo en cuenta la realidad de la percepción de los emprendedores con respecto al emprendimiento deportivo en la subregión de la Sabana del Departamento de Sucre, surge el siguiente modelo teórico que tienen como perspectiva recrear la realidad objeto de estudio en dicha subregión. El modelo posee cuatro componentes básicos de donde según las teorías estudiadas debe partir el emprendimiento deportivo (rapidez del servicio, calidad del servicio, eficiencia del servicio, cortesía del servicio), posteriormente se fomentan los componentes desarrolladores del emprendimiento deportivo que en este caso serían el ambiente laboral y el profesionalismo del servicio, potenciando así los componentes resultantes como la cultura deportiva, la calidad de vida y la inclusión social (Figura 1).

El objetivo de este modelo es que los emprendedores deportivos de la subregión traten de mejorar en todo momento estos aspectos del modelo teórico que potenciaran la investigación objeto de estudio y los resultados de la práctica de los deportes y la actividad física en la región estudiada. De esta forma se desarrolla la calidad de vida, la cultura deportiva y la inclusión social como forma de la mejora de la condición de vida de los pobladores de esta subregión del departamento de Sucre.

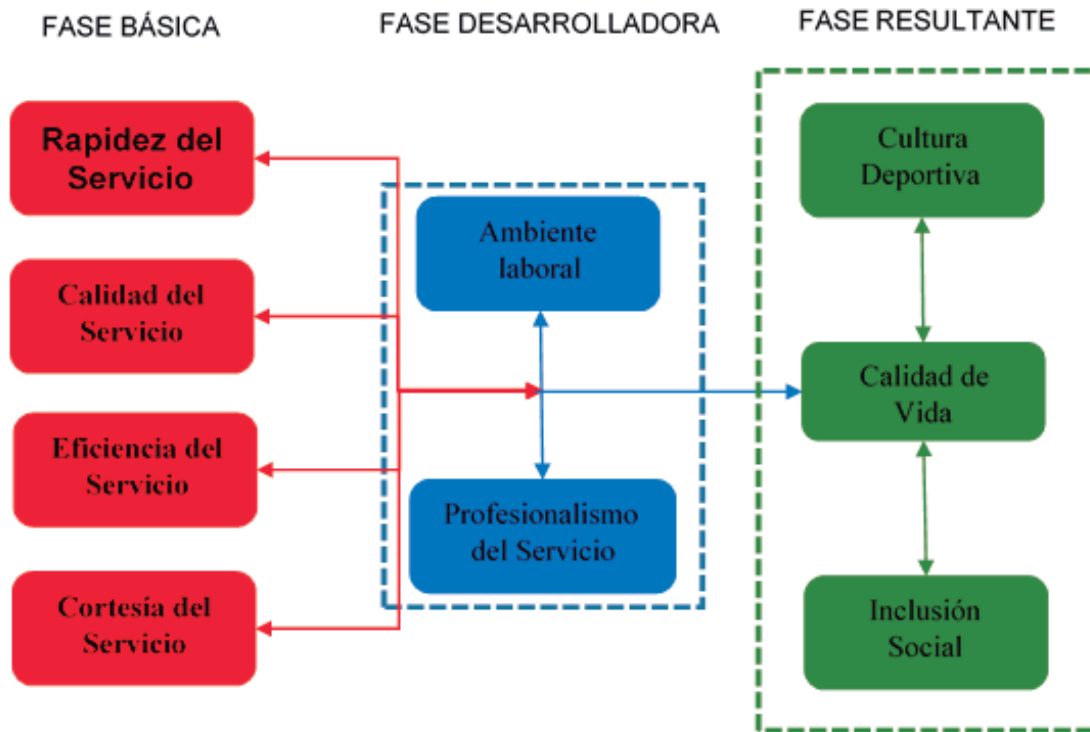


Figura 1. Modelo teórico del emprendimiento deportivo para la Subregión de la Sabana del Departamento de Sucre.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El emprendimiento deportivo ha sido objeto de muchas investigaciones a nivel mundial. Según la base de datos Scopus (2018) el 48.9% de las publicaciones de alto impacto con respecto a este tema parten de estudios de business y management, 44.3% se han realizado desde las ciencias sociales, 17.2% se potencia desde las ciencias economías, y otras como, por ejemplo, las decisiones (9.2%), la medicina (8%), energía (7.5%), ciencias del deporte (6.3%), artes, humanidades, ciencias de la computación y ambientales (4%) y otras ciencias aplicadas con 13.8% (Gráfico 1).

