



Factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital

Effective factors on the development of digital entrepreneurship

 Elnaz Kharazmi¹  Maryam Mokhtari Dinani² and  Najaf Aghaei³

¹ Egresada de la Maestría en Gestión Deportiva Departamento de gestión deportiva, Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad Alzahra, Teherán, Irán  misskharazmi@gmail.com

² Profesora asociada de Gestión Deportiva Departamento de gestión deportiva, Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad Alzahra, Teherán, Irán  m.mohtaridinani@alzahra.ac.ir

³ Profesor asociado de gestión deportiva. Departamento de gestión deportiva, Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad de Kharazmi, Teherán, Irán  najaf.aghaei@khu.ac.ir

Author's Notes

Acknowledgements: The author(s) would like to thank all participants of the study.

Conflict of interest statement: The author(s) declare that there are no conflicts of interest.

Funding: The author(s) received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Informed consent: Consent was obtained from all participants included in the present study.

Correspondence regarding this article should be addressed: Maryam Mokhtari Dinani

Cite as – American Psychological Association (APA)

Kharazmi, E., Dinani, M. M., & Aghaei, N. (2024, Sept./Dec.). Effective factors on the development of digital entrepreneurship.[Special issue]. *International Journal of Innovation - IJI*, São Paulo, 12(4), Article e26726. <https://doi.org/10.5585/2024.26726>

Resumen

Objetivo del estudio: El propósito de esta investigación es estudiar los factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital.

Metodología: La población estadística de esta investigación incluyó a emprendedores digitales deportivos y expertos en gestión deportiva, entre los cuales se seleccionaron 20 personas mediante un muestreo intencional para entrevistas en profundidad hasta alcanzar la saturación teórica. Para el análisis de los datos se utilizó el método de análisis temático.

Originalidad/relevancia: El emprendimiento digital es un campo emergente en el deporte. Por lo tanto, los factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital en el deporte no han sido considerados como un modelo integral y completo.

Principales resultados: Se extrajeron un total de 199 códigos iniciales, tras lo cual se formaron 54 temas preliminares, 10 subtemas, 8 temas principales y 3 categorías principales. Finalmente, las categorías se agruparon en 3 categorías principales, que incluyen factores de contexto, estructurales y de contenido.

Contribuciones teóricas/metodológicas: La comprensión de los factores efectivos en el emprendimiento digital en el deporte puede contribuir al crecimiento y desarrollo de este campo. Este trabajo busca ofrecer una expresión más profunda sobre este importante campo.

Contribuciones sociales/gerenciales: Basándose en los hallazgos de la investigación, se sugiere que, en un primer paso, se ofrezcan cursos de formación especializados y actualizados sobre emprendimiento digital y, en los pasos siguientes, se forme un sistema sindical específico para los emprendedores deportivos para regular la relación entre el sector privado y el gobierno en el ámbito del emprendimiento deportivo.

Palabras clave: emprendimiento, emprendimiento digital, desarrollo, negocios, deportes.

Fatores efetivos no desenvolvimento do empreendedorismo digital

Resumo

Objetivo do estudo: O objetivo desta pesquisa é estudar os fatores efetivos no desenvolvimento do empreendedorismo digital.

Metodologia: A população estatística desta pesquisa incluiu empreendedores digitais do esporte e especialistas em gestão esportiva, entre os quais 20 pessoas foram selecionadas por amostragem intencional para entrevistas em profundidade até alcançar a saturação teórica. O método de análise temática foi utilizado para a análise dos dados.

Originalidade/relevância: O empreendedorismo digital é um campo emergente no esporte. Portanto, os fatores efetivos no desenvolvimento do empreendedorismo digital no esporte não foram considerados como um modelo abrangente e completo.

Principais resultados: Um total de 199 códigos iniciais foram extraídos, após os quais 54 temas preliminares, 10 subtemas, 8 temas principais e 3 categorias principais foram formados. Finalmente, as categorias foram agrupadas em 3 categorias principais, incluindo fatores de contexto, estruturais e de conteúdo.

Contribuições teóricas/metodológicas: A conscientização sobre os fatores efetivos no empreendedorismo digital no esporte pode contribuir para o crescimento e desenvolvimento deste campo. Este trabalho busca oferecer uma expressão mais profunda sobre este importante campo.

Contribuições sociais/gerenciais: Com base nos resultados da pesquisa, sugere-se que, em um primeiro passo, sejam oferecidos cursos de formação especializados e atualizados em empreendedorismo digital e, nos próximos passos, seja formado um sistema sindical específico para os empreendedores esportivos, a fim de regulamentar a relação entre o setor privado e o governo no campo do empreendedorismo esportivo.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo digital, desenvolvimento, negócios, esportes.

Effective factors on the development of digital entrepreneurship

Abstract

Objective of the study: The purpose of this research is to study the effective factors on the development of digital entrepreneurship.

Methodology: The statistical population of this research included digital sports entrepreneurs and sports management experts, from whom 20 people were selected by purposeful sampling for in-depth interviews until reaching theoretical saturation. Thematic analysis method was used for data analysis.

Originality/relevance: Digital entrepreneurship is an emerging field in sport; therefore, the effective factors on the development of digital entrepreneurship in sport have not been considered as a comprehensive and complete model.

Main results: A total of 199 initial codes were extracted, after which that, 54 preliminary themes, 10 sub themes, 8 main themes and 3 main categories were formed. Finally, the categories were grouped into 3 main categories, including background, structural, and content factors.

Theoretical/methodological contributions: Awareness of the effective factors on digital entrepreneurship in sport can contribute to the growth and development of this field. This work aims to offer a deeper expression on this important field.

Social/management contributions: Based on research findings, it is suggested that in the first step, specialized and up-to-date training courses be provided on digital entrepreneurship, and in the next steps, a specific trade union system for sports entrepreneurs should be formed to regulate the relationship between private sector and the government in the field of sports entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, digital entrepreneurship, development, business, sports.

Introducción

La industria del deporte es una de las más rentables del siglo XXI, y las personas más ricas del mundo suelen invertir en el ámbito del recreo y el deporte (Potts & Thomas, 2018). Las mejores y más populares marcas del mundo están relacionadas con el campo del deporte (Ferreira, Fernandes & Ratten, 2019). Las estadísticas muestran que el 15% del PIB mundial en 2018 se destinó a la recreación, la salud y el deporte (Ashouri, Dosti, & Hoseini, 2022). Hoy en día, el

deporte, como la sexta industria generadora de ingresos en los países desarrollados, ha logrado atraer la atención de muchos propietarios de ideas, emprendedores deportivos y centros de promoción de la innovación (Hattink & Wichers, 2021). El desarrollo de procesos empresariales ha creado riqueza, valor y nuevas oportunidades laborales (Wallis et al., 2020). El deporte ha sido estudiado desde diferentes ángulos debido al importante papel que desempeña en nuestra vida cotidiana (Olivier, 2006). Sin embargo, los investigadores no han reconocido a la industria del deporte como una entidad económica, y se sabe poco sobre el deporte desde una perspectiva empresarial (Pellegrini et al., 2020).

El emprendimiento es un fenómeno multifacético, y un emprendedor se ha definido como una persona que establece y gestiona un negocio con fines de lucro y crecimiento (Smith, Hamilton, Fabian, 2019). Según el informe de 2023 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Irán no tiene una posición aceptable entre los 51 países activos en este consorcio de investigación y se ha clasificado en el puesto 50. Por segundo año consecutivo, el entorno empresarial general de Irán se ha situado en la segunda categoría más baja de calidades. El año pasado y este año, el entorno empresarial de Irán fue solo mejor que el de Sudán y Venezuela, respectivamente. Esto es así, mientras que el emprendimiento puede desempeñar un papel esencial en el desarrollo económico de las sociedades.

