

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**  
*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*  
**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCTIVIDAD DE  
EMPRESARIOS DEPORTIVOS. GIMNASIO DORIAN EN  
AZOGUES Y CUENCA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR: MARILYN NICOLE LARREA REYES**

**DIRECTOR: ING. JUAN BAUTISTA SOLIS MUÑOZ, PHD.**

**AZOGUES- ECUADOR**

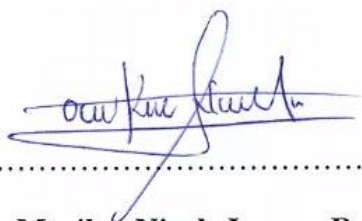
**2023**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**

### Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

**Marilyn Nicole Larrea Reyes** portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º **0302238522**. Declaro ser el autor de la obra: **“Factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos. Gimnasio DORIAN en Azogues y Cuenca”** sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Azogues, **19 de julio del 2023**



F: .....

**Marilyn Nicole Larrea Reyes**

**C.I. 0302238522**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Juan Bautista Solís Muñoz, PHD

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

De mi consideración:

Certifico que el presente trabajo de titulación denominado: **“Factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos. Gimnasio DORIAN en Azogues y Cuenca”**, realizado por: **Marilyn Nicole Larrea Reyes**, con documentos de identidad: **0302238522**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas** ha sido asesorado, orientado, revisado y supervisado durante su ejecución, bajo mi tutoría en todo el proceso, por lo que certifico que el presente documento, fue desarrollado siguiendo los parámetros del método científico, se sujeta a las normas éticas de investigación que exige la Universidad Católica de Cuenca, por lo que está expedito para su presentación y sustentación ante el respectivo tribunal.

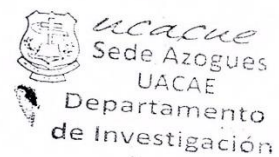
Azogues, 19 de julio, 2023



ING. JUAN BAUTISTA SOLIS MUÑOZ, PHD.

0301183539

DIRECTOR



## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi más profundo agradecimiento a mis padres Leydi y Paquito quienes siempre me han enseñado la perseverancia y a esforzarme por mis sueños, quienes siempre me han brindado su amor y apoyo incondicional en cada paso de mi formación profesional, han sido mi pilar fundamental y mi guía hacia el éxito.

Gracias, mamita, por tu sabiduría y tu paciencia infinita me has sabido guiar desde la distancia, tú has sabido encontrar las palabras adecuadas para orientarme y hacerme ver las cosas desde una perspectiva más clara.

A mi querido tutor Juan Solis Muñoz, PhD. que con su paciencia, dedicación y profesionalismo a guiado mi trabajo de titulación su pasión por la investigación han sido mi mayor admiración y respeto, siempre estaré agradecida por su tiempo y conocimiento brindado.

Y, por supuesto, a mis adorables mascotas Pudy y Jack, quienes han sido fieles compañeros en cada momento de alegría y tristeza de mi vida. Su amor incondicional han sido un bálsamo para el alma en momentos de estrés y agotamiento. Gracias por ser una parte tan especial de mi vida y por llenar cada día con su cariño y alegría.

Marilyn Nicole Larrea Reyes.

**Factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos. Gimnasio  
DORIAN en Azogues y Cuenca**

Marilyn Nicole Larrea Reyes -Ing. Juan Bautista Solis Muñoz, PhD.  
Universidad Católica de Cuenca [Marilyn.larrea.22@est.ucacue.edu.ec](mailto:Marilyn.larrea.22@est.ucacue.edu.ec)

**RESUMEN**

El presente artículo investigativo analizó los diversos factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos, como caso de estudio Gimnasio Dorian en Azogues y Cuenca - Ecuador, con el objetivo de determinar los factores asociados a la productividad de emprendimientos deportivos caso de estudio Gimnasios Dorian en Azogues y Cuenca-Ecuador mediante investigación aplicada para el mejoramiento de la toma de decisiones acertadas. La investigación se enfocó a los usuarios de las sucursales de los gimnasios DORIAN, que cuentan con aproximadamente 1000 clientes, obteniendo una muestra de un tamaño de 278. Los resultados de esta investigación reflejan que las variables Emprendimiento (0,401\*\*), Difusión de la Innovación (0,389\*\*) y Competitividad (0,410\*\*) son estadísticamente significativas con relación a la variable independiente Productividad. Se concluyó que, para tomar decisiones acertadas, es necesario analizar la competitividad, los emprendimientos deportivos en crecimiento y mantener la constante innovación para el éxito sostenible en un mercado dinámico y competitivo.

*Palabras clave:* Competitividad, difusión de innovaciones, Ecuador, empresa, productividad

## **Factors that Affect the Productivity of Sports Enterprises. DORIAN Gym in Azogues and Cuenca**

Marilyn Nicole Larrea Reyes -Engr. Juan Bautista Solis Muñoz, PhD.  
Catholic University of Cuenca [Marilyn.larrea.22@est.ucacue.edu.ec](mailto:Marilyn.larrea.22@est.ucacue.edu.ec)

### **ABSTRACT**

This research article analyzed the various factors that affect the productivity of sports enterprises, as a case study Dorian Gym in Azogues and Cuenca – Ecuador. The objective is to determine the factors associated with the productivity of sports enterprises through applied research to improve sound decision-making. The research focused on the users of the DORIAN gym branches—which have approximately 1000 customers— obtaining a sample size of 278. The results of this research indicate that the variables Entrepreneurship (0.401\*\*), Diffusion of Innovation (0.389\*\*), and Competitiveness (0.410\*\*) are statistically significant with the independent variable, Productivity. It was concluded that making sound decisions to analyze competitiveness, growing sports ventures, and maintaining constant innovation is necessary for sustainable success in a dynamic and competitive market.

*Keywords:* Competitiveness, innovation diffusion, Ecuador, enterprise, productivity

## Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| AGRADECIMIENTO .....                                      | IV |
| RESUMEN .....   | V  |
| ABSTRACT.....   | VI |
| Introducción .....  | 1  |
| Marco Teórico.....  | 4  |
| Teorías alrededor de las variables de investigación ..... | 4  |
| Estudios Aplicados .....                                  | 8  |
| Definición de los conceptos de las variables .....        | 10 |
| Metodología .....   | 12 |
| Población, marco muestral y muestra.....                  | 13 |
| Instrumento de medición .....                             | 14 |
| Validación del contenido del instrumento .....            | 14 |
| Confiabilidad del instrumento .....                       | 16 |
| Resultados de la investigación .....                      | 17 |
| Discusión.....  | 19 |
| Conclusiones .....  | 21 |
| Referencias.....  | 23 |
| <b>Índice de tablas</b>                                   |    |
| Tabla 1 .....   | 16 |
| Tabla 2 .....   | 17 |
| <b>Índice de figuras</b>                                  |    |
| Figura 1.....   | 12 |
| Figura 2.....   | 18 |

## **Introducción**

El mundo del emprendimiento ha experimentado un auge en los últimos tiempos, debido al progreso tecnológico y al incremento en la disponibilidad de información y recursos. Cada vez más personas desean ser dueñas de su propio negocio y ser su propio jefe. A medida que la economía global evoluciona, se están presentando nuevas oportunidades de negocio en diversos sectores, y uno de los que está ganando terreno es el sector deportivo. Dentro de este ámbito, los gimnasios son una opción popular para los emprendedores, dado el creciente interés en la salud y el bienestar físico (Boza, 2018).

