

JUNIOR EMPRESAS DEPORTIVAS COMO PUENTE AL EMPRENDIMIENTO

García Fernández, Jerónimo

Departamento de Educación Física y Deporte

Universidad de Sevilla

jeronimo@us.es

Fernández Gavira, Jesús

Departamento de Educación Física y Deporte

Universidad de Sevilla

jesusfgavira@us.es

RESUMEN

Una Junior Empresa es una asociación de estudiantes universitarios sin ánimo de lucro, que nace con la idea de mejorar la formación de los estudiantes universitarios. Por esta razón, la puesta en práctica de este tipo de organización, aporta al alumno conocimiento de los procesos a seguir para la creación de una empresa. Así pues, el objetivo de este trabajo fue la de crear una junior empresa para servir de ejemplo en la creación de una empresa deportiva. Finalmente resultaron tres junior empresas, no obstante la mayor debilidad encontrada por los alumnos fue la falta de experiencia y conocimiento de los procesos a seguir.

Palabras clave: Emprendimiento, organización deportiva, mercado laboral.

ABSTRACT

A Junior Company is a nonprofit association of college students, created with the idea of improving the training of university students. For this reason, the implementation of this type of organization provides to the student of the processes knowledge to follow to start a business. Thus, the aim of this work was to create a Junior Company to lead the way in creating a sports company. Finally there were created three Junior Companies due to the success of the proposal, however the greatest weakness found by the students was the lack of experience and knowledge in the processes to follow.

Keywords: Entrepreneurship, sport organization, labor market.

INTRODUCCIÓN. ANTECEDENTES

El deporte como factor social, político y económico en la era actual, ha sufrido numerosos cambios organizativos, especialmente en las estructuras y en los modos de gestión. A su vez, su gestión y organización están en continua evolución, siendo novedosas las investigaciones realizadas hasta el momento por su tardía incorporación al estudio. Trevor Slack junto a otros investigadores canadienses, son los principales teóricos en el ámbito de organización deportiva (Gómez, Opazo, y Martí, 2008).

Sus orígenes nos lo marca la teoría organizativa o clásica, la cual, nació como orientación para la mejora del funcionamiento e implantación de procesos para un correcto planteamiento del trabajo, en el que las funciones del gestor, eran las de planificar, dirigir y controlar. Los autores que comenzaron con dicha teoría (por ejemplo Fayol, 1925; Gulick y Urwick, 1937), establecieron una serie de principios por los que debían regirse las organizaciones. Entre ellos Weber (1947) estableció que para la eficiencia de una organización, ésta debía cumplir los siguientes apartados: especialización del trabajo, cada puesto tiene unas tareas específicas y delimitadas que harán que el especialista que las desarrolle, no pueda interferir en el trabajo de otro compañero; superposición de funciones jerárquicas, todos los puestos están situados a merced de otro superior, teniendo más poder laboral el que más arriba se encuentre; sistema impersonal de reglas, toda organización debe adquirir un procedimiento de reglas que sea igual para todos sus integrantes y todos se rijan por ellas; relaciones impersonales, la relación entre trabajadores debe ser impersonal, no intercediendo en las relaciones laborales, las emociones ni los sentimientos personales; y, competencia técnica, cada puesto se caracteriza por la preparación de dicho puesto, dependiendo la subida de categoría, de la eficacia, antigüedad y el mérito del candidato.

Estos “mandamientos” fueron vigorosamente criticados por algunos autores, aún así, mucho de lo que se promulgó en aquella época, continúa poniéndose de manifiesto. Así, en la actualidad y concretamente en el área de la gestión deportiva, “flexibilidad, adaptabilidad, equilibrio e integración son las palabras clave de la función de organización” (Soucie y Rodríguez, 2002, p. 115).

Por otro lado, si comenzamos a relacionar la teoría organizacional y el deporte, existen algunos estudios como el de Gómez et al. (2008), que hablan de procesos de burocratización y racionalización, de perspectivas sociológicas e institucionales, y de

determinantes del voluntariado de la teoría de la agencia (Frisby, 1985; Slack y Hinings, 1987; Slack y Kikulis, 1989; Kikulis, 2000; Nichols, Taylor, James, Holmes, King, y Garrett, 2005), donde el sistema deportivo se compone por todos aquellos elementos que contribuyen al desarrollo del mismo, y que a su vez, tanto el sector público como privado, se desarrolla en un ambiente cambiante (Hidalgo, 2001). En este entramado, los elementos que lo forman son el ordenamiento jurídico-deportivo, la estructura deportiva, la infraestructura deportiva, los recursos económicos y los recursos humanos.