Teniendo en cuenta los datos anteriores podemos referir que la mayoría de las investigaciones en el mundo con respecto al tema no se hacen desde las ciencias del deporte lo que potencia el presente trabajo dentro de una comunidad internacional, con aportes significativos desde la factibilidad, aplicabilidad y potencialidad, como una forma de fomentar la cultura deportiva en la región Sabana dentro del Departamento de Sucre, uno de los más atrasados desde el punto de vista económico y deportivo.

Análisis del Emprendimiento Deportivo desde la Perspectiva de los Emprendedores en la Región Sabana del departamento de Sucre

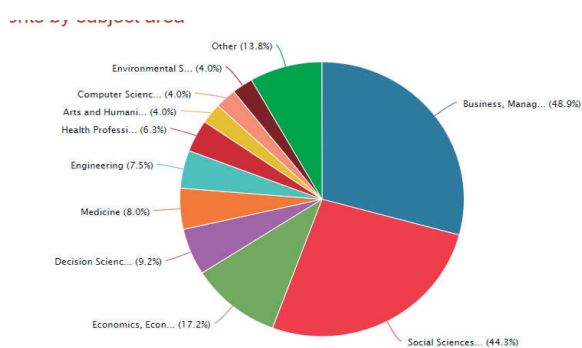


Gráfico 1. Investigaciones de alto impacto sobre emprendimientos deportivos.

Fuente: Scopus 2018.

Según Scopus (2018), los principales países a la vanguardia de las investigaciones de alto impacto en el mundo con respecto al emprendimiento deportivo son Estados Unidos, Australia, Suecia, Portugal, España, Canadá, China, Croacia entre otros (Gráfico 2), pero llama la atención que no aparecen dentro de este listado países de Latinoamérica lo que resalta la importancia de esta investigación para las ciencias del deporte y especialmente para el enfoque de la administración deportiva. Ya que el trabajo se presenta como no de los que se preocupa por la cultura deportiva de la población desde el emprendimiento.

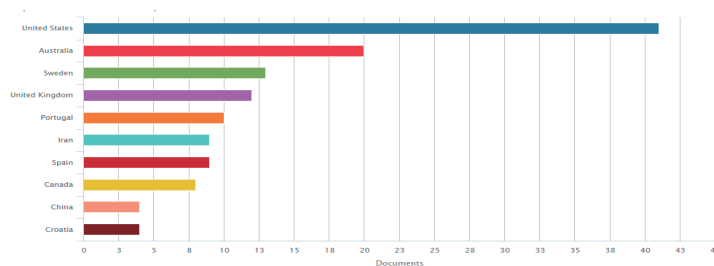


Gráfico 2. Países con publicaciones de alto impacto sobre emprendimientos deportivos.

El presente trabajo es parte de un proyecto de investigación institucional que financia la Corporación Universitaria del Caribe (CECAR) de Colombia, denominado *Estudio del perfil emprendedor deportivo, por una cultura con salud e inclusión social en el Departamento de Sucre*, una de las poblaciones en las que se trabajó fue la de esta región de la Sabana. La semejanza de nuestra investigación con la de los países y áreas de las ciencias mencionadas es que se ve el emprendimiento deportivo como forma de potenciar una cultura deportiva con carácter social, que tiene ánimo de lu-

cro pero que fomenta la práctica de actividades físicas sistemáticas combatiendo el sedentarismo y con él las enfermedades crónicas no transmisibles.