En el contexto global los emprendimientos deportivos son un sector en constante crecimiento y desarrollo en todo el mundo. La productividad de estos emprendimientos se ve afectada por diversos elementos, tales como la aplicación de nuevas tecnologías, la efectiva administración de los recursos disponibles, la creación y lanzamiento de productos, servicios innovadores, así como la excelencia en la atención y satisfacción del cliente. Además, la capacidad de adaptación a las tendencias y cambios del mercado, así como la capacidad para aprovechar nuevas oportunidades, son factores clave para aumentar la productividad en este sector. Estos elementos pueden ser determinantes para el logro o el fracaso de un emprendimiento deportivo (Hernández et al., 2019).

En el contexto de Latinoamérica el emprendimiento deportivo es un sector en constante crecimiento, con una creciente demanda por parte de la población que busca mejorar su estado de salud y bienestar mediante la participación en actividades deportivas. Una investigación llevada a cabo por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) indica que el deporte y la actividad física representan una oportunidad de negocio para la región, con un potencial de generación de empleo y desarrollo económico. Según el estudio, uno de los mayores desafíos para el emprendimiento deportivo en Latinoamérica es la falta de acceso a financiamiento y recursos para los nuevos proyectos.

Esto limita la capacidad de los emprendedores para invertir en infraestructuras deportivas, adquirir equipos y desarrollar nuevos productos y servicios (Dini y Stumpo, 2019).

Alvarado, Barreto y Baque (2021) aseguran que, la innovación es un factor clave en los emprendimientos deportivos, ya que les permite diferenciarse de la competencia y ofrecer soluciones nuevas y mejores a los consumidores. En este sentido, la innovación puede presentarse en diversas áreas, abarcando desde la generación de nuevos productos o servicios hasta la implementación de tecnologías vanguardistas con el objetivo de mejorar la satisfacción del usuario.

La productividad y la competitividad también son dos factores esenciales en los emprendimientos deportivos. La productividad se refiere a la habilidad de las organizaciones para generar bienes y servicios de forma eficiente, maximizando la utilización óptima de los recursos disponibles. En este sentido, una gestión eficiente de los recursos, como la optimización del uso del espacio y del tiempo, la implementación de tecnologías y la formación del personal, puede aumentar la productividad de un emprendimiento deportivo (Sánchez, 2021).

Por otro lado, Miranda (2021) se refiere a la competitividad como la capacidad de las organizaciones y empresas para competir y diferenciarse de la competencia. En el contexto de los emprendimientos deportivos, la competitividad puede ser potenciada mediante de la innovación, la constante mejora de los productos y servicios brindados, así como la capacidad de adaptarse a las demandas y preferencias de los clientes.

Como caso de estudio, Gimnasio Dorian es una cadena de gimnasios que comenzó como un emprendimiento en el año 2004 en la ciudad de Azogues, en la provincia de Cañar, Ecuador. Fue fundado por Fernando Larrea, quien era un entusiasta del fitness y la musculación. El gimnasio comenzó con equipos básicos y un pequeño espacio para entrenar,

pero rápidamente se ganó una buena reputación en la comunidad local por su ambiente amigable y la atención personalizada de primera. Con el tiempo, el negocio creció y se abrió un segundo gimnasio en la ciudad de Cuenca. Con la apertura del segundo gimnasio, los hermanos decidieron seguir las mismas riendas y hoy en día existen cinco gimnasios Dorian en la ciudad de Cuenca y uno en la ciudad de Azogues, este emprendimiento que comenzó como un sueño actualmente se convirtió en una empresa líder en el sector de fitness y musculación en la región.

Fernández (2020) expone en su investigación que, con el transcurso del tiempo, los humanos han aprendido a ajustarse cada vez mejor al mundo que los rodea, satisfaciendo todas sus necesidades sin esfuerzo y con la mayor comodidad posible. Aunque esto ha resultado en una mayor comodidad, también ha llevado a un estilo de vida sedentario que aumenta la probabilidad de desarrollar enfermedades hereditarias no crónicas como la obesidad, diabetes y enfermedades cardíacas. Además, el estrés se ha convertido en un enemigo importante para la sociedad actual, ya que es considerado la enfermedad del siglo XXI debido al ritmo acelerado de vida, la presión diaria y un entorno tecnológico alejado de lo natural.

Las MiPymes en el contexto ecuatoriano enfrentan dificultades en la implementación de mecanismos eficaces que impulsen su emprendimiento y competitividad, con el objetivo de mejorar su rendimiento productivo. La escasez de estudios relacionados con la medición de estos parámetros resalta la necesidad de llevar a cabo una investigación exhaustiva que profundice en dicho aspecto (Toro, et al., 2019).

Desde el antecedente se plantea el problema científico: ¿Es posible la determinación de factores que inciden en los emprendimientos deportivos caso Gimnasio Dorian en Azogues y Cuenca- Ecuador? concordante con el objetivo general de investigación:

Determinar los factores asociados a la productividad de emprendimientos deportivos de Azogues-Ecuador mediante investigación aplicada con el propósito de mejorar la toma de decisiones dentro de estos emprendimientos y gimnasios deportivos.

## **Marco Teórico**

En los últimos años, ha habido un notable incremento en el desarrollo de emprendimientos deportivos lo que ha despertado el interés de investigadores y académicos en el estudio de este sector. Como resultado, se han desarrollado diversas teorías y enfoques que buscan explicar el comportamiento y la dinámica de los emprendimientos deportivos. En este contexto, el objetivo de esta investigación es analizar las principales teorías y enfoques que se han utilizado para comprender los emprendimientos deportivos, sus factores de éxito, y los desafíos y oportunidades que enfrentan. Mediante una revisión crítica de la literatura disponible, esta investigación busca identificar las teorías más relevantes, estudios aplicados y el significado de las variables propuestas y aplicables para el análisis de los emprendimientos deportivos, y establecer un marco conceptual para futuras investigaciones en este campo (González, Valentine & Crespo, 2014).

## **Teorías alrededor de las variables de investigación**

### **Teoría del Emprendimiento**

Cuando Richard Cantillon introdujo el concepto de emprendimiento en 1755, el estudio de este fenómeno ha evolucionado y se ha expandido diversas perspectivas teóricas. A través del tiempo, se han desarrollado numerosos enfoques para analizar el emprendimiento, cada uno de los cuales proporciona una visión única sobre sus causas, características y consecuencias. La economía, ha estudiado el emprendimiento desde una perspectiva de mercado, analizando los incentivos económicos y los factores que motivan a los emprendedores a tomar riesgos e innovar. Por su parte, la sociología ha explorado el papel

de los emprendedores en la creación de valor social y en los cambios de las estructuras sociales. La psicología, en tanto, ha analizado las características y habilidades individuales de los emprendedores (Terán y Guerrero, 2020).