El emprendimiento deportivo implica a individuos, organizaciones o comunidades que trabajan juntos para crear valor en grupo con el fin de aprovechar diversas oportunidades (Kerenyi & McIntosh, 2020). El emprendimiento deportivo se ha considerado un enfoque nuevo y colaborativo hacia el desarrollo sostenible de las sociedades porque desempeña un papel importante en el desarrollo de negocios, empleo, bienestar, salud mental y física; este tipo de emprendimiento es un factor para el progreso del país, así como para el crecimiento individual o la resolución de problemas sociales. Por otro lado, el emprendimiento en el deporte puede desempeñar un papel esencial y contribuir a la salud de la sociedad, así como a la sostenibilidad y continuidad de las empresas deportivas mediante la consideración del entorno competitivo en los programas deportivos, el desarrollo de clubes, la construcción de instalaciones y dispositivos deportivos. Aunque el emprendimiento en el deporte es una categoría nueva, puede incluir diversos aspectos como el empleo y la educación. Prestar atención al deporte y encontrar formas adecuadas de implementar los programas requiere describir el estado del emprendimiento deportivo en el país, y dado que el deporte y la educación física son altamente atractivos entre la gente, el

emprendimiento anima a los responsables deportivos a desarrollar nuevas soluciones y estrategias aplicando la innovación y las ventajas competitivas (Belz & Binder, 2017).

El ecosistema empresarial es un nuevo enfoque para examinar de manera sistemática y comprensiva el desarrollo del emprendimiento en diversos campos como el deporte. El concepto de ecosistemas empresariales se ha derivado de la literatura sobre desarrollo regional y gestión estratégica (Acs et al., 2017). Basado en el enfoque del ecosistema, el emprendimiento es una función de la interacción entre las características de las personas y los factores ambientales, que pueden afectar a los emprendedores y al proceso empresarial a nivel local, regional o incluso nacional (Stam, 2015). Para ser competitivos, los ecosistemas empresariales deben desarrollarse de acuerdo con los requisitos regionales o las necesidades de la industria (Soto-Rodriguez, 2015).

En Irán, los investigadores han reconocido los siguientes factores principales involucrados en el ecosistema empresarial: ideas y talentos, estructuras de apoyo e infraestructuras, comunidad de startups, formulación de políticas, financiación, tendencias públicas y el mercado (Arasti & Gholami, 2010). Los principales factores que crean un ecosistema empresarial en el deporte iraní incluyen el entorno empresarial, el capital humano, el liderazgo empresarial, los lugares, el equipo y los servicios deportivos, la financiación y la infraestructura empresarial (Farahmandmehr et al., 2019). Además, las dimensiones del ecosistema del emprendimiento deportivo en Irán pueden priorizarse en las seis principales dimensiones de política, apoyo, mercado local y global, cultura, capital financiero y capital humano (Neghdari et al., 2019). Por otro lado, la estrecha conexión del deporte con la salud, la educación y el turismo ha hecho del emprendimiento en la plataforma digital un componente importante de la industria del deporte. La naturaleza social del deporte requiere la utilización de la tecnología, especialmente en formatos digitales y en línea (Zeimers et al. 2019). En comparación con otros sectores industriales, la industria del deporte ha sido receptora de muchas innovaciones tecnológicas y transformación digital, que han afectado al crecimiento económico y la productividad de las unidades de la industria deportiva (Hayduk, 2019). Las tecnologías digitales han democratizado el emprendimiento al crear un campo de juego más equitativo, lo que ha allanado el camino para el desarrollo del ecosistema del emprendimiento deportivo a medida que más personas están capacitadas para innovar (Retten & Thompson, 2020).

Marco Teórico De Referencia

El crecimiento continuo del comercio electrónico y la evolución de las tecnologías de la información han llevado al auge del emprendimiento digital (Zhou & Lee, 2023; Chang et al., 2018; Wang et al., 2016). El emprendimiento digital es un campo del emprendimiento que implica el uso de Internet, tecnologías de la información y comunicación (TIC). Se refiere a la creación de un negocio en Internet en un área específica para vender o brindar servicios en línea (Satalkina & Steiner, 2020). Esta ciencia emergente está entrelazada con nuevas formas de modelos de negocio (Sussan & Acs, 2017), lo que puede conducir a cambios fundamentales al digitalizar las empresas (Le Dinh et al., 2018; Oumlil & Juiz, 2018). Las oportunidades tecnológicas para los emprendedores digitales dependen de la infraestructura de tecnología de la información existente (Nambisan, 2017). Según Sussan y Acs (2017), los usuarios y participantes de un ecosistema digital pueden comunicarse fácilmente entre sí, y por lo tanto, los ecosistemas digitales ofrecen grandes oportunidades para los emprendedores. Hoy en día, debido al papel de las nuevas tecnologías en los negocios en línea, se presta más atención al emprendimiento digital. En este sentido, las organizaciones han optado por digitalizar sus negocios para competir a nivel internacional (Ratten, 2018). Por lo tanto, se puede decir que el desarrollo del emprendimiento digital en todas las industrias es importante e inevitable (Tumbas et al., 2018). Este tipo de emprendimiento es una oportunidad para utilizar otras herramientas de tecnología de la información y comunicación, y sin duda, el papel de este tipo de actividades económicas en el PIB de los países se hará más prominente en las próximas décadas (Giones & Brem, 2017). Retten (2018) sostiene que existe una creciente demanda de productos y servicios innovadores basados en deportes que utilizan tecnologías emergentes, lo que impulsa el emprendimiento deportivo. Los resultados de la investigación de Bagherian (2021) también indican que la búsqueda de la frase "ejercicio en casa" en Google ha crecido significativamente durante un período de ocho meses en Irán, desde antes del inicio de la epidemia de COVID-19 hasta la mitad de la misma. Hoy en día, la mayoría de las personas tienen teléfonos inteligentes, y el punto de vista sobre la utilidad del deporte también ha cambiado (Miragaia, Da Costa & Ratten, 2018). Hoy observamos que los bienes y servicios deportivos han sido afectados por el fenómeno de la digitalización. Cada uno de los clubes deportivos tiene su propio sitio web, los clubes están activos en redes sociales, la venta de muchos bienes deportivos y la transmisión de muchos eventos deportivos se realizan a través de sitios web, software de computadora y móvil, y muchos negocios electrónicos se han formado en torno a los deportes. Tang y Blackman (2018) indicaron que las características de gestión y

liderazgo junto con la movilización de recursos humanos son los principales componentes del modelo de negocio de las startups en el ámbito deportivo. Según Ferraro y Di Francisco (2018), los aspectos geográficos, tecnológicos y económicos son importantes en el desarrollo de startups deportivas. Fard et al. (2021) consideran que siete factores clave contribuyen al desarrollo del emprendimiento digital: Modelo de Negocio Digital, Estrategia de Innovación de Producto/Servicio, Ecosistema de Emprendimiento Digital, Factores Ambientales, Configuración de Recursos, Factores Organizacionales y Factores Personales. Según Antonizzi y Smuts (2020), el Autoempleo, la Satisfacción Laboral, la Perspectiva Emprendedora, la Digitalización y la Adopción de la Tecnología son algunas características del emprendimiento digital. Además, los resultados del estudio de Samuel et al. (2020) mostraron que las Capacidades de las Empresas, las Estrategias para la Implementación de Tecnologías Digitales y el Uso de Oportunidades de Digitalización son factores clave del emprendimiento digital en los negocios comerciales. Recker y Von Briel (2019) han estudiado el futuro del emprendimiento digital y han demostrado que este se compone de tres dimensiones: Fenómeno, Tecnologías Digitales como Facilitadores y Resultados o Contextos de los Procesos de Emprendimiento Digital. Autio et al. (2018) también estudiaron los indicadores europeos en el ecosistema de emprendimiento digital y encontraron que el marco y los indicadores de este emprendimiento consisten en Capital Humano, Desarrollo y Difusión del Conocimiento, Red y Soporte y Acceso Financiero. Además, Ngoasong (2018) indicó que los factores que afectan el desarrollo del emprendimiento digital son los siguientes: Políticas, Promoción de Infraestructuras de Tecnologías de la Información y la Comunicación, Desarrollo de Infraestructura de Transporte y Oportunidades de Capacitación en Emprendimiento.