Las diferencias radican en los aportes teóricos del emprendimiento deportivo para una de las regiones más subdesarrolladas de Colombia, donde a pesar de que todos los resultados del diagnóstico inicial son positivos no se aprecian en la realidad observada durante la investigación. Se potencian aportes prácticos como por ejemplo el sistema instrumental, los modelos estadísticos que desarrollan el emprendimiento y una guía de la percepción de los clientes, lo que va a permitir la creación del modelo de emprendimiento deportivo para esta sub región.

CONCLUSIONES

Para darle cumplimiento a los objetivos específicos se establecen las siguientes conclusiones.

Se determinaron los elementos teóricos y metodológicos del emprendimiento deportivo para de esta forma establecer las principales teorías, antecedentes, modelos y tratamiento de las categorías conceptuales que se relacionan con el objeto de estudio, de estas teorías surgieron las variables, dimensiones e indicadores que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de la investigación, estableciendo aquí el primer aporte.

El estado actual del emprendimiento deportivo según los emprendedores en la región Sabana del Departamento de Sucre, goza de buen nivel, sin embargo según la observación muchos de los indicadores a los cuales le dieron mucha importancia no están implementados y no se utilizan, pero por lo menos ya tienen la percepción de que se debe hacer, de forma general el estado actual desde su percepción es excelente pero deben tener en cuenta muchos elementos como por ejemplo la fase conceptual de que es un emprendimiento deportivo y de cómo se deben manejar los mismos. Como aportes se propone el sistema instrumental que permitió el establecimiento del estado actual del emprendimiento deportivo en la subregión de la Sabana del departamento de Sucre.

Por último, se diseña un modelo teórico del emprendimiento deportivo según los emprendedores en la región Sabana del Departamento de Sucre, que sirve como referencia para el desarrollo de los mismos y los futuros, estableciendo los principales factores de desarrollo y los objetivos a lograr, este aporte práctico se concretará en cada uno de los locales de emprendimientos deportivos en la subregión objeto de estudio.

Referencias

- Acosta, R. (2012). Iniciación y Formación Deportiva: Una Reflexión Siempre Oportuna. *Rev. U.D.C.A Act. & Div. Cient.*
- Amit, R. (1997). Charla de intraempresariado. Sydney, Australia.
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1–14.
- Bojica, A, Fuentes, M; Ruiz, M. (2012). La adquisición de conocimiento a través de relaciones interorganizativas y la orientación emprendedora: el papel mediador del capital social de segundo orden. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 15 141–153.
- Brush, C., De Bruin, A., y Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 8-24.
- Buitelaar, R. (2010). La situación de las PYMES en América Latina. El enfoque y el aporte de CEPAL. Dirección de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL. Surinam.
- Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13-22
- Chamorro, T., Zapata, E., y Montenegro, A. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *ScienceDirect*.
- Carmen, C., y Viveros, H. (2011). Los emprendedores evolucionan el concepto. Fundación Universitaria Católica UNICATÓLICA. Bogotá, Colombia.
- Catley, S., y Hamilton, R. (1998). *Journal of Management Development*. ISSN: 0262-1711. Online from: 1982 Subject Area: HR, Learning & Organization Studies.
- Castro, A., Saavedra, M., Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *ScienceDirect*, 98-107.
- Cruz Roche, I. (1994). *Fundamentos de Marketing*. 3ra edición. Editorial Ariel, Barcelona.
- Dancey, C, y Reidy, J. (2006). Estadísticas sin Matemáticas a la Psicología: Usar SPSS para Windows. Porto Alegre: Artmed. *Revista Psicología*, 8(1) , 5 de enero de 2017
- Dodd, S., Hynes, C., y Ribeiro, D. (2012). The impact of regional entrepreneurial contexts upon enterprise education. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal* 24:9-10, 741-766.
- Ernst & Young. (2011). ¿Nace o se hace? Decodificar el ADN del emprendedor. México: Mancera, S.C.
- Fisher, R. (1954). *Statistical methods for research workers* (14th ed. Rev.). New York, NY: Hafher Publishing Company. F.
- Mercado, G., y Forero, H., y Propuesta académica para la Universidad del Rosario: Maestría en Administración Deportiva. (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- Formichella, M. (2002). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Copyright 2002. INTA. Rivadavia 1439 (1033) Buenos Aires, Argentina.