La idea de que el espíritu empresarial sirve como catalizador para el crecimiento económico fue propuesta por Schumpeter (1912) y todavía se mantiene ampliamente en la actualidad. Este empresario combina creativamente elementos de producción convencionales como la tierra, el trabajo y el capital. Además, Schumpeter argumenta que el proceso de innovación tecnológica es la fuerza principal que impulsa la producción capitalista y crea transformaciones en curso (Jacobó, et al., 2022).

Solís y Castillo (2021) exponen en su investigación cómo el término emprendimiento llegó a ser ampliamente utilizado al respaldar el surgimiento de la teoría económica clásica como un fenómeno científico significativo. Las propuestas teóricas y conceptualizaciones del emprendimiento estuvieron inicialmente estrechamente relacionadas con el modelo de capital y se desarrollaron como un vínculo paralelo a los negocios desde una perspectiva de ganancia económica, producción, movilización de recursos y organización. De acuerdo con la perspectiva económica clásica, la función del espíritu empresarial es lo que lo hace importante, y las teorías se concentran principalmente en lo que hace el empresario en términos de estructura organizacional, actividad económica y ganancias reportadas.

### **Teoría de la difusión e innovación**

Las primeras investigaciones sobre la teoría de la difusión de las innovaciones se iniciaron a finales del siglo XIX, cuando la sociología y la antropología surgieron como nuevos campos de las ciencias sociales en Europa. Según Urbizagástegui (2019) en su análisis de la teoría de la difusión de la innovación por Rogers (2003), afirma que el objetivo de esta teoría es explicar cómo una población adopta las innovaciones. En este sentido, dado

que la decisión de adoptar una innovación es un proceso individual que puede durar un tiempo significativo, la tasa de conocimiento de una innovación por parte de la población que la adopta es siempre superior a la tasa de adopción de dicha innovación.

Rogers (2003) establece cinco factores ventaja relativa, compatibilidad, complejidad, experimentación y observabilidad que tienen un impacto en la decisión de adoptar una innovación. Para que los adoptantes potenciales consideren una innovación superior a su predecesora, debe percibirse como una ventaja relativa. El grado en que una innovación es lógica y se ajusta a las necesidades, valores y experiencias de los adoptantes potenciales se denomina compatibilidad. El grado en que una tecnología se considera desafiante para que los adoptantes potenciales la comprendan o utilicen se denomina complejidad. El grado de experimentación de una innovación está relacionado con la experimentación. El término observabilidad, en su forma final, describe cuán fácilmente otros pueden ver los resultados de la adopción de una innovación.

### **Teoría de la productividad**

A lo largo de la historia, la humanidad ha avanzado significativamente gracias a la productividad. La productividad es, de hecho, un factor decisivo en el desempeño económico de una nación y una herramienta crucial para elevar el nivel de vida. El aumento de la producción por hora de trabajo permite producir más en la misma cantidad de horas o en menos tiempo, lo que reduce los costos de producción y puede incluso aumentar la producción en menos horas (Domínguez, 2017).

Zambrano, Soto y Ugalde (2021), señalan que, la teoría de la productividad se enfoca en entender cómo se pueden mejorar los niveles de producción y eficiencia en un sistema económico. Esta teoría sostiene que la productividad depende de diversos factores, como la tecnología, el capital humano, la inversión en maquinaria y la organización del trabajo. Esta

teoría también sugiere que, para aumentar la producción, es necesario optimizar estos factores a través de la implementación de estrategias efectivas, como la capacitación, el desempeño del personal, la inversión en nuevas tecnologías, la mejora de los procesos de reducción y producción la de los tiempos improductivos.

La teoría de la productividad busca entender cómo se puede mejorar la producción y eficiencia en una economía mediante la optimización de los recursos y la implementación de estrategias efectivas para mejorar la productividad.

### **Teoría de la competitividad**

Raez, Jiménez y Buitrago (2021) a través de la revisión de la literatura consolidan que la teoría de la competitividad ha evolucionado de ser considerada una obsesión peligrosa en el pasado, según lo afirmaba Krugman hace varias décadas, a ser un imperativo que no puede ser ignorado en la actualidad. La idea preocupante de que la falta de competitividad podría llevar a la extinción gradual de las empresas, las ciudades y el país, generando un futuro incierto, se encuentra detrás de este sentido de urgencia. Aunque los medios de comunicación, el gobierno, los académicos y las empresas emiten con frecuencia declaraciones sobre esta categoría económica, no está claro si esto refleja una verdadera preocupación o si simplemente es un eslogan utilizado en situaciones políticas coyunturales o un discurso promovido por los gremios económicos para obtener ventajas fiscales o reformas laborales.

Por otro lado, Lombana y Palacios (2020) se refieren a esta teoría como un enfoque económico que se orienta en las capacidades de una empresa, sector o país para competir eficazmente en el mercado global. Se basa en la idea de que la competitividad es primordial para el crecimiento económico y prosperidad a largo plazo. Para aumentar la competitividad, se deben adoptar políticas y estrategias que fomenten la innovación, la productividad, la

eficiencia y la mejora constante en todos los niveles de la economía. La teoría de la competitividad es ampliamente debatida en el mundo académico y es utilizada por numerosas naciones y empresas de todo el mundo para orientar sus políticas y estrategias económicas.

### **Estudios aplicados**

Un estudio europeo muestra la importancia del emprendimiento para el desarrollo socioeconómico y cómo las universidades pueden contribuir a la formación de emprendedores con habilidades y competencias empresariales. El éxito de las iniciativas de enseñanza-aprendizaje puede depender de la importancia que se otorgue a las competencias emprendedoras. El estudio analiza diez competencias empresariales y encuentra que tanto profesores como estudiantes consideran las competencias de Compromiso, Relacional y Oportunidad como importantes, mientras que las competencias Conceptuales y Técnicas son menos relevantes. Sin embargo, difieren en la importancia asignada a las cinco competencias restantes: Organización, Estratégica, Aprendizaje, Fortaleza Personal y Responsabilidad Social. Además, se evidenció que los estudiantes logran mejorar las competencias cuando existe un consenso entre estudiantes y profesores sobre la importancia de estas competencias. El estudio se basa en teorías del agente principal y la de la administración (García, et al., 2023)

En comparación con las economías desarrolladas, se observa una mayor actividad emprendedora en las economías emergentes. Entre el 18 % y el 30 % de la población económicamente activa de los países latinoamericanos en los últimos diez años, está involucrada en actividades empresariales, en comparación con el 10 % en los Estados Unidos y el 6 % en la Unión Europea. Sin embargo, a diferencia de las economías desarrolladas, en América Latina el enfoque ha sido en la óptica oportunidad-necesidad, y se ha señalado que

las repercusiones del crecimiento económico, la actividad empresarial, la competitividad y la innovación no son evidentes (Amorós, Fernández y Tapia, 2012).