La revisión de los fundamentos teóricos y antecedentes de la investigación indica que la aparición y el desarrollo del emprendimiento no son accidentales y que el emprendimiento es un fenómeno dependiente de factores económicos, sociales, culturales y políticos, que a menudo se consideran como condiciones previas para el desarrollo del emprendimiento (Hosseini et al., 2021). De hecho, muchos factores diferentes afectan el desarrollo del emprendimiento (Navidi et al., 2023). La mejora de las siguientes infraestructuras se encuentra entre los factores más importantes que influyen en el desarrollo del emprendimiento digital: financiero (Cunningham et al., 2016; Autio et al., 2018), legal (Mousa et al., 2024), político (Mousa & Abdelgaffar, 2023; Cunningham et al., 2016; Ngoasong, 2018; Mousa, 2024), educativo (Ngoasong, 2018) y tecnológico (Ngoasong, 2018; Oumlil & Juiz, 2018; Antonizzi y Smuts, 2020).

El emprendimiento digital es un enfoque emergente hacia la innovación. Dado que el emprendimiento digital tiene ventajas como menores costos de inicio, mayor alcance geográfico y mayor interacción con los clientes en comparación con los modelos de negocio tradicionales (Wang et al., 2016), gradualmente se está convirtiendo en una forma de emprendimiento fácilmente aceptada y disponible para la generación más joven (Chang et al., 2020). Por otro lado, el éxito de un ecosistema de innovación depende en gran medida del nivel de comunicación entre sus actores (Iansiti & Levien, 2004). La comunicación es crucial y mejora junto con el progreso del ecosistema (Stephenson, 2008). Además, las barreras más importantes para la innovación y el desarrollo del emprendimiento no están relacionadas con los aspectos tecnológicos o la disponibilidad de capital, sino con la convergencia y coordinación entre los diferentes componentes del ecosistema emprendedor (Moore, 1996). El éxito de los ecosistemas de innovación depende de un alto nivel de comunicación entre sus actores (Iansiti & Levien, 2004).

Según Gonzalez-Serrano et al. (2021), la combinación de altos niveles de negocios, infraestructura, capital humano, tecnología y creatividad, así como altos niveles de infraestructura e investigación, es uno de los factores más importantes que afectan a los ecosistemas de emprendimiento deportivo en los estados miembros de la UE. Ratten y Thompson (2020) también consideran que el uso de redes sociales y la comunicación internacional son de gran importancia en los ecosistemas de emprendimiento deportivo digital. Además, en otra investigación, concluyeron que la internacionalización juega un papel vital en la implementación exitosa de un ecosistema emprendedor, que las redes internacionales son vitales para crear participación deportiva y generar conocimiento entre las partes interesadas, y que el desarrollo de plataformas deportivas para el emprendimiento está influenciado por políticas gubernamentales como presupuestos e incentivos (Ratten, 2019). Darooghe Arefi et al. (2022) presentaron un modelo dinámico de sistema para el ecosistema emprendedor en la industria deportiva de Irán. Sus hallazgos indican que el turismo deportivo, las oportunidades de mercado, la infraestructura de emprendimiento y un ambiente favorable para el emprendimiento juegan un papel importante en el crecimiento de la infraestructura del emprendimiento deportivo en Irán.

De las declaraciones anteriores y similar al estudio de Stam & Van de Ven (2019), está claro que en los últimos años los ecosistemas han atraído mayor atención como herramienta para comprender el contexto del emprendimiento a nivel macro de una sociedad organizacional. Sin embargo, el cuerpo existente de literatura sobre marketing y ecosistemas de startups es incompleto

en varios aspectos. Aunque estudios recientes han analizado los factores que afectan la creación de emprendimientos y ecosistemas de negocios en general, pocos estudios los han estudiado específicamente en el sector deportivo sin proporcionar un marco de investigación (Gonzalez-Serrano, 2021). Por lo tanto, debido a la falta de información, investigación y modelos en el campo del ecosistema de emprendimiento y startups deportivas, los fundadores de startups deportivas han dado pasos en esta dirección basándose en su poder innovador y supuestos que se han asociado con varios desafíos. El deporte es inherentemente competitivo e incluye varias instituciones, y una metáfora biológica es útil para comprender la evolución del emprendimiento y la forma en que interactúan desde una perspectiva ecológica (Ratten & Nanere, 2020). Además, el emprendimiento digital en Irán, que es un país en desarrollo, enfrenta problemas y desafíos debido a su naturaleza y la ausencia de una plataforma adecuada. Los desafíos más importantes para el desarrollo del emprendimiento digital en Ir.

Los desafíos más importantes para el desarrollo del emprendimiento digital en Irán son los siguientes: la falta de una plataforma adecuada en términos de equipos técnicos y de red y la seguridad de los intercambios de datos personales, la débil infraestructura de internet, la ausencia de apoyo gubernamental, la falta de experiencia en gestión y la naturaleza que consume tiempo de obtener los permisos necesarios, que son otros obstáculos para el desarrollo del emprendimiento electrónico (Zare, 2016). A pesar de tales desafíos, el emprendimiento digital en el deporte es crucial para impulsar la innovación, aumentar la participación de los aficionados y crear modelos de negocio sostenibles en la industria deportiva. Las plataformas y tecnologías digitales permiten modelos de negocio innovadores como los eSports, experiencias deportivas virtuales y mercados deportivos en línea (Ratten & Thompson, 2020). La digitalización crea innovación, optimiza las cadenas de valor y permite su flujo en tiempo real (mecanismo de difusión) (Cieśliński & Tomanek, 2022). Las plataformas digitales facilitan la comunicación directa entre las organizaciones deportivas y los aficionados, fomentando un sentido más profundo de comunidad y lealtad (Mousa, Althalathini & Avolio, 2024; Sanchez-Medina, 2020; Pless, 2007). Los negocios digitales pueden reducir los impactos ambientales y los costos operativos asociados con eventos y actividades deportivas tradicionales (Mousa & Abdelgaffar, 2023). Además, el emprendimiento digital en el deporte tiene el potencial de crear una revolución en la forma de experimentar, consumir y generar ingresos a partir del deporte en la era digital (Mousa & Arslan, 2023).

Por otro lado, tras el brote de COVID-19 y la declaración de pandemia por la OMS el 11 de marzo de 2020 (Concostran y Borland, 2020), la necesidad de las personas de permanecer en casa y su disposición a comprar en línea llevaron a un aumento abrupto en los servicios digitales (Ratten, 2021). Irán fue uno de los países afectados por COVID-19 (Afshar Jahanshahi et al., 2020), lo que afectó gravemente a este país desde marzo de 2020 (Zhang et al., 2020). Además, el pueblo de Irán ha enfrentado desafíos únicos como sanciones, estancamiento económico y falta de equipos y suministros médicos (Chen et al., 2022). La crisis de COVID-19 en Irán se ha visto agravada por una década de sanciones lideradas por Estados Unidos (Afshar Jahanshahi et al., 2020, 2021). El ecosistema emprendedor de Irán ha cambiado significativamente después de la epidemia de COVID-19. El número de startups fracasadas ha aumentado y ha habido opciones limitadas para financiar sus actividades emprendedoras, incluidos fondos de capital de riesgo respaldados por el gobierno, la Oficina Presidencial de Ciencia y Tecnología y el Fondo Nacional de Innovación (Salamzadeh & Paul Dana, 2021). Los desafíos asociados con la pandemia de COVID-19 han impulsado el emprendimiento digital y creado muchas nuevas oportunidades (Tajvidi & Tajvidi, 2021). En las últimas décadas, el progreso tecnológico ha llevado a la digitalización de la economía, y el brote de COVID-19 ha acelerado el desarrollo de la economía digital y ha destacado la necesidad de su mayor desarrollo (Schrage, 2020). El emprendimiento deportivo se considera un componente esencial del sistema de organizaciones deportivas, y en las condiciones posteriores a la pandemia de COVID-19, dicho emprendimiento ha cobrado aún más importancia (Ratten, 2020).