Dado que el sistema deportivo cambia dependiendo de los países y de la forma en cómo se estructuran, Blanco, Burriel, Camps, Carretero, Landaberea, y Montes (1999) divide al sistema deportivo español en una organización administrativo-deportiva, que sería el sector público (Consejo Superior de Deportes, departamentos deportivos autonómicos, servicios de las entidades locales y servicios de las universidades), y en una organización privada del deporte, que sería el sector privado con un tejido asociativo sin ánimo de lucro (Comité Olímpico Español, federaciones deportivas, agrupaciones de clubes, entes de promoción deportiva y ligas profesionales, federaciones deportivas autonómicas y diferentes figuras asociativas), y un tejido empresarial con ánimo de lucro (empresas de servicios deportivos y sociedades anónimas deportivas).

Precisamente autores como Slack y Parent, (2006) definen la organización deportiva como “una entidad social que participa en la industria del deporte; que está dirigida por un objetivo, con un sistema de actividad estructurado conscientemente y con límites relativamente identificables” (p. 5). Esta definición se refiere a organizaciones públicas, de prestación voluntariado, privadas, con y sin fines de lucro, de producción de productos y servicios deportivos, de desarrollo de actividades deportivas, de creación de oportunidades de deporte competitivo, y de retransmisión y comunicación deportiva (Gómez, et al., 2008).

En este sentido para Acosta (2005), las organizaciones deportivas deben tener una estructura adecuada para su correcto funcionamiento y éxito, donde la estructura es “la manera en que se dividen las tareas de una organización deportiva y se asignan a empleados o voluntarios, las relaciones de subordinación entre los titulares de estas funciones, y los mecanismos de coordinación y control utilizados en la organización deportiva” (Slack, 1997, p. 6).

La estructura también sirve para a partir del organigrama, establecer las tareas que deben hacer los individuos que la forman (Acosta, 1999), diferenciando por un lado a las organizaciones deportivas emergentes que no tienen gran complejidad de gestión y su acción depende normalmente de voluntarios aficionados al deporte, y por otro lado las organizaciones deportivas desarrolladas en las que es necesario que exista un buen gerente y empleados comprometidos por la acción.

Por otro lado, según Gómez et al. (2008) y después de una amplia revisión bibliográfica comprendida entre los años 1975 y 2006, la mayoría de las organizaciones deportivas se engloban en dedicadas a la promoción y desarrollo del deporte, divididas a su vez en organismos de gobierno deportivo, organizaciones productoras de eventos deportivos y organizaciones proveedoras de actividad deportiva.

Teniendo en cuenta los antecedentes antes mencionados, en la época actual y dentro del ámbito universitario aparece una nueva forma de crear una organización deportiva cuya práctica es aún muy poco común. Son las denominadas junior empresas.

Una junior empresa es una asociación de estudiantes universitarios sin ánimo de lucro, que nace con la idea de mejorar su formación. Se crea con el objetivo de ser un complemento práctico de la enseñanza técnica que adquieren en sus estudios. Se pretende también con esta iniciativa un mayor acercamiento del mundo universitario al empresarial (Federación de Junior Empresas del Sur, 2013). A su vez, este tipo de organización es creada y gestionada por estudiantes que dejan de pertenecer a ellas en el momento en que finalizan su vinculación con la Universidad, y su objetivo es proporcionar experiencia laboral a dicho colectivo.

Por esta razón, con objeto de ofrecer una posibilidad más en el futuro ámbito profesional, esta experiencia tiene el objetivo de crear una juniorempresa para servir de ejemplo en la creación de una empresa deportiva.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia se asocia a la asignatura de Planificación y Dirección de Actividades Físicas y Deportivas de 4º de Grado en Ciencias de la Actividad Física y Deporte. Concretamente en el bloque de contenido titulado “la gestión del deporte como yacimiento de empleo en el sector del ocio y la recreación”. En este sentido, la evaluación del alumno en la asignatura tiene un porcentaje asociado a la parte teórica

(50%) y un 50% que corresponde a la parte práctica donde el 10% evalúa la creación de una junior empresa deportiva. Así, se solicita al alumnado que se divida en tres grupos para a partir de un análisis del mercado, propongan una idea de negocio deportivo.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta experiencia se llevaron a cabo dos procesos destacados. En primer lugar se realizó al comienzo de las clases un seminario impartido por la responsable de la Federación de Junior Empresas del Sur, que explicó en qué consistía este tipo de organización, cuáles eran los procesos de creación, así como los beneficios para la ejecución de la misma. Por otro lado, durante cinco semanas a partir de la presentación de la asignatura, los alumnos buscaban en la web empresas deportivas innovadoras, analizando si sus ideas podrían crear un nuevo modelo de negocio deportivo. Tras el análisis, cada grupo establecía una idea y a partir de esta, creaba su juniorempresa deportiva.