Según un estudio reciente de Lascano Pérez y Montero Bayas (2017), el 31% de los emprendimientos en nuestro país entre personas de 25 a 34 años son impulsados por la necesidad, y este porcentaje sube al 38% entre personas de 35 a 64 años. Por otro lado, Ecuador tiene una de las tasas más altas de emprendimiento en la región de América Latina, con alrededor del 30% de la población propietaria de un negocio nuevo o reciente. La oportunidad y la necesidad son los dos motores principales de este espíritu emprendedor (CMV, 2016).

Se ha comprobado que la Teoría de la Difusión de Innovaciones (TDI) han surgido una serie de modelos y teorías importantes, incluido el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y la Teoría de la Acción Razonada (TRA), y el TAM se perfila como el modelo más confiable y mejor desarrollado. apreciado. Los constructos agregados con mayor frecuencia del TAM original incluyen la percepción de utilidad, la percepción de facilidad de uso y la intención conductual de uso. Los constructos agregados con menos frecuencia del TAM original incluyen la norma subjetiva, las condiciones facilitadoras y la autoeficacia. Adicionalmente, es claro que la adopción tecnológica en el sector educativo requiere de un análisis pedagógico (Hidalgo, 2020).

Un estudio realizado por Franco, Uribe y Agudelo (2021) a los empleados de las distintas organizaciones en Antioquia, Colombia se destaca la importancia de mejorar las percepciones y valoraciones de los empleados para lograr una mayor oferta agregada al mercado, siempre y cuando se incluya el concepto de sostenibilidad. Priorizar el factor ambiental en los procesos productivos para lograr productividad sostenible es considerado crucial, lo que se plantea como un paradigma para toda la sociedad. La investigación es

considerada como un factor decisivo para la productividad, ya que genera innovación y nuevas ideas para el desarrollo de nuevos productos. La gestión del conocimiento es considerada como clave para lograr productividad vía innovación, y se enfatiza en que los procesos de aprendizaje deben ser socializados y formar parte de la cultura organizacional.

## **Definición de los conceptos de las variables**

### ***Emprendimiento***

El origen de la palabra emprender se encuentra en el latín "in <en>" y "prendere <coger>"

“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (Real Academia Española (RAE)). La historia de este término se remonta a varias épocas históricas que han ido moldeando su significado a lo largo del tiempo. por su parte, sitúa su origen en el siglo XVI, cuando se refería a personas que lideraban expediciones militares y conquistas. En los siglos XVII y XVIII, el término se utilizaba para describir a arquitectos y maestros de obra que llevaban a cabo proyectos con determinación y visión (Verín 2011). El término "emprender" tiene una larga historia que ha evolucionado a lo largo del tiempo, y que hoy en día se asocia principalmente con la creación y gestión de empresas.

Da Silva (2023) sintetiza al emprendimiento como un proceso dinámico y multifacético que implica la identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocio mediante la buena gestión de una empresa. Este proceso involucra la generar ideas innovadoras, la asignación de recursos, la toma de decisiones estratégicas, la gestión de riesgos y la implementación de estrategias para lograr un crecimiento bastante amplio y rentable en un entorno cambiante. El emprendimiento también puede ser visto como un

medio para crear valor económico y social al abordar las necesidades de los clientes, la creación de empleo, y la promoción del desarrollo económico local y global.

### ***Difusión de la innovación***

Según Alonso y Arcila (2014), definen la difusión de una innovación a través del mercado se considera como un proceso mediante el cual se comunica una innovación a través de canales específicos en un momento específico entre los participantes en un sistema social. La teoría de la Difusión de las Innovaciones (TDI) es un marco teórico que se enfoca en cómo se difunden y adoptan las innovaciones en una población determinada. Fue propuesta por el sociólogo Everett Rogers en 1962 y ha sido ampliamente utilizada en diversos campos, desde la sociología hasta la tecnología y los negocios (García, 2020). La teoría de la difusión de las innovaciones se basa en la idea de que las innovaciones se difunden a través de un proceso social que involucra la comunicación y la persuasión.

### ***Productividad***

Productividad es un término utilizado en economía para describir cuántos bienes y servicios se produjeron durante un período de tiempo específico utilizando cada uno de los siguientes factores: mano de obra, capital, tiempo y tierra. Su objetivo principal es evaluar la eficacia con la que se utiliza cada recurso en el proceso de producción, lo que implica obtener el mejor o el mayor rendimiento utilizando la menor cantidad de recursos posible. Dicho de otro modo, pretende utilizar la menor cantidad de recursos necesarios para producir la misma cantidad de bienes o servicios, lo que eleva la productividad y, por ende, la eficiencia en la producción (Carro y Martínez, 2015).

### ***Competitividad***

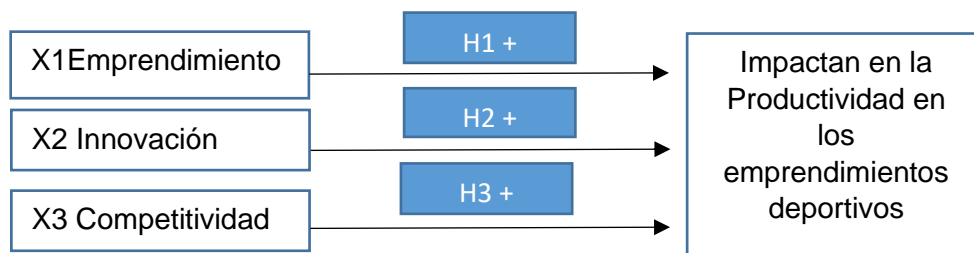
Arboleda (2019) define a la competitividad como un concepto de gran complejidad que se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo. Su origen formal puede ubicarse en la

década de los 80, cuando Michael Porter propuso sus análisis de estrategia y ventaja competitiva. Estos análisis se centraron en la capacidad de una economía para la producción efectiva de bienes y servicios, así como el éxito del mercado tanto a nivel nacional como internacional. Otras dos definiciones cruciales de la teoría económica, la competencia y la ventaja comparativa, están estrechamente relacionadas con el concepto de competitividad., las cuales han sido ampliamente discutidas y analizadas a lo largo de la historia.

### Modelo gráfico de las variables

**Figura 1**

*Modelo Grafico Variables*



Nota. Elaboración propia

### Metodología

El paradigma de la investigación, el diseño metodológico, la selección de la población de estudio, el marco muestral y la muestra, así como el sujeto y objeto de estudio, están contemplados en la justificación metodológica. Además, se tiene en cuenta la pertinencia de la investigación y la adecuación al problema científico planteado.