Método

Esta investigación adopta una estrategia exploratoria secuencial y es de naturaleza cualitativa. Para identificar los factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital en el ámbito deportivo iraní, se ha utilizado el análisis de contenido cualitativo, así como la codificación abierta y axial de entrevistas. La población estadística de esta investigación incluyó a emprendedores digitales deportivos y expertos en gestión deportiva, de los cuales se seleccionaron 20 personas mediante un muestreo no probabilístico en cadena (snowball sampling) para realizar entrevistas, las cuales continuaron hasta que los códigos alcanzaron saturación teórica (Glaser, 2017). La muestra de investigación tenía antecedentes ejecutivos y de investigación relacionados con el tema de estudio (Tabla 1).

Tabla 1

Características de las muestras de investigación

Código	Educación	Posición Organizacional	Experiencia Laboral
S1	MSc	Director ejecutivo de dos startups deportivas	10 años de experiencia docente en centros de innovación
S2	PhD	Profesor académico en el campo del deporte	12 años de experiencia ejecutiva en startups
S3	MSc	Fundador y miembro de varias startups	15 años de experiencia laboral y de gestión en instalaciones deportivas
S4	PhD	Fundador de una startup deportiva e investigador deportivo	19 años de experiencia laboral ejecutiva y de gestión en publicaciones y medios electrónicos
S5	MSc	Emprendedor digital	12 años de experiencia en programación y diseño web, 7 años a cargo de redes de transmisión en el extranjero
S6	MSc	Profesor de TI en centros de transmisión	11 años de experiencia laboral ejecutiva en federaciones deportivas
S7	PhD	Experto en federación de ciclismo	7 años de experiencia en el campo de la tecnología financiera
S8	PhD	Experto en financiación de startups	Más de 15 años de experiencia en enseñanza e investigación en gestión deportiva
M1	PhD	Miembro de la facultad universitaria	30 años de experiencia en enseñanza e investigación en gestión deportiva
M2	PhD	Miembro de la facultad universitaria	Más de 15 años de experiencia en enseñanza e investigación en marketing deportivo
M3	PhD	Miembro de la facultad universitaria	Más de 20 años de experiencia en enseñanza, gestión ejecutiva e investigación en gestión deportiva, emprendimiento y desarrollo económico
M4	PhD	Miembro de la facultad universitaria	Más de 17 años de experiencia en enseñanza e investigación en gestión deportiva
M5	PhD	Miembro de la facultad universitaria	Más de 13 años de experiencia en emprendimiento digital
E1	MSc	Fundador de dos startups en el campo de la salud	15 años de experiencia en gestión y enseñanza de negocios en startups
E2	MSc	Gerente de capacitación de SAKOO Accelerator - fundador de una startup en el campo de la salud	12 años de experiencia en consultoría y gestión en el campo del emprendimiento
E3	MSc	Director general y editor de la revista mensual para startups	Más de 10 años de experiencia en gestión en el campo del emprendimiento digital
E4	MSc	Director y fundador de dos startups en el campo de la salud y tratamiento	20 años de experiencia ejecutiva y de gestión en TI

Código	Educación	Posición Organizacional	Experiencia Laboral
E5	MSc	Gerente y fundador de una startup en el campo deportivo	12 años de experiencia ejecutiva en el campo del emprendimiento digital
E6	MSc	Director y fundador de tres startups en el campo de la salud	15 años de experiencia en gestión y consultoría de negocios digitales
E7	MSc	Gerente de varios equipos de inteligencia artificial y programación	10 años de experiencia ejecutiva en clubes deportivos

Hemos recopilado datos de Irán, un país que ha enfrentado sanciones económicas (Afshar Jahanshahi et al., 2020; Navidi et al., 2023) y experimentado la pandemia de COVID-19 (Chen et al., 2022; Mokhtari Dinani et al., 2023; Zhang et al., 2020). Se formularon nueve preguntas de investigación abiertas y generales. Posteriormente, las preguntas se basaron en las respuestas de los participantes para descubrir aspectos más específicos y profundos. Los datos brutos se obtuvieron de forma inductiva a partir de entrevistas en profundidad y se analizaron de acuerdo con el enfoque de análisis temático de Braun, Clarke y Weate (2016). Este método implica un proceso de seis fases de análisis, que son las siguientes: Paso 1: Familiarizarse con los datos, Paso 2: Generar los códigos iniciales, Paso 3: Buscar temas, Paso 4: Revisar los temas, Paso 5: Definir los temas, Paso 6: Elaborar el informe. Para el análisis de datos se utilizó el software MAXQDA (versión 2020).

La fiabilidad de las entrevistas se midió utilizando el test de coeficiente Kappa. Este coeficiente permite evaluar el grado de concordancia entre dos mediciones (por dos personas, dos instrumentos o en dos momentos diferentes). En este método, para calcular la fiabilidad de las codificaciones, después de un período de tiempo, se codificaron nuevamente las entrevistas y se calculó el índice de concordancia entre ambas codificaciones según el coeficiente Kappa. El coeficiente Kappa es una variable en el rango de 0 a 1 que se expresa como un porcentaje. El valor mínimo aceptable del coeficiente Kappa es >0.6 , y un valor >0.8 se considera ideal (Guyt, 2014). Por lo tanto, dado que el valor del coeficiente Kappa fue de 0.78 en la presente investigación, se indicó una buena y aceptable fiabilidad del proceso de codificación.

Resultados

A través del análisis de entrevistas semi-estructuradas en profundidad, se intentó presentar un modelo de emprendimiento digital en el deporte.