- Fundão, M., y Pires, C. (2014), O papel mediador entre confiança e desempenho organizacional. *R. Adm, Sao Paulo*, Vol. 49, pp. 45-58.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2016). GEM América Latina y el Caribe 2015/16. Recuperado de <http://www.ieem.edu.uy/pdf/noticias/154/resultados-del-global-entrepreneurship-monitor-2015-2016.pdf>
- González-Serrano, M., Valantine, I, y Crespo, J. (2014). La investigación sobre emprendimiento en el ámbito deportivo. Revisión de los documentos publicados en la WOS. *Journal of Sports Economics and Management* 4(1), 55-66
- Granstrand, O. (1998). Towards a theory of the technology-based firm¹. *Research policy*, 27(5), 465-489.
- Harberger, A. (1998). A vision of the growth process. *The American Economic Review*. 88(1), 1-32. <http://www.econ.ucla.edu/harberger/vision.pdf>
- Herrera, B. (2014). Blogspot.com. Obtenido de [blogspot.com](http://emprendimiento110.blogspot.com.co/): <http://emprendimiento110.blogspot.com.co/>
- Holcombe, R. 1998. "Entrepreneurship and Economic Growth." *Quarterly Journal of Austrian Economics* 1(2): 45–62.
- Jiménez, L. (2015). Paradigma empresarial del siglo XXI. El emprendimiento y las startups. repositorio.comillas.edu.
- Kantis, H. (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. IDB Bookstore 1300 New York Avenue, NW Washington, DC 20577 Estados Unidos de América. ISBN: 1931003785.
- Lall, S. (2000). The Technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-1998. *Oxford development studies*, 28(3), 337-369.
- Leite, E. (2000). *O fenômeno do empreendimentos: criando riquezas*", Recife: Bagaço.
- Londoño, P. (2017). Los 7 retos gerenciales del 2017. <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/los-7-retos-gerenciales-del-2017-por-pablo-londono/241180>
- Méndez, María, Galindo, M., y Ribeiro, D.(2012). Governance, entrepreneurship and economic growth. *Entrepreneurship & Regional. Development: An International Journal* 24:9-10, 865-877.
- Naranjo, G. F. (2010). Gerencia emprendedora para el Siglo XXI. *Dimensión empresarial*, 8(2), 56-64.
- Nayme, J, Fischer, R, y Mazzon, A. (2006). Fator de confiança interpersonal no ambiente de trabalho. *R.Adm, Sao Paulo*, Vol. 41, pp442-452.
- Oslo, M. (2005). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Tercera edición. OECD/ European Communities.
- Pittaway, L., & Jason, C. (2007): Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International small business journal* 25(5), 479-510.
- Pullés, D., Gutiérrez, L., y Lloréns-Montes, J. (2013). Transactive memory system and TQM: exploring knowledge capacities", *Industrial Mana-*