Bunge (1999) destaca que el paradigma de la investigación se adapta a el caso actual de la investigación aplicada, los estudios cuantitativos son positivistas. La investigación es de naturaleza exploratoria, descriptiva y correlativa. El estudio fue probabilístico, aleatorizado

simple o irrestricto aleatorio. Es no experimental y de corte transversal (Hernández et al., 2016).

El método de la encuesta se aplicó a la investigación de campo utilizando un cuestionario como herramienta de medición. Un experto validó el cuestionario y se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach de la escala general para evaluar la consistencia interna del instrumento. Se tomó en cuenta que 0.6 es un coeficiente umbral o mínimo.

La investigación se realizará a nivel de gimnasios Dorian de la ciudad de Azogues y Cuenca con un promedio de 1000 personas entre empleados y clientes.

La investigación es pertinente y relevante porque responde a la pregunta de investigación y al objetivo general de estudio.

La población de estudio es de 1000 sujetos de investigación tomando en cuenta una cierta cantidad que conforman los clientes de gimnasios Dorian.

El tamaño de la muestra responde a un valor crítico de 1.96, que cuenta con un nivel de confianza del 95% (2 desviaciones estándar). Se calcula con la siguiente fórmula (Rositas, 2014):

$$n = N \cdot p \cdot q / ((N - 1) (e / z)^2 + p \cdot q)$$

De donde:

N: población

p: proporción poblacional (0.5)

q: (1-p)

e: límite de error de estimación (0.05)

z: valor crítico de 1.96 en la tabla de Z

n: tamaño de la muestra

$$n = (1000*0.25) / ((1000-1) (0.05/1.96)^2 + 0.25) = 278$$

### **Instrumento de medición**

El instrumento de medición es una herramienta esencial utilizado para recopilar datos objetivos y cuantitativos sobre una variable o constructo específico. Estos instrumentos se utilizan en diversos campos, para obtener mediciones precisas y confiables de diferentes fenómenos Hernández et al. (2014). Se planteo un estudio metodológico que involucró a 278 usuarios de Gimnasios DORIAN. La investigación de campo utilizo la encuesta como técnica principal, empleando una encuesta como instrumento de medición. El cuestionario fue validado por expertos y se evaluó la consistencia interna del mismo mediante el cálculo del coeficiente de Alpha de Cronbach ( $\alpha$ ) para la escala general. Se considerará que un valor mínimo o umbral aceptable para el coeficiente es de 0.6.

Se definieron 41 ítems en el instrumento inicial para medir las siguientes variables: Emprendimiento, 12. Difusión de la innovación, 10. Competitividad, 11. Productividad, 8.

### **Validación del contenido del instrumento**

A través de las publicaciones DeVellis (1991), se ha reconocido que la validez de contenido se refiere a la especificidad de una escala en relación con el fenómeno bajo investigación, así como a su capacidad para medir constructos similares en diferentes contenidos. La validez del instrumento implica interpretar la información de acuerdo con el marco conceptual original propuesto por Arribas (2004). Es importante ajustar adecuadamente los ítems de acuerdo con la definición del concepto, como señalan Mendoza y Garza (2009), y medir la validez mediante indicadores de conformidad y significación basados en las valoraciones realizadas por expertos, según lo expuesto por Kerlinger, et al. (2002).

La validez de contenido puede variar no solo entre diferentes poblaciones que utilizan la herramienta, sino también dentro de dominios específicos del constructo. Aunque varios autores pueden dar el mismo nombre a una estructura, pueden tener diferentes dimensiones y conceptualizaciones. Por lo tanto, un instrumento puede tener una validez de contenido satisfactoria para una definición estructural pero no para otras. En resumen, la idea básica de la validez de contenido es que los ítems de la herramienta de medición deben ser relevantes y representativos a la estructura del propósito específico de la evaluación (Mitchell, 1986, citado en Ding y Hershberger, 2002).

En el formulario de validación de contenidos consistió en el envío del formulario de validación de contenidos con 41 ítems de acuerdo con las observaciones y recomendaciones de los expertos en la primera fase. Los jueces evalúan la relevancia del instrumento, sujetándose a una puntuación de 1 a 4. Donde 1 es irrelevante; 2, poco relevante; 3, relevante; y, 4, muy relevante. El resultado permitió eliminar los ítems con un valor medio menor a 3,5 : P3 crecimiento económico (3,3); P7 Diseñar un ambiente único (3,3); P9 Oportunidad de ser creativo (3,3); P11 Convertirse en líder (3,3); P12 oportunidad emocionante (3,3); P15 Incorporación de sistemas de retroalimentación (3,3); P17 Comunicación interna (3,0); P19 Fomentar la eficiencia operativa (3,3); P23 Capacidad de diferenciación (3,3); P24 Servicios de alta calidad (3,3); P32 Reputación y presencia en la comunidad (3,3); P33 Fomentar participación en actividades grupales (2,7); P39 Capacitación continua (3,3); P40 Implementación de estrategias de gestión (3,3). A partir de este segundo momento se cuenta en total con 27 ítems. La prueba de confiabilidad de Alpha de Cronbach eliminó 2 ítems a 25 definitivos.

## Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad es un constructo intrínseco a la investigación desde la visión positivista, cuyo propósito es garantizar la precisión y coherencia de los instrumentos y los datos recopilados. Esto permite realizar generalizaciones basadas en el análisis de las variables investigadas, asegurando la fiabilidad y consistencia necesarias (Hidalgo, 2016).

Con el fin de lograr este objetivo, se emplea el coeficiente Alpha de Cronbach, el cual constituye un método de análisis de fiabilidad utilizado para evaluar la consistencia de los datos recolectados (George & Mallery, 2003). En relación a esto, Nunnally (1967) señala que, durante las etapas iniciales de la investigación, un coeficiente de confiabilidad en el rango de 0,6 a 0,5 puede considerarse adecuado, especialmente en el contexto de estudios relacionados con las ciencias sociales. En el marco de esta investigación, se llevó a cabo una prueba piloto con la participación de 30 sujetos de investigación, quienes son usuarios de gimnasios DORIAN ubicados en Azogues y Cuenca, Ecuador.

Esta prueba piloto permitió realizar ajustes en el instrumento de medición, se aplicó el SPSS para correr confiabilidad del instrumento que consiste en medir la consistencia interna de los ítems con relación a su definición establecido en el constructo teórico, reduciendo así el número de ítems a 25, los cuales evalúan el constructo teórico en cuestión. El coeficiente Alpha de Cronbach obtenido para la escala general final fue de 0.950, lo cual es considerado muy bueno y justifica su conservación en el estudio (George y Mallery, 2003). Se puede consultar los detalles en la tabla 1

**Tabla 1**

*Prueba piloto confiabilidad del instrumento*

| <b>Variables Independientes</b> | <b>Ítems con validez de contenido</b> | <b>Alpha de Cronbach prueba piloto</b> |
|---------------------------------|---------------------------------------|--|
|---------------------------------|---------------------------------------|--|

|  |    |       |
|--|----|-------|
| X1 Emprendimiento                      | 8  | 0.822 |
| X2 Difusión de innovaciones            | 7  | 0.885 |
| X3 Competitividad                      | 7  | 0.896 |
| <b>Variable Dependiente</b>            |    |       |
| Y Productividad                        | 5  | 0.828 |
| Alpha de Cronbach de la escala general | 27 | 0.950 |

---

Nota. Adaptado de las salidas del SPSS, 2023

## Resultados de la Investigación

Se presentan los resultados de la investigación de campo tomando en cuenta los momentos exploratorios, descriptivos y correlacionales que han sido desarrollados con evidencia estadística.