Tabla 2
Categorías y categorización para el emprendimiento digital en el deporte

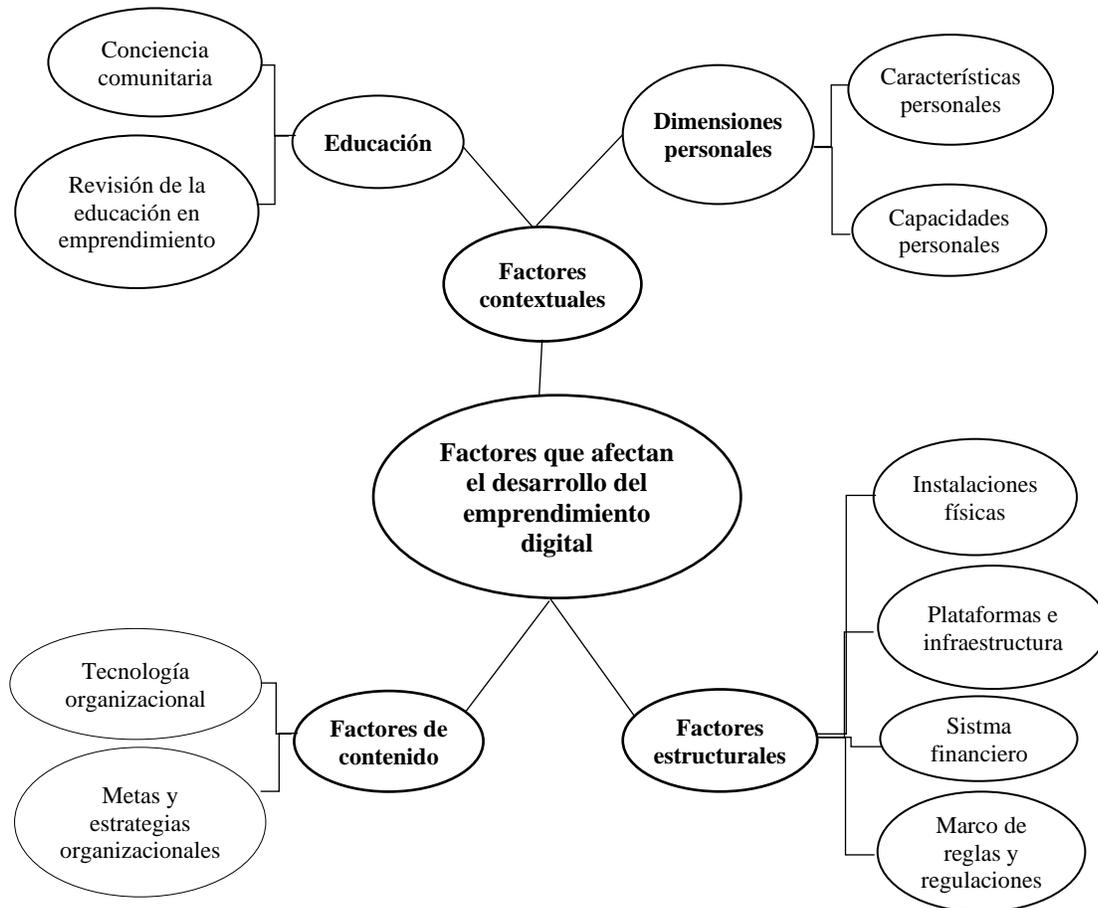
Temas preliminares	Subtemas	Temas principales	Factores
Creatividad		Características personales	
El poder del riesgo		Dimensiones personales	
Interés personal			
Satisfacción laboral			
Espíritu de resolución de problemas			
Perseverancia			
Curiosidad			
Pragmatismo			
Independencia			
Motivación			
Perfeccionismo			
Visión			
Factores de fondo			
Conocimiento y experiencia			
Experiencia previa en emprendimiento			
Autoempleo			
Creación de valor			
Alta capacidad de liderazgo		Capacidades personales	
Promoción de la cultura de emprendimiento digital en la sociedad		Conciencia comunitaria	Educación
Empleo de expertos en el campo del emprendimiento en la enseñanza		Revisión de la educación en emprendimiento	
Revisión del contenido y estilo de la enseñanza universitaria			
Enseñanza de cursos especializados en emprendimiento digital			
Desarrollo de infraestructura de TIC		Equipos y desarrollo de hardware	Instalaciones físicas
Desarrollo del equipamiento de servicios deportivos			
Desarrollo de la infraestructura de transporte			
Factores estructurales		Desarrollo de software digital	Plataformas e infraestructura

Temas preliminares	Subtemas	Temas principales	Factores
Seguridad en internet en el ámbito electrónico			
Economía de red			
Capacidades y habilidades de las empresas			
Revisión de políticas macro			
Interacciones entre instituciones gubernamentales			
Estabilidad política			
Existencia de innovaciones nacionales y experiencia emprendedora			
Nivel de conciencia de los funcionarios gubernamentales sobre los intereses estratégicos de la sociedad			
Programas de desarrollo nacional y priorización de recursos financieros			
Indicadores macroeconómicos			
Acceso a recursos financieros		Desarrollo del acceso a recursos financieros	Sistema financiero
Enmienda de las reglas empresariales			
Enmienda de las leyes fiscales y legales			
Revisión de las leyes del sistema de salud			
Facilitar las condiciones de demanda		Apoyo gubernamental	Compilación y corrección
Marco de reglas y regulaciones			
Digitalización		Requisitos técnicos	Estrategias en la implementación de tecnologías digitales
Reglas			
Tecnología organizacional			
Factores de contenido		Orientación al cliente y marketing	Comunicación y redes
Reclutamiento y retención de personal experto			
Modelo de negocio digital		Competencia	Configuración de recursos
Producto y servicio		Cadena de suministro	Tipo de organización
Nueva idea		Estilo de gestión	Desarrollo técnico del emprendimiento
Metas y estrategias de la organización			

Después de la codificación inicial, se eliminaron términos repetitivos y redundantes, y se retuvieron aquellos relacionados con el desarrollo del emprendimiento digital. Luego, se seleccionó la categoría principal y se relacionó con otras categorías, y finalmente, los temas se interconectaron (Figura 1).

Figura 1

Factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital



Discusión

Esta investigación se llevó a cabo con el objetivo de investigar los factores efectivos en el desarrollo del emprendimiento digital. Los resultados del análisis temático mostraron que las tres categorías principales influyeron en el crecimiento y desarrollo del emprendimiento digital en el ámbito deportivo iraní. Estos factores incluyen los factores de contexto, estructurales y de contenido. Según los resultados, la aparición y el desarrollo del emprendimiento en una plataforma digital están relacionados con las dimensiones personales del emprendedor, y la formación

especializada en este ámbito puede ser una base para la promoción del emprendimiento digital. Dado que el emprendimiento se inicia a partir de una persona, las características individuales de los emprendedores influyen en la forma en que toman decisiones y en los comportamientos que muestran. El emprendimiento depende en gran medida de las características individuales del emprendedor.

Los resultados del análisis de las entrevistas indicaron que las dimensiones individuales incluyen las características y capacidades personales del emprendedor, lo que conduce al surgimiento y crecimiento del emprendimiento digital. Los rasgos de personalidad de un emprendedor son un conjunto de características individuales compartidas por la mayoría de los emprendedores, que generalmente se originan en el entorno familiar y la educación recibida. Los emprendedores poseen alta inteligencia y habilidades analíticas, son capaces de enfrentar riesgos y tolerar fracasos, no temen a las incertidumbres, van más allá de las normas existentes y rompen con la tradición, son innovadores, creativos e inspirados, poseen alta autoconfianza y utilizan tanto métodos formales como informales para aprender cosas nuevas. Además, comprenden bien cómo entender a los demás, aceptar ideas opuestas, así como el modo de vida en redes y mantienen conexiones sólidas con otros. Los modelos psicológicos utilizan el papel de la personalidad, la motivación y el deseo de influir en otros para explicar el emprendimiento.

Otro factor importante en el desarrollo del emprendimiento digital son las capacidades personales, que incluyen capacidades que se crean después del nacimiento y a lo largo de la vida. Parece que esta categoría de habilidades se desarrolla principalmente a través de la educación y la participación en cursos de formación. El comportamiento es un reflejo de las acciones individuales, y la capacidad o disposición de una persona para participar con éxito en un comportamiento emprendedor depende en gran medida de su personalidad (Remeikiene, 2013; Johnston et al., 2009). Dado que el emprendimiento comienza en las personas mismas, los rasgos de personalidad y la actitud de un individuo son de gran importancia en el emprendimiento (Bujor y Avasilcai, 2016; Yildirim et al., 2016; Miranda et al., 2017; Voda y Florea, 2019).

La educación es un proceso sistemático, consciente y orientado a objetivos, durante el cual las personas con alto potencial, no emprendedoras, son formadas de manera creativa. De hecho, la formación en emprendimiento es cualquier actividad destinada a transferir el conocimiento e información requeridos en la dirección del emprendimiento, que mejorará y desarrollará las actitudes, habilidades y capacidades de los no emprendedores. La educación contribuye a la

preparación mental y al uso correcto de las propias habilidades (Hassan, 2020; Lu et al., 2021). Por lo tanto, la educación de una persona y su nivel de conocimiento influyen en su actitud emprendedora (Heryanda et al., 2019; Voda y Florea, 2019; Yıldırım et al., 2016; García-Palma y Molina, 2016; Ngoasong, 2018).