Posteriormente, cada junior empresa tenía el objetivo de establecer su estructura junto los departamentos que compondrían su organización, cuáles serían las competencias de los recursos humanos, necesidad de material, así como la creación real de los documentos para inscribirse como empresa. Para cumplir con el trabajo, cada grupo tenía que entregar al final de la asignatura los documentos necesarios para la creación de la junior empresa, así como un plan de empresa.

El trabajo se realizaba en clase dejando una hora a la semana para poner en marcha los procesos necesarios para la creación de la junior empresa al igual que los recursos necesarios para la misma. El periodo de realización de la experiencia fue del 10 de octubre de 2013 al 20 de enero de 2014.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La experiencia desarrollada en la asignatura de Planificación y Dirección de Actividades Físicas y Deportivas, resultó obtener la propuesta de tres junior empresas deportivas, cada una con un total de entre 7 y 9 alumnos.

La primera empresa se denominó Turismo Activo LowCost. Su idea era de mezclar el turismo activo en la naturaleza abajo coste. La empresa buscaría ofrecer servicios a la

comunidad universitaria, debido a que se ajusta perfectamente al perfil de lo que ofrece, actividades físicas y recreativas en el medio natural a coste reducido. Por ello, la misión que propuesto fue la de fomentar el deporte al aire libre en la comunidad universitaria mientras que la visión fue la de convertirse en un referente de turismo activo Low Cost dentro del ámbito universitario. A su vez, la estructura desarrollada contaba con un departamento de marketing, un área económica, un área técnica y un área de logística.

Las principales debilidades encontradas fueron las de que era una empresa nueva sin clientes y falta de experiencia de los socios en el ámbito de la creación de empresas. No obstante, las fortalezas fueron las de experiencia y capacidad en la ejecución de los promotores, posibilidad de diversificar los servicios con los clientes, una estructura empresarial flexible, una ubicación de la sede en un lugar estratégico y el bajo coste de los servicios. A su vez, destacan como oportunidades el interés creciente del ámbito universitario por las actividades físicas en el medio natural, y la posibilidad de colaborar con ciertas entidades, centros públicos y programas de la administración.

La segunda empresa propuesta se denominaba Ibiza Center Sport. Esta idea era una empresa de servicios deportivos orientada a la gestión y organización de actividades innovadoras, tanto en el ámbito de la actividad física-salud como en el de la animación deportiva, con el fin de rentabilizar el uso de las instalaciones deportivas y concretamente de las instalaciones deportivas municipales de Santa Eulalia del Rio (Ibiza).

El programa de actividades ofrecería actividades novedosas y con gran aceptación entre la población (TRX, Crossfit, Zumba, AquaZumba, Aeropilates...), así como un campus de verano multideportivo dirigido a niños. Los servicios pretenderían satisfacer las necesidades de la instalación deportiva a gestionar y de su población. Este programa de actividades estaría dirigido al municipio de Santa Eulalia del Rio (Ibiza) y sus alrededores, abarcando toda la población (bebés, niños, adultos, tercera edad, personas con discapacidad y mujeres embarazadas).

Esta idea se fundamentó y concretó tras conocer y analizar la situación en la que se encontraba la instalación, existiendo un déficit en cuanto a la gestión y oferta de actividades a la sociedad, sin aprovechar el potencial a nivel de espacios deportivos que posee. Además, cabe destacar el dato de que en Ibiza existen pocas instalaciones deportivas que ofrezcan actividades novedosas para la población y un déficit en cuanto

a la oferta de campus de verano multideportivos, ya que existen pocas empresas con este servicio. Por ello, se hace necesaria la labor de la juniorempresa con el fin de extraer el mayor provecho de las Instalaciones Deportivas Municipales de Santa Eulalia del Rio (Ibiza). Por esta razón, el objetivo sería fomentar la práctica de actividad física-deportiva en la isla de Ibiza de forma atractiva a través actividades innovadoras, así como mejorar las relaciones sociales de todos los clientes.

De entre las oportunidades detectadas, las principales son que los clientes tendrían un nivel adquisitivo medio/alto y las pocas empresas competidoras que ofertan actividades innovadoras. No obstante, las debilidades que aportaba la junior empresa estaban relacionadas con las dificultades para obtener financiación y la falta de experiencia en la gestión de una empresa.