En un primer momento se presenta una prueba de Parametría que permite medir si la distribución de los datos bajo la curva tiene o no un comportamiento normal, es decir, si los datos siguen la ley normal.

### Prueba de Parametría

En la prueba de Parametría se aplicó el test de Kolmogorov- Smirnov, tomando en cuenta que los datos son mayores a 50. La prueba estadística confirma que se trata de una distribución no paramétrica por lo que existe evidencia científica para aplicar la correlación de Spearman (Tapia & Cevallos, 2021) (véase la tabla 2).

**Tabla 2**

*Prueba de Normalidad Kolmogorov -Smirnov*

|                         | <b>Pruebas de Normalidad</b> |           |             |                    |           |             |
|-------------------------|------------------------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|
|                         | <b>Estadístico</b>           | <b>Gl</b> | <b>Sig.</b> | <b>Estadístico</b> | <b>gl</b> | <b>Sig.</b> |
| Prom_Productividad      | 0,275                        | 102       | 0           | 0,632              | 102       | 0           |
| Prom_Emprendimiento     | 0,213                        | 102       | 0           | 0,829              | 102       | 0           |
| Prom_DifusiónInnovación | 0,25                         | 102       | 0           | 0,693              | 102       | 0           |
| Prom_Competitividad     | 0,232                        | 102       | 0           | 0,724              | 102       | 0           |

Nota. Adaptado de las salidas del SPSS, 2023

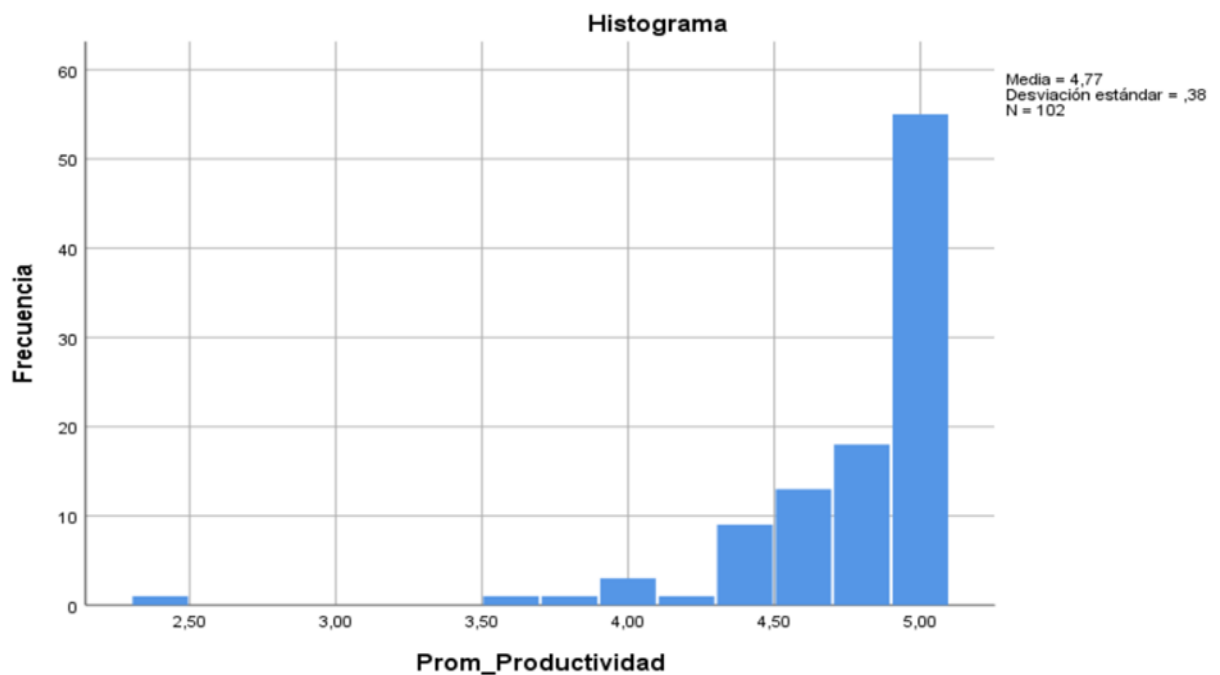
### Histograma de frecuencias

A continuación, se presenta la figura 2 con el Histograma de Frecuencias donde se corrobora la prueba de Parametría con una distribución sesgada de los datos. La media aritmética es de 4,77 con una desviación estándar de 0,38. Los datos están mayormente alrededor de la media aritmética que resulta de buena calidad, pero la distribución resulta marcadamente asimétrica (Sánchez et al., 2018).

Figura 2

*Histograma de frecuencias*

**Prom\_Productividad**



Nota. Adaptado de las salidas del SPSS, 202

### Correlaciones no paramétricas

Las pruebas no paramétricas son una metodología utilizada en el análisis estadístico que evalúan la relación entre variables cuando los datos no cumplen con los supuestos de

normalidad o cuando las variables son de naturaleza ordinal y están respaldados por una hipótesis. El uso de estas pruebas permite la adquisición de resultados estadísticos bien estructurados, lo que facilita su interpretación y comprensión a pesar de las limitaciones inherentes a las pruebas (Boubeta & Mallou, 2008).

En la tabla 3 presenta las correlaciones de Spearman por tratarse de una distribución no paramétrica. Las variables predictoras Prom\_Emprendimiento (0,401\*\*), Prom\_DifusiónInnovación (0,389\*\*) y Prom\_Competitividad (0,410\*\*) son estadísticamente significativas a un nivel menor al p-valor de 0,05. Las correlaciones son altas y miden la intensidad de asociación con la variable predictando o dependiente que es Prom\_Productividad (Treviño, 2014).