Los factores estructurales incluyen las siguientes categorías: instalaciones físicas, plataformas e infraestructuras, sistema financiero, y el marco de leyes y regulaciones. Las instalaciones físicas, especialmente la infraestructura tecnológica y las herramientas modernas en el deporte, enfrentan una grave debilidad. Esto es mientras que la alta calidad de los recursos de información y la infraestructura de tecnología de la comunicación aumenta la capacidad de las organizaciones en el negocio digital. El desarrollo de infraestructuras físicas y tecnológicas se encuentra entre las estrategias necesarias para el crecimiento del emprendimiento digital en el deporte. Aprovechar la capacidad de los espacios virtuales crea muchas oportunidades emprendedoras. Ratten y Jones (2020) y Ratten y Miragaia (2020) creen que la integración del deporte con la tecnología causa diversidad en el deporte y crea nuevos mercados.

La infraestructura es una plataforma proporcionada por instituciones y organizaciones administrativas o gubernamentales. Las pequeñas y grandes empresas privadas pueden diseñar y presentar diferentes sistemas a su audiencia basándose en la solidez de la infraestructura. Normalmente, el emprendedor considera una lista de requisitos para implementar su idea en el espacio virtual y no invierte hasta que se cumplan estos requisitos; de lo contrario, dejan de trabajar después de invertir y luego se dan cuenta de que la infraestructura no puede cumplir con los requisitos previos de su idea. De hecho, la falta de seguridad afecta la actividad emprendedora, y, naturalmente, las personas no colocan su idea pura en un contexto donde su seguridad se vea fácilmente amenazada. Es de gran importancia proporcionar una infraestructura adecuada para el crecimiento de las actividades emprendedoras, así como fomentar el emprendimiento. Chris Gibbons considera importante apoyar a los propios emprendedores, lo que también debe involucrar el entorno que los rodea.

El sistema financiero que rige una sociedad también se considera un factor estructural esencial en el desarrollo del emprendimiento digital. De hecho, el acceso a recursos financieros es otro factor que influye en el desarrollo del emprendimiento digital porque ayuda a que los negocios avancen con mejor velocidad y mecanismo. El acceso a recursos financieros desempeña un papel clave en el apoyo al emprendimiento, así como en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

Obtener los fondos necesarios para iniciar negocios siempre ha sido un desafío para los emprendedores, y el acceso a recursos financieros para los emprendedores es una preocupación importante en un proceso emprendedor para implementar las oportunidades identificadas (Arbolino, 2017). Parece que las estructuras y leyes del país no han sido desarrolladas para financiar y otorgar facilidades al sector empresarial, especialmente a las pequeñas y medianas empresas. Esto significa que el sector financiero de la economía debe servir al sector real para que los recursos se dirijan hacia el aumento de la eficiencia en el sector emprendedor.

Además, otro factor significativo en el desarrollo del emprendimiento digital es el marco de reglas y regulaciones que gobiernan la sociedad. La evidencia y los estudios disponibles muestran que las leyes y regulaciones vigentes para los negocios no han proporcionado bases adecuadas para las actividades emprendedoras en la plataforma digital, sino que han sido un obstáculo para los objetivos emprendedores en Irán. Se puede decir que los emprendedores notan obstáculos como reglas y regulaciones administrativas en sus negocios en mayor medida que la competencia del sector privado en sus actividades. Las leyes y regulaciones existentes en el espacio de las empresas emergentes son serios impedimentos para la emisión de licencias y procesos ejecutivos, y para mejorar estas condiciones, es necesario reducir el número de centros de toma de decisiones. Varias leyes mayoritariamente engorrosas han llevado a la no conformidad de los inversores de la industria con la multitud de leyes, mientras que los propietarios de las industrias deberían centrarse en la producción y no involucrarse en cuestiones marginales.

La tercera categoría principal conocida como factores de contenido en esta investigación incluye "tecnologías organizacionales" y "objetivos y estrategias de la organización". Las diferentes formas de tecnología son una función de las personas que intentan encontrar formas más eficientes y rápidas de hacer las cosas y aplicar nuevas ideas. Dado que el objetivo general de una tecnología es facilitar y automatizar procesos para mejorar el rendimiento de las personas y las máquinas, las organizaciones que poseen tecnología actualizada y avanzada tienen un mayor rendimiento y un menor riesgo de fracaso. Por otro lado, las estrategias de un emprendedor en la organización pueden llevar al crecimiento y desarrollo del negocio. La estrategia representa todos los procedimientos y decisiones que el emprendedor adopta para lograr los objetivos de la organización y mejorar el rendimiento en su negocio. La gestión y la planificación estratégica son necesarias y beneficiosas para organizaciones de diversos tamaños. Este proceso mejora el rendimiento y garantiza la supervivencia de una organización.

Basado en los hallazgos de esta investigación, se sugiere que las instituciones educativas promuevan cursos especializados en emprendimiento digital, identifiquen a personas talentosas en el campo del emprendimiento digital y las sometan a formación especializada. Además, adoptar una estrategia clara y codificada para el desarrollo del emprendimiento digital en el deporte puede reforzar dicho desarrollo a través de la creación de un sistema de apoyo financiero estable en el país junto con políticas de incentivo relacionadas con exenciones fiscales para el sector privado. Apoyar y fomentar a los inversores del sector privado a invertir en deportes y entregar instalaciones deportivas a estos inversores en condiciones favorables probablemente contribuirá al crecimiento y desarrollo de negocios deportivos digitales. Por otro lado, con la formación de un sistema sindical para emprendedores en el campo del deporte, se pueden formular reglas y regulaciones para determinar los asuntos relacionados con la organización, así como los deberes, poderes, límites y derechos de los individuos, y las unidades comerciales se especifican de acuerdo con esta ley. El objetivo y misión de esta organización es regular la relación entre el sector privado y el gobierno en el ámbito del emprendimiento deportivo para una participación efectiva en la organización de los asuntos comerciales del emprendimiento deportivo.

CRedit Authorship Contribution Statement

Contribution	Elnaz Kharazmi	Maryam Mokhtari Dinani	Najaf Aghaei
Contextualization	X	X	X
Methodology	----	X	X
Software	X	----	---
Validation	X	X	X
Formal analysis	X	----	----
Investigation	X	X	X
Resources	X	----	---
Data curation	X	X	X
Original	X	X	X
Revision and editing	----	X	X
Viewing	----	X	X
Supervision	----	X	X
Project management	----	X	X
Obtaining funding	----	----	----

References

- Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., & O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49(1), 1–10.
- Afshar Jahanshahi, A., Mokhtari Dinani, M., Nazarian Madavani, A., Li, J., Zhang, S. X. (2020). The distress of Iranian adults during the COVID-19 pandemic– more distressed than the Chinese and with different predictors. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 124-125.
- Afshar Jahanshahi, A., Rivas Mendoza, M.I & Vilela Rodriguez, O. (2021). Socially responsible behaviors in extreme contexts: comparing cases of economic sanctions, COVID-19 pandemic, and internal war, *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 17:1, 414427. <https://doi:10.1080/15487733.2021.2003992>
- Antonizzi, J., Smuts, H. (2020). The characteristics of digital entrepreneurship and digital Transformation: a systematic literature review. In: Hattingh, M., Matthee, M., Smuts, H., Pappas, I., Dwivedi, Y., Mäntymäki, M. (eds) Responsible design, implementation and use of information and communication technology. I3E 2020. Lecture notes in computer science, Vol 12066. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20
- Arasti, Z., & Gholami, M. (2010). Causes of failure of entrepreneur in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(4), 163-184.
- Arbolino, R., Carlucci, F., Cirà, A., Ioppolo, G., & Yigitcanlar, T. (2017). Efficiency of the EU regulation on greenhouse gas emissions in Italy: The hierarchical cluster analysis approach. *Ecological Indicators*, 81, 115-123.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2017.05.053>
- Ashouri, T., Dosti, M., Hoseini, A. (2022). Strategies for developing sports entrepreneurship