La última propuesta de junior empresa se denominaba LowCost Training: Productos y Servicios Deportivos. Esta organización deportiva se definía como un distribuidor de material de entrenamiento a bajo coste, cuya misión sería la de promover la actividad física y deportiva utilizando materiales alternativos de bajo coste. Igualmente, la visión sería la de ser una empresa que a través de la actividad física y de la venta de materiales de entrenamiento, destine fondos para transformar realidades sociales desfavorecidas.

La idea de negocio parte de la búsqueda de acercar el deporte y la actividad física a todos los públicos mediante la venta de equipamiento deportivo de bajo coste. Por esta razón, los principales clientes serían personas jóvenes con recursos económicos limitados o con poco tiempo libre para la práctica deportiva. Instalaciones y clubes deportivos con pocos recursos materiales y económicos. Deportistas interesados en realizar un trabajo complementario en su hogar.

Es por ello que la junior establecía como una gran oportunidad la oferta debido al bajo coste de fabricación y de venta, destacando que la competencia ofrecería productos similares a un coste mucho mayor. Sin embargo, mostraron como mayor debilidad la falta de experiencia de negociación y de la incursión en el mundo laboral, así como la falta de conocimiento para la fabricación de ciertos productos deportivos.

Como conclusiones principales se destaca que la experiencia realizada ha servido de análisis del mercado deportivo para los alumnos, así como para aumentar el conocimiento de cuáles son los aspectos necesarios para crear una empresa. Sin embargo desconocemos si alguna de las tres empresas mencionadas anteriormente superará los envites iniciales de la salida al mercado, pero en todo caso estamos seguros

de que para los alumnos ha supuesto la exposición real al reto del autoempleo y con ningún coste económico. En otra línea somos conscientes de que aún tenemos que trabajar en mejorar algunos aspectos de la asignatura para que la fuerza de la preparación de estas actividades innovadoras siga creciendo, una posibilidad sería por ejemplo aumentar el número de horas de la misma y el que tuviera presencia en los dos cuatrimestres para poder hacer un seguimiento a más largo plazo a los proyectos que se presenten.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, R. (1999). *Dirección, gestión, y administración de las organizaciones deportivas*. Barcelona: Paidotribo.

Acosta, R. (2005). *Gestión y Administración de organizaciones deportivas*. Barcelona: Paidotribo.

Blanco, E., Burriel, J. C., Camps, A., Carretero, J. L., Landaberea, J. A. y Montes, V. (1999). *Manual de la organización institucional del deporte*. Barcelona: Paidotribo.

Fayol, H. (1925). *Organisation générale et industrielle*. París: Dunod.

Federación de Junior Empresas del Sur (2013). *Guía Junior Empresa. Qué son las Junior Empresas, qué ofrecen, su historia y forma de creación*. Obtenido desde http://www.fjesur.com/downloads/guia_junior_empresa.pdf

Frisby, W. (1985). A conceptual framework for measuring the organizational structure and context of voluntary leisure service. *Society and Leisure*, 8, 605-613.

Gómez, S., Opazo, M. y Martí, C. (2008). Características estructurales de las organizaciones deportivas: principales tendencias en el debate académico. *IESE, Business School, Documento de Investigación*, 730.

Gulick, L. y Urwick, L. (1937). *Papers on the Science of Administration*. New York, NY: Columbia University Press.

Hidalgo, A. (2001). Estructura y organización del deporte para todos. En Del Villar, F. y Fuentes, J. P., *Nuevas Perspectivas de Investigación en las Ciencias del Deporte*. Universidad de Extremadura: Servicio de Publicaciones.

Kikulis, L. (2000). Continuity and change in governance and decision making in national sport organizations: institutional explanations. *Journal of Sport Management*, 14, 293-320.

Nichols, G., Taylor, P., James, M., Holmes, K., King, L. y Garrett, R. (2005). Pressures on the UK voluntary sport sector. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16(1), 33-50.

Slack, T. (1997) *Understanding sport organizations* Human Kinetics , Champaign, IL.

Slack, T. y Hinings, C. R. (1987). Planning and organizational change: a conceptual framework for the analysis of amateur sport organizations. *Canadian Journal of Sport Sciences*, 12, 185-193.

Slack, T. y Kikulis, L. (1989). The sociological study of sport organizations: some observations on the situation in Canada. *International Review for the Sociology of Sport*, 24(3), 179-200.

Slack, T. y Parent, M. M. (2006). *Understanding Sport Organizations: The Application of Organization Theory* (2ª. Ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.

Soucie, D. y Rodríguez, V. M. (2002). *Administración, organización y gestión deportiva*. Barcelona: INDE.

Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York, NY: Oxford University Press.