**Tabla 3**

*Correlaciones de Spearman*

|                         |                              | Correlaciones no paramétricas |                     |                         |                     |
|-------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|
|                         |                              | Prom_Productividad            | Prom_Emprendimiento | Prom_DifusiónInnovación | Prom_Competitividad |
| Prom_Productividad      | Coefficiencia de correlación | 1                             | ,401**              | ,389**                  | ,410**              |
|                         | Sig. (bilateral)             |                               | 0                   | 0                       | 0                   |
|                         | N                            | 102                           | 102                 | 102                     | 102                 |
| Prom_Emprendimiento     | Coefficiencia de correlación | ,401**                        | 1                   | ,474**                  | ,438**              |
|                         | Sig. (bilateral)             | 0                             |                     | 0                       | 0                   |
|                         | N                            | 102                           | 102                 | 102                     | 102                 |
| Prom_DifusiónInnovación | Coefficiencia de correlación | ,389**                        | ,474**              | 1                       | ,405**              |
|                         | Sig. (bilateral)             | 0                             | 0                   |                         | 0                   |
|                         | N                            | 102                           | 102                 | 102                     | 102                 |
| Prom_Competitividad     | Coefficiencia de correlación | ,410**                        | ,438**              | 0,405                   | 1                   |
|                         | Sig. (bilateral)             | 0                             | 0                   | 0                       |                     |
|                         | N                            | 102                           | 102                 | 102                     | 102                 |

\*\*La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Nota. Adaptado de las salidas del SPSS, 2023

## **Discusión**

Los usuarios de Gimnasios Dorian perciben a los factores como: emprendimiento, competitividad, difusión de la innovación son estadísticamente significativos y miden la intensidad de asociación con la variable productividad. (Tabla 3). Estos hallazgos resaltan la importancia de promover un ambiente emprendedor, competitivo e innovador dentro del gimnasio para motivar y mejorar el rendimiento de los usuarios y de esta franquicia.

La relación positiva entre el emprendimiento y la productividad destaca la importancia de la iniciativa y la capacidad de asumir riesgos por parte de los gestores de los gimnasios. El fomento de la competitividad puede motivar a los usuarios a esforzarse más y alcanzar mejores resultados en su entrenamiento. Asimismo, la difusión de la innovación puede brindar acceso a nuevas tecnologías y enfoques de entrenamiento, mejorando la experiencia de los usuarios y su productividad (Blanco, et al, 2022).

En un estudio realizado por Hidalgo (2019), se evidencia que el sector deportivo ha experimentado un notable crecimiento en la actualidad. Las personas están cada vez más preocupadas por su salud y también por su aspecto físico. En este contexto, el factor emprendimiento juega un papel crucial, ya que se encuentra en pleno auge en el sector deportivo. En el marco de esta investigación, se propone la aceptación de una aplicación móvil, con una tasa de aceptación del 99%, para promocionar gimnasios en la Ciudad de Ambato-Quito. Esta aplicación se presenta como una herramienta innovadora que facilita el acceso a servicios y promociones de los gimnasios. Así este estudio destaca el crecimiento del sector deportivo y la importancia del factor emprendimiento en este contexto.

Según el estudio llevado a cabo por Cachay (2018), en la ciudad de Cajamarca, se sostiene que mantener la competitividad en un gimnasio se fundamenta en pilares esenciales como la planificación, organización, dirección y control. Los resultados obtenidos revelan

una conexión estadísticamente significativa entre la gestión empresarial y la competitividad, lo que respalda los resultados de la presente investigación y demuestra que la competitividad desempeña un papel fundamental en los gimnasios. Por lo contrario, en la investigación de Asprilla (2021), se observa la existencia de factores adversos que afectan la motivación para acudir a un gimnasio, como el estrés laboral, la fatiga mental, los conflictos familiares y la falta de utilización de tecnología para acceder a promociones y noticias deportivas. Estos elementos tienen un impacto negativo en la productividad de un gimnasio.

Los principales aportes de la investigación desde el punto de vista teórico es la evidencia científica sobre los factores que inciden en la productividad de los emprendimientos deportivos en Gimnasios Dorian. Los hallazgos destacan la importancia del emprendimiento, la difusión de la innovación y la competitividad como impulsores clave de la productividad en este sector. Estos resultados tienen implicaciones importantes para la toma de decisiones en la gestión de los emprendimientos deportivos, brindando una base sólida para mejorar la eficiencia, el éxito y la toma de decisiones de los gimnasios en la región de Azogues y Cuenca.

## **Conclusiones**

El tema de investigación: Factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos. Gimnasio DORIAN en Azogues y Cuenca, satisface la pregunta científica en indaga qué factores están asociados con la productividad. El estudio demuestra con estadística confiable que el Prom\_Emprendimiento; Prom\_DifusiónInnovación y Prom\_Competitividad se hallan asociados fuertemente al Prom\_Productividad. Así también, resuelve el objetivo general de investigación en el momento que determinar a las dimensiones correlacionadas con la productividad.

Basándonos en un enfoque científico, orientado a la toma de decisiones acertadas y alcanzar el liderazgo empresarial en el ámbito deportivo, resulta crucial para los emprendimientos deportivos analizar la competitividad del mercado, mantenerse informadas sobre los emprendimientos deportivos en crecimiento y fomentar una constante búsqueda de la innovación. Estos tres elementos se entrelazan para crear en sí productividad y una base sólida que guía las estrategias empresariales hacia un éxito sostenible en un mercado dinámico y a aspirar a convertirse en una empresa líder en el ámbito deportivo.

Ahora bien, los emprendimientos de gimnasios tienen una particularidad que son familiares y en consecuencia se logra determinar que el talento humano está comprometido con las metas y objetivos del emprendimiento y sus acciones están encaminadas a alcanzar el cumplimiento de las metas Smart establecidas.

El estudio considera tres variables de investigación predictoras que abonan al marco teórico para futuras búsquedas e investigación. Al tiempo que el tema se presta para que otros investigadores promuevan nuevas investigaciones tomando como base y sustento el presente trabajo de titulación.

Es importante destacar que esta investigación se centra en Gimnasios Dorian en Azogues y Cuenca, por lo que los resultados pueden no ser generalizables a otros emprendimientos deportivos en diferentes ubicaciones geográficas. Además, se recomienda realizar estudios futuros que exploren otros factores y su influencia en la productividad de los emprendimientos deportivos para obtener una comprensión más completa y detallada de este fenómeno.

Las estrategias que se generen para impactar en la productividad del emprendimiento objeto de estudio tienen que estar ancladas a las variables estadísticamente significativas de emprendimiento, difusión de las innovaciones y competitividad.