- opportunities at the macro level subject areas. *Public Policy in Administration*, 4 (12), 25-42.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12, 72-95. <https://doi.org/10.1002/sej.1266>
- Bagherian, S., Mardaniyan Ghahfarrokhi, M., & Banitalebi, E. (2021). Effect of the COVID-19 pandemic on interest in home-based exercise: an application of digital epidemiology. *International journal of Epidemiologic research*, 8(1), 47-53.
- Belz, F. M., Binder, J. K. (2017). Sustainable eEntrepreneurship: a convergent process model. *Business Strategy and Environment*, 26, 17-1.
- Bujor, A., Avasilcai, S. (2016). The creative entrepreneur: A framework of analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 21-28. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.086>
- Cankurtaran, P. Beverland, M. (2020). Using design thinking to respond to crises: B2B lessons from the 2020 COVID-19 pandemic. *Industrial Marketing Management*, 88, 255–260.
- Chang, S. H., Shu, Y., Wang, C. L., Chen, M. Y., & Ho, W. S. (2020). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students? *Computers in Human Behavior*, 107 (1), 1-20. <https://doi:10.1016/j.chb.2019.03.039>
- Chang, S. H., Wang, C. L., Lee, J. C., & Yu, L. C. (2018). Who needs entrepreneurial role models? Driving forces of students' cyber-entrepreneurial career intention. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14 (7), 3083–3098. <https://doi:10.29333/ejmste/91625>

- Chen, J., Zhang, S. X., Wang, Y., Afshar Jahanshahi, A., Mokhtari Dinani, M., Nazarian Madavani, A., & Nawaser, K. (2022). The relationship between age and mental health among adults in Iran during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(5), 3162–3177. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00571-6>
- Cieśliński, W., Mateusz Tomanek. M. (2022). Digital models of business excellence based on the example of sports organizations, digital business models in sport, Taylor and Francis groups, Routledge.
- Cunningham, P.M., Cunningham, M., Ekenberg, L. (2016). Factors impacting on the current level of open innovation and ICT entrepreneurship in Africa. *Journal of Information Systems in Developing Countries*, 73(1): 1-23. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2016.tb00526.x>
- Daroghe Arefi, N., Bahrololoum, H., Andam, R., & Hasani, A. (2022). System dynamics model for sports entrepreneurship ecosystem (case study: Iran), *Kybernetes*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/K-03-2022-0453>
- Farahmandmehr, A., Sharififar, F., Nikbakhsh, R. (2019). Designing and explaining the framework of entrepreneurship ecosystem in sport, *Sport management and development*, 8 (1), 64-83. <https://10.22124/JSMD.1970.3453>
- Fard, M., Kabarazad Ghadim, MR., Haghyghat Monfared, J. (2021). Modeling and configuration the factors affecting the development of digital entrepreneurship in small and medium knowledge-based companies. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14 (3), 501-520.
- Ferraro, P., Di Francesco, A. (2018). Digital sport startups: global trends and determinant of success. *Politecnico*, 4.

- Ferreira, J., Fernandes, C., Ratten, V. (2019). The effects of technology transfers and institutional factors on economic growth: evidence from Europe and Oceania. *The Journal of Technology Transfer*, 44, 1505-1528. <https://doi.org/10.1007/s10961-019-09730-3>
- García-Palma, M. B., & Molina, M. I. S.-M. (2016). Knowledge and female entrepreneurship: A competence and social dimension, *Suma de Negocios*, 7(15): 32-37.
<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.005>
- Giones, F., Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: a definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44-51.
<https://timreview.ca/article/1076>
- Glaser, B. (2017). Discovery of grounded theory: strategies for qualitative research. *Rutledge*.
- Gonzalez-Serrano, M. H., Josep, C-H., Carlos, P-C., Calabuig, F. (2021). Entrepreneurial ecosystems for developing the sports industry in European Union countries. *Journal of Business Research*, 136, 667–677.
- Gwet, K.L. (2014). Handbook of inter-rater reliability: The definitive guide to measuring the extent of agreement among raters. Advanced Analytics LLC.
- Hassan, HK. (2020). Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: the influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education. *On the Horizon*.
- Hattink, B., Wichers, J. (2021). Sports and entrepreneurship. In world encyclopedia of entrepreneurship. Edward Elgar Publishing, 1-512.
- Hayduk, T. (2019). Leveraging sport mega events for international entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 1–25.
- Heryanda, K. K., Mayasari, N. M. D. A., Putra, K. E. S. (2019). The improvement of students'

- interest in business in economics faculty, Ganessa Education University, through motivation and knowledge of entrepreneurship. Paper presented at the international conference on tourism, economics, accounting, management, and social science (TEAMS 19). <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.30>
- Hosseini, S., Mokhtari Dinani, M., Rezaei Pandari, A. (2021). Presenting a Model of Factors Affecting Sports Entrepreneurship. *Sports Business Journal*, 1(1), 131- 151.
- Iansiti, M., Levien, R. (2004). Strategy as ecology. *Harvard Business Review*, 82.
- Johnston, K.A., Andersen, B.K., Davidge-Pitts, J., Ostensen-Saundres, M. (2009). Identifying ICT entrepreneurship potential in students, proceedings of informing science & IT education conference (InSITE), 27-41. <https://doi.org/10.28945/1230>
- Kerenyi, A., McIntosh, R.W. (2020). Steps towards realizing global sustainable development. In: sustainable development in changing complex earth systems. Pp. 227-262. Part of the sustainable development goals series.
- Le Dinh, T., Vu, M C., Ayayi, Ay. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International journal of entrepreneurship*, 22(1): 1- 17.
- Lu, G., Song, Y., Pan, B. (2021). How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: an empirical analysis from China, *Sustainability*. 13(6), 3224.
- Miragaia, DA., Da Costa. CD., Ratten, V. (2018). Sport events at the community level, a pedagogical tool to improve skills for students and teachers. *Education and Training*, 60 (5), 431-442. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2017-0206>
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European*

research on management and business economics, 23(2), 113-122.

<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>

Mokhtari Dinani, M., Afshar Jahanshahi, A., Nazarian Madavani, A., Rivas Mendoza, M. I., Soltani, S. (2024). Mental Resilience in Crisis: Examining the Mental Health and Well-Being of Iranian Athletes during the COVID-19 Pandemic, *Journal of Public Affairs*, 24:e2950 <https://doi.org/10.1002/pa.2950>

Mokhtari Dinani, M., Rezaei Pandari, A., Divjan, Z. & Afshar Jahanshahi, A., (2023).

Prevention and control of violence and aggression in football fans: Implications for sport psychologists, fans, and policymakers. *Journal of Ethnicity in Substance Abuse*, <https://doi.10.1080/15332640.2023.2258487>

Moore, N., Levermore, Roger. (2012). English professional football clubs: Can business parameters of small and medium-sized enterprises be applied? *Sport, Business and Management: An International Journal*, 2(3), 196 – 209.