- gement & Data Systems, Vol. 113 Issue: 2, pp.294-318, <https://doi.org/10.1108/02635571311303587>
- Ratten, V. (2010). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57-69.
- Ratten, V., y Ratten, H. (2011). International sport marketing: practical and future research implications. *Journal of Business y Industrial Marketing*, 26(8), 614-620.
- Ratten, V. (2012). Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1), 65-76.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x
- Rosales, O. (1990). Competitividad, productividad e inserción externa de América Latina. *Comercio exterior*, 40(8), 8.
- Sascha G. Walter and Dirk Dohse: The Interplay between Entrepreneurship Education and Regional Knowledge Potential in Forming Entrepreneurial Intentions, Kiel Working Paper No. 1549, September 2009
- Shabbir, A. y Di Gregorio, S. (1996). An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11(6), 507-529.
- Schumpeter, J, 1934. (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- Silva, V., y Vasconcellos, G.(2014). "Redes sociales, perfil emprendedor e trajetórias", *R. Adm, Sao Paulo*, Vol. 49, 77-88.
- Silveira, y Martins, R. (2015). Antecedentes del Perfil del emprendedor industrial brasileño. Estudio del factor autoconfianza. XXIV AEDEM International Conference. London (United Kingdom).
- Strobino, M.,y Teixeira, R. (2014). "Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba", *R.Adm., São Paulo*, v.49, n.1, pp. 59-76.
- Thornton, S. (1998). *La Resolución Infantil de Problemas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Tushman, M y O'reilly, A. (2004). *Managerial Problem Solving. A congruence approach*. 2da Edición. Oxford University Press. pp. 194-205.
- Venkataraman, S. (1997). *The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research*. University of Virginia. Article January 1997 with 19,921 Reads.
- Villena, D. J. (2004). *Emprendimientos: a necessidade de se aprender a empreender*, en Villena, Daniele Jannotti S. (2004), "Empreendedor". Trabalho didático Faculdade Novo Milênio.

Walter, A., Auer, y Ritter, T.(2005). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing* 21(4), 541–567.

Xavier, W, Martins, G, y Lima, A. (2008). Fortaleciendo emprendimientos em TI: qual a contribuição das Incubadoras. *Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*, 5(3), 433-452.

ANEXOS CAPÍTULO 9

Anexo 1. Cuestionario para emprendedores deportivos

Estimado emprendedor deportivo por medio de la presente le informamos que estamos haciendo una investigación sobre los emprendimientos deportivos en la subregión Sabana del Departamento de Sucre. El objetivo es ver en el estado en que se encuentran estos servicios, por lo que sus criterios serán de vital importancia para el desarrollo de esta investigación. Le agradecemos su cooperación y ayuda, la cual será relevante para el estudio.

Información General

1.Edad: Entre 16 y 26____ Entre 27 y 45____ Entre 46 y 60____ Más de 60____

2.Sexo: F____ M____

3.Profesión: _____

4. Otra ocupación: _____

5. Año de creación del negocio_____

Preguntas del cuestionario

6. Idiomas que domina:

Inglés__ Francés__ Italiano__ Alemán__ Otros____ Ninguno____

7. ¿Qué servicios deportivos ofrece usted?

Entrenamiento deportivo____ Recreación____ Actividad Física y Salud____

8. De estos servicios ¿cuáles son los más demandados por los clientes?

Entrenamiento deportivo____ Recreación____ Actividad Física y Salud____

9. ¿A través de qué vía se promociona su servicio?

Internet__ Tarjetas de presentación__ Clientes repitentes____ Cara a cara____ Terceros____ No se realiza promoción____

10. ¿Estimula usted a los clientes repitentes?

Sí__ No__

11. En caso de ser positiva su respuesta, ¿qué método utiliza?

Regalos__ Descuentos__ Ofertas especiales__ Otro____ ¿Cuál?

12. ¿Cuál de las siguientes características que se exponen a continuación posee usted como emprendedor?

Creativo__ Comunicador__ Entusiasta____ Dinámico __ Actitud positiva__ Competitivo__ Generador de empleo__

13. En los próximos 5 años, usted tiene intención de:

Dejar el negocio__ Mantenerlo como está__ Incrementar el número de servicios__

Ampliar el negocio____ Crear nuevos negocios__

14. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a rapidez?

1__2__3__4__5__6__7__

15. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a calidad?

1__2__3__4__5__6__7__

16. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a eficiencia?

1__2__3__4__5__6__7__

17. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a cortesía?

1__2__3__4__5__6__7__

18. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a ambiente laboral?

1__2__3__4__5__6__7__

19. ¿Cómo valora usted su servicio en cuanto a profesionalidad?