## Referencias

- Alonso, L. M., & Arcila Calderón, C. (2014). La teoría de Difusión de Innovaciones y su relevancia en la promoción de la salud y prevención de la enfermedad. *Revista Salud Uninorte*, 30(3), 451-464.
- Alvarado, D., Barreto, R., & Baque, M. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19. *Polo Del Conocimiento*, 6(2550-682X), 2145-2164. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>
- Amorós, J.E., Fernández, C. & Tapia, J. Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *Int Entrep Manag J* 8, 249-270 (2012). <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9> Fernández, C. L. (2020). Proyecto de inversión (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas).
- Arboleda Home, H. (2019). Competitividad: Concepto y Evolución Histórica. *Revista De Economía & Administración E-ISSN 2463-1035 ISSN 1794-7561*, 13(2), 14-28. Recuperado a partir de <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21>
- Arribas, C. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión*, 5(17), pp. 1-7.
- Asprilla Blanco, E. G. (2022). La recreación como factor motivacional en la población adulta del gimnasio funcional Training del municipio de Sampues (Sucre).
- Blanco, M. E. C., Herráez, R. C., & Fernández, A. J. H. (2022). *Empresa e iniciativa emprendedora 2022*. Editex.
- Boubeta, A. R., & Mallou, J. V. (2008). *Estadística práctica para la investigación en ciencias de la salud*. Netbiblo.
- Bunge, M. (1999). *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*. Siglo XXI.
- Cachay Díaz, D. (2018). Influencia de la gestión empresarial en el nivel de competitividad de los Gimnasios que pertenecen a la categoría de Microempresa en la Ciudad de Cajamarca-2018 <https://doi.org/10.22430/24223182.1800>
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2015). *Administración de las Operaciones*. Universidad Nacional del Mar de Plata.
- CMV (2021, 16, 03). Cerca del 30 % de emprendimiento en Ecuador surgen de la necesidad. *El Mercurio*. <https://elmercurio.com.ec/2021/03/16/cerca-del-30-de-emprendimiento-en-ecuador-surgen-de-la-necesidad/#:~:text=Ecuador%20es%20uno%20de%20los,y%20genera%20fuentes%20de%20empleo>.
- Da Silva, J. (2023). *Resiliencia empresarial. Límites y perspectivas para el emprendimiento microempresarial en el noroeste de Brasil entre 2015 y 2020* (Doctoral dissertation).

- DeVellis, R. F. (1991). *Scale Development: Theory and applications*. California. Sage Publications.
- Ding, C. & Hershberger, S. (2002). Assessing content validity and content equivalence using structural equation modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 9 (2), 283-297
- Dini, M., & Stumpo, G. (2019). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Síntesis.
- Franco-López, J. A., Uribe-Gómez, J. A., & Agudelo-Vallejo, S. (2021). Factores clave en la evaluación de la productividad: estudio de caso. *Revista CEA*, 7(15), e1800.
- García-Cabrera Antonia M., Martín-Santana Josefa D., Déniz-Déniz María de la Cruz, M Sonia, Suárez-Ortega, María Gracia García-Soto, Lucía Melián-Alzola. (2023). The relevance of entrepreneurial competences from a faculty and students' perspective: The role of consensus for the achievement of competences, *The International Journal of Management Education*, Volume 21, Issue 2, ISSN 1472-8117, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100774>.
- García, J. A. (2020). La difusión de las innovaciones en los medios de comunicación: claves de un proceso. *Innovación en Periodismo (MIP)*.
- George, D. y Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4.ª ed.). Boston: Allyn y Bacon.
- González Serrano, M. H., Valentine, I., & Crespo Hervás, J. (2014). La investigación sobre emprendimiento en el ámbito deportivo. Revisión de los documentos publicados en la WOS. *Journal of Sports Economics & Management*, 2014, vol. 4, num. 1, p. 55-66.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Capítulo 9 Recolección de datos cuantitativos. R. Hernández Sampieri, *Metodología de la investigación*, 20194-267.
- Hernández-Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2019). *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*. E. Herruzo-Gómez (Ed.). Dykinson.
- Hidalgo-Cajo, B. G. (2020). Aceptación docente de las tecnologías digitales en la educación superior: Evolución y uso desde los modelos y las teorías que la explican. *Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació*, (2), 61-76; DOI: <https://doi.org/10.17345/ute.2020.2>
- Hidalgo, L. (2016). *Confiabilidad y Validez en el Contexto de la Investigación y Evaluación Cualitativas*. Sinopsis Educativa. *Revista venezolana de investigación*, 5(1-2), 225-243.
- Hidalgo Mejía, J. D. L. Á. (2019). *Creación de una aplicación móvil de los gimnasios de la ciudad de Ambato* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas).
- Jacobo, R. C. S., Santillán, L. F. J., Andrade, M. D. R. R., Benavides, A. H., & Díaz, J. B. (2022). *Análisis de competencias emprendedoras en estudiantes de las carreras de*

- contaduría y administración de una IES: caso de estudio universidad tecnológica de Gutiérrez Zamora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 228-249.
- Kerlinger, F. N., Lee, H. B., Pineda, L. E., y Mora Magaña, I. (2002). *Investigación del comportamiento*.
- Lascano Perez, L., & Montero Bayas, J. (2017). Aplicabilidad de los módulos educativos al desarrollo del emprendimiento universitario. Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27051>
- Lombana Coy, J., & Palacios, L. (2020). *Competitividad y contexto internacional de los negocios: Teoría y aplicación*. Universidad del Norte.
- Martínez, J. M. D. (2017). El desafío metodológico de la medición de la productividad. *eXtoikos*, (19), 49-50.
- Mendoza, J., y Garza, J. (2009). La medición en el proceso de investigación científica: Evaluación de validez de contenido y confiabilidad. *Innovaciones de negocios*, 6(1), 17-32.
- Miranda-Torrez, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación administrativa*, 50(127).
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric Methods*. New York: McGraw- Hill Book Co.
- Ráez, R. N., Jiménez, W. G., & Buitrago, J. D. (2021). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Revista republicana*, (31), 119-144. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>
- Real Academia Española. (s.f.). *Emprender*. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://dle.rae.es/emprender?m=form#conjugacioneak44sb>
- Rogers, E. M. (2003). *The Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.
- Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. *Innovaciones de Negocios* 11(22), 235-268
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*.
- Sánchez Iza, E. J. (2021). *Inteligencia artificial y la productividad en la Empresa NOVACERO* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios).
- Solís Montoya, V. L., & Castillo Herrera, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. *Revista Científica De FAREM-Estelí*, 76-95. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Tapia, C. E. F., & Cevallos, K. L. F. (2021). PRUEBAS PARA COMPROBAR LA NORMALIDAD DE DATOS EN PROCESOS PRODUCTIVOS: ANDERSON-DARLING, RYAN-JOINER, SHAPIRO-WILK Y KOLMOGÓROV-SMIRNOV. *Societas*, 23(2), 83-106.

- Terán-Yepez, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista espacios*, 41(07).
- Treviño, E. J. (2014). *Regresión Múltiple. Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales*. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey. México.
- Urbizagástegui-Alvarado, R. (2019). El modelo de difusión de innovaciones de Rogers en la bibliometría mexicana. *Palabra clave*, 9(1), 71-71; DOI: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/18539912e071>
- Vérin, H. (2012) *Emprendedores, negocios. Historia de una idea*”, publicado el 10 de enero de 2012. URL: <http://journals.openedition.org/lectures/7181>; DOI: <https://doi.org/10.4000/lectures.7181>
- Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 15.
- Zambrano-Silva, D. H., Soto-Chávez, L. E., & Ugalde-Vicuña, J. W. (2021). Teoría de las restricciones y



**Marilyn Nicole Larrea Reyes** portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º **0302238522**. En calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación “**Factores que inciden en la productividad de emprendimientos deportivos. Gimnasio DORIAN en Azogues y Cuenca**” de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Azogues, **19 de julio del 2023**

F: .....

**Marilyn Nicole Larrea Reyes**

**C.I. 0302238522**