Mousa, M. (2024). Refugee entrepreneurship in a non-Western country: How do Syrian refugee entrepreneurs respond to diaspora consciousness and negative prejudice? *International Migration*, 62 (3). <https://doi.org/10.1111/imig.13260>

Mousa, M., & Abdelgaffar, H. (2023). They sell Shawarma and pain: How do refugee entrepreneurs include host-country citizens? Evidence from a non-Western country. *Tourism and Hospitality Research*, <https://doi.org/10.1177/14673584231182992>

Mousa, M., Abdelgaffar, H. (2023). Why family business might be the preferable choice for Syrian refugees. *International Migration*. <https://doi.org/10.1111/imig.13193>

Mousa, M., Althalathini, D., Avolio, B. (2024). Autonomy, competence and relatedness: how and why do artisan entrepreneurs act as responsible leaders? *Journal of Small Business*

and Enterprise Development, <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2023-0342>

Mousa, M., Arslan, A. (2023). Responsible leadership practices in the hospitality sector family businesses: evidence from an emerging market, *Journal of Family Business Management*, <https://doi.org/10.1108/JFBM-01-2023-0008>

Mousa, M., Avolio, B., Molina-Moreno, V. (2024). Context really matters: why do women artisans in the Peruvian context avoid the sole ownership of their enterprises? *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, <https://doi.org/10.1108/JEPP-09-2023-0087>

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship, toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1074/jbc.270.45.27339>

Navidi, N., Mokhtari Dinani, M., Norouzi Seyed Hossini, R., Afshar Jahanshahi, A. (2023). A sport-based social entrepreneurship: what do we need? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 15 (3), 213- 231. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2023.131660>

Negahdari, F., Ghahraman Tabrizi , K., Sharifian, I., Biabani, H. (2019). Identification and ranking of the dimensions of the sports entrepreneurial ecosystem in Iran, *Sport management studies*, 11 (57), 79- 104. <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6586.2360>

Ngoasong, M Z. (2018). Digital entrepreneurship in a resource-scarce context, a focus on entrepreneurial digital competencies. *Journal of small business and Enterprise Development*, 25(3), 1-36. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0014>

Olivier, S. (2006). Moral dilemmas of participation in dangerous leisure activities. *Leisure Studies*, 25(1):95–109.

Oumlil, R., Juiz, C. (2018). Acceptance of tourism E-entrepreneurship: application to educational Balearic Islands context. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21 (1), 1-

16.

Pellegrini, M.M, Rialti, R., Marzi, G., Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: a synthesis of existing

Literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3):795–826.

Pless, N.M. (2007). Understanding responsible leadership: roles identity and motivational drivers, *Journal of Business Ethics*, 74 (4), 437-456.

Potts, J., Thomas, S. (2018). Toward a new (evolutionary) economics of sports, *Sport, Business and Management*, 8 (1), 82-96. <https://doi.org/10.1108/SBM-04-2017-0023>

Ratten, V. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) and sport entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(6), 1379–1388.

<https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2020-0387>

Ratten, V. (2021). COVID- 19 and entrepreneurship: Future research directions. *Strategic Change*, 30(2). <https://doi.org/10.1002/jsc.2392>

Ratten, V. (2021). Introduction: Innovation and entrepreneurship in sport management. La Trobe University.

Ratten, V. (2018). Social entrepreneurship through digital communication in farming. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1), 99-110.

<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-07-2017-0045>

Ratten, V. (2020). Sport Start-ups: The Role of Networking", *Sport Entrepreneurship*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 93-106.

Ratten, V. (2018). The future for sport entrepreneurship. *Sport Entrepreneurship*, 10(1): 139-49.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-73010-3_10

- Ratten, V., Escamilla-Fajardo, P. and Núñez-Pomar, J. (2020). Sport Start-up Practices: Thoughts and Insights, Ratten, V. (Ed.) *Entrepreneurship as Empowerment: Knowledge Spillovers and Entrepreneurial Ecosystems*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 111-125.
- Ratten, V., Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: Toward an entrepreneurial learning approach. *Education Training*, 60(5), 490-499.
- Ratten, V., Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 961-980.
<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00664-z>
- Ratten, V., Miragaia, D. (2020). Entrepreneurial passion amongst female athletes. *Journal of Small Business and entrepreneurship*, 32(1), 59-77.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551460>
- Ratten, V. and Nanere, M. (2020), Sport Entrepreneurship and Entrepreneurial Ecosystems, *Sport Entrepreneurship*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 75-92.
- Ratten, V., Thompson, A. (2020). Digital sport entrepreneurial ecosystems. *Thunderbird International Business Review*, 1-14.
- Recker, J., Von Briel, F. (2019). The future of digital entrepreneurship research: existing and emerging opportunities. Fortieth international conference on information systems.
- Remeikiene, R. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education, International conference Croatia.
- Salamzadeh, A., & Paul Dana, L. (2021). The coronavirus (COVID-19) pandemic: challenges among Iranian startups. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33 (2), 1-24.
- Samuel, M., Gayatri, Ch., Baradi, M. (2020). Drivers and barriers to e-government adoption in

- Indian cities. *Journal of Urban Management*, 9(4), 408-417.
- Sanchez-Medina, P.S. (2020). Organizational capability for change and performance in artisanal Businesses in Mexico, *Journal of Organizational Change Management*, 33(2),415-431.
- Satalkina, L., Steiner, G. (2020). Digital entrepreneurship and its role in innovation systems: A systematic literature review as a basis for future research avenues for sustainable transitions. *Sustainability*, (12)7, 2764.
- Schrage, M. (2020). Data, not digitalization, transforms the post- pandemic supply Chain. *MIT Sloan Management Review*, 29th July.
https://www.researchgate.net/publication/343583742_Digitalrst_enterprise_success_demands_clarity-_rst_supply_chain_design
- Smith, S., Hamilton, M., Fabian, K. (2020). Entrepreneurial driver's barriers and enablers of computing students: Genders perspectives from an Australian and UK university, *Studies Higher Education*. 45(9), 1892- 1905.
- Soto-Rodríguez, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems as a pathway towards competitiveness: The case of Puerto Rico. *Journal of Competitiveness Studies*, 23(1/2), 55-67
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9): 1759-1769.
- Stam, E., Van de Ven, A. (2019). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 1–24. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Stephenson, K. (2008). The community network solution. Booz Allen Hamilton Inc.
- Sussan, F., Acs, Z J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49 (1), 55-73.
- Tang, W., Blackman, R. J. (2018). Startup leadership in sports. *The Sport Journal*, 21, 1-14.

- Tajvidi, R., & Tajvidi, M. (2021). The growth of cyber entrepreneurship in the food industry: Virtual community engagement in the COVID-19 era. *British Food Journal*, 123 (10), 3309–3325.
- Tumbas, S., Berente, N., Brocke, J V. (2018). Digital innovation and institutional entrepreneurship: Chief digital officer perspectives of their emerging role. *Journal of Information Technology*, 33(3), 188–202.
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1-34. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- Wallis, L., Walmsley, A., Beaumont, E., & Sutton, C. (2020). Just want to surf, make boards and party: how do we identify lifestyle entrepreneurs within the lifestyle sports industry? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 917-934.
- Wang, Y. S., Lin, S. J., Yeh, C. H., Li, C. R., & Li, H. T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: The moderating role of disciplinary difference? *Thinking Skills and Creativity*, 22, 22–35.
- Yıldırım, N., Çakır, Ö. Aşkun, O. B. (2016). Ready to dare? A case study on the entrepreneurial intentions of business and engineering students in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 277-288.
- Zare Mirrokabad, Z., Noori, R. (2016). Electronic entrepreneurship process in Iran; Problems and Barriers. *Journal of Technology Development Management*, 3 (4), 165-188.
- Zeimers, G., Anagnostopoulos, Ch., Zintz, T., Willem, A. (2019). Organizational learning for corporate social responsibility in sport organizations. *European Sport Management Quarterly*, 19(1), 80-101.

- Zhang, S. X., Sun, Sh., Afshar Jahanshahi, A., Wang, Y., Nazarian Madavani, A., Li, J., Mokhtari Dinani, M. (2020). Beyond predicting the number of infections: predicting who is likely to be COVID negative or positive. *Risk Management and Healthcare Policy*, 13, 2811-2818.
- Zhou, L., & Lee, H. (2023). Supply chain finance business model innovation: case study on a chinese E-commerce-centered SCF adopter. *Systems*, 11 (6), 278-303.