1__2__3__4__5__6__7__

20. ¿Cuáles son las principales dificultades que afectan la prestación del servicio?

Problemas técnicos__ Suministro de insumos__ Poca capacitación __
Ninguna__

Exponga sus sugerencias para mejorar el servicio.

Perfil emprendedor deportivo

Variable	Ítem	Enunciado	1	2	3	4	5	6	7
Confianza individual	CI1	Hablo más de oportunidades que de problemas.							
	CI2	Considero que puedo dominar gran parte de las adversidades.							
	CI3	Acepto los desafíos que el negocio deportivo presenta.							
	CI4	Soy muy seguro cuando tengo que presentar mi opinión.							
Innovación	ID1	Mis innovaciones en procesos en los últimos 3 años son superiores a las de la competencia.							
	ID2	Incentivo el intercambio de ideas para aumentar las capacidades en el trabajo diario.							
	ID3	Considero fácil buscar soluciones para problemas.							
	ID4	Me siento atraído por nuevas oportunidades empresariales.							
	ID5	Me siento activo cuando trabajo con profesionales innovadores.							

Análisis del Emprendimiento Deportivo desde la Perspectiva de los Emprendedores en la Región Sabana del departamento de Sucre

Variable	Ítem	Enunciado	1	2	3	4	5	6	7
Riesgos	RI1	Mi análisis intuitivo es más importante que el análisis de plan de negocios y estratégico.							
	RI2	Valoro el proceso de gestión y reducción de riesgos.							
	RI3	Los resultados en los negocios son definidos predominantemente por factores casuales.							
Toma de decisiones	TM1	Prefiero soluciones creativas en vez de soluciones conocidas y experimentadas para resolver problemas.							
	TM2	Creo firmemente que un cambio en el mercado crea una oportunidad para mí.							
	TM3	Priorizo todas las decisiones relativas a un asunto cuando es crítico.							
	TM4	Desarrollo estrategias de mercado para aprovechar oportunidades que no han sido descubiertas por la competencia.							

Variable	Ítem	Enunciado	1	2	3	4	5	6	7
Creación de Empresas deportivas	CE1	Creo que el mejor criterio para seleccionar mis socios es su competencia para el negocio.							
	CE2	Utilizo sistemas y métodos de control de costos de producción y de operaciones en general.							
	CE3	Creo que si dedico tiempo para planificar el futuro del negocio, el resultado es mejor.							

Relación con la cadena de suministros deportivos

Variable	Ítem	Enunciado	1	2	3	4	5	6	7
Relación con Proveedores	40.RP1	Estamos comprometidos con la preservación de una buena relación con nuestros principales proveedores.							
	41.RP2	Conscientemente intentamos mantener relaciones de cooperación con nuestros principales proveedores.							
	42.RP3	El relacionamiento con nuestros principales proveedores es importante para realizar transacciones aisladas.							

Análisis del Emprendimiento Deportivo desde la Perspectiva de los Emprendedores en la Región Sabana del departamento de Sucre

Variable	Ítem	Enunciado	1	2	3	4	5	6	7
Relación con Clientes	43.RC1	Estamos comprometidos con la preservación de una buena relación con nuestros principales clientes.							
	44.RC2	Conscientemente intentamos mantener relaciones de cooperación con nuestros principales clientes.							
	45.RC3	El relacionamiento con nuestros principales clientes es importante para realizar transacciones aisladas.							
Relación con Competidores	46.RO1	Estamos comprometidos con la preservación de una buena relación con las empresas del sector.							
	47.RO2	Conscientemente intentamos mantener relaciones de cooperación con las principales empresas del sector.							
	48.RO3	El relacionamiento con las principales empresas del sector es importante para realizar transacciones aisladas.							
	49.RO4	Es común entre las empresas del sector, compartir informaciones sobre proveedores, mercado y clientes.							
	50.RO5	Es común entre las empresas del sector, compartir información sobre materiales, costos y nuevas técnicas de producción.							