



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN GASTRONOMÍA

**INVESTIGACIÓN DE LAS HABILIDADES COMPETITIVAS Y SOCIALES
DEL EMPRENDEDOR “ESPECIALISTA” EN ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL
BARRIO LA FLORESTA DE LA CIUDAD DE QUITO ENTRE EL AÑO 2019 Y
EL AÑO 2020**

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magíster en Gastronomía

AUTORA: Quintana Lombeida Maria Dolores

DIRECTOR: Msc. Galarza Cachiguango Iván Santiago

IBARRA- ECUADOR

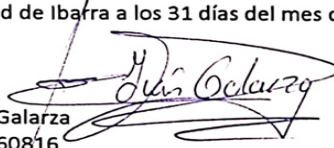
2022

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor, del trabajo de grado, presentado por María Dolores Quintana para optar por el título de Magister en Gastronomía, doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibañra a los 31 días del mes de enero del 2022.

Msc. Iván Galarza
CC. 1713260816
TUTOR

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Iván Galarza', is written over a faint, illegible stamp or watermark.

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|----------------------|----------------------------------|-----------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1713109187 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | QUINTANA LOMBEIDA, MARÍA DOLORES | | |
| DIRECCIÓN: | GENOVA 41 Y CAPRI | | |
| EMAIL: | mdquintanal@uts.edu.ec | | |
| TELÉFONO FIJO: | - | TELÉFONO MÓVIL: | 0990181939 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|-----------------------------|---|
| TÍTULO: | "INVESTIGACIÓN DE LAS HABILIDADES COMPETITIVAS Y SOCIALES DEL EMPRENDEDOR "ESPECIALISTA" EN ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL BARRIO LA FLORESTA DE LA CIUDAD DE QUITO ENTRE EL AÑO 2019 Y EL AÑO 2020" |
| AUTOR (ES): | QUINTANA LOMBEIDA MARÍA DOLORES |
| FECHA: DD/MM/AAAA | 26-11-2021 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | MAGISTER EN GASTRONOMÍA |
| ASESOR /DIRECTOR: | IVAN GALARZA |

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días del mes de febrero de 2022

EL AUTOR:

Maria Dolores Quintana Lombeida

Dedicatoria

A Dios

Mi Amado, otro grano de mostaza. Todo lo que hago es para ti.

Juan Fe y Thiago

Su amor, risas y juegos le dan sentido al propósito de mi existencia...

A mis mujeres

por existir, por llegar, por estar.

Agradecimientos

A mi tutor Iván Galarza, “El hombre que hace que las cosas difíciles parezcan fáciles, es el educador.”

Mi indescriptible gratitud a mis maestros Francisco Guevara, Santiago Pazos y
Mauricio Gaibor.

Índice de contenidos

| | |
|--|----|
| Contenido | 2 |
| Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad..... | 3 |
| | 3 |
| Dedicatoria | 4 |
| Agradecimientos | 5 |
| Índice de contenidos..... | 6 |
| Índice de tablas..... | 8 |
| Resumen | 10 |
| Abstract | 10 |
| 1 CAPÍTULO I..... | 11 |
| 1.1 El Problema..... | 11 |
| 1.2 Antecedentes | 12 |
| 1.3 Objetivos | 13 |
| 1.3.1 Objetivo general | 13 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 13 |
| 1.4 Justificación..... | 14 |
| 2 II..... | 16 |
| 2.1 Marco de teorías | 16 |
| 2.1.1 Competitividad..... | 16 |
| 2.1.2 Competencias | 17 |
| 2.2 Marco empírico | 19 |
| 2.3 Marco conceptual | 21 |
| 2.4 Competencias sociales y competitivas | 21 |
| 2.5 Habilidades, destrezas y rasgos de personalidad..... | 22 |
| 2.5.1 Habilidades sociales y competitivas..... | 23 |
| 2.5.2 Elementos clave de las habilidades sociales..... | 23 |
| 2.6 Equipos de trabajo..... | 24 |
| 2.7 Relación con el entorno..... | 25 |
| 2.8 Inteligencia emocional | 26 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.9 | Asertividad | 26 |
| 2.10 | Flexibilidad cognitiva..... | 26 |
| 2.11 | Emprendimiento..... | 28 |
| 2.11.1 | La gestión empresarial, indicadores de medición..... | 30 |
| 2.11.2 | Indicadores de gestión..... | 32 |
| 3. | III..... | 33 |
| 3.1 | Enfoque | 33 |
| 3.2 | Diseño | 33 |
| 3.1.2 | Población y muestra | 38 |
| 3.1.2 | Catastro La Floresta | 39 |
| 3.1.3 | Tabulación e interpretación de resultados | 40 |
| 3.2 | Interpretación de datos | 41 |
| 3.3 | Hipótesis..... | 41 |
| 4 | IV..... | 53 |
| 4.1 | Modelo del emprendedor especialista | 53 |
| 4.2 | Modelo del emprendedor especialista Sector la Floresta | 54 |
| 4.3 | Estrategias de competitividad..... | 55 |
| 4.4 | Discusión..... | 56 |
| 5 | Conclusiones y recomendaciones..... | 57 |
| 5.1 | Conclusiones | 57 |
| | Se postularon las siguientes Hipótesis de investigación: | 57 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 59 |
| 5.3 | Implicaciones | 59 |
| | Referencias..... | 60 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Conceptos Competitividad----- | 16 |
| Tabla 2 Definiciones de competencias----- | 17 |
| Tabla 3 Características de la actitud emprendedora----- | 28 |
| Tabla 4 dimensiones del mapeo estratégico organizacional----- | 30 |
| Tabla 5 matriz de evaluación de indicadores de gestión----- | 31 |
| Tabla 6 validez instrumento expertos----- | 34 |
| Tabla 7 fiabilidad del instrumento----- | 34 |
| Tabla 8 caracterización del instrumento----- | 35 |
| Tabla 9 estadísticas sector alimentos y bebidas quito turismo----- | 38 |
| Tabla 11 establecimientos operativos----- | 39 |
| Tabla 13 catastro la floresta----- | 39 |
| Tabla 14 correlaciones habilidades sociales----- | 43 |
| Tabla 15 habilidades competitivas----- | 47 |
| Tabla 16 tecnologías internas----- | 48 |
| Tabla 17 tecnologías externas----- | 50 |
| Tabla 18 inversión económica----- | 51 |
| Tabla 19 estrategia de competitividad----- | 55 |

Índice de figuras

| | |
|----------------|----|
| Figura 1 | 22 |
| Figura 2 | 23 |
| Figura 3 | 24 |
| Figura 4 | 25 |
| Figura 5 | 27 |
| Figura 6 | 40 |
| Figura 7 | 40 |
| Figura 8 | 41 |
| Figura 9 | 42 |

Resumen

El emprendedor ecuatoriano se desarrolla en un contexto de gran complejidad: económica, política, cultural y social. Durante la pandemia del Covid-19, el alto nivel de desempleo provocó la necesidad de crear negocios en el subsector de alimentos y bebidas. El presente estudio, tiene como objetivo analizar las habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” en alimentos y bebidas entre el 2019 al 2020 en el barrio de La Floresta para la propuesta de un modelo de gestión gastronómica en A y B. Para este efecto, se elaboró un estudio cuantitativo y se utilizó una encuesta estructurada con 20 preguntas y escala Likert. Se consideró una muestra de 102 emprendedores encuestados que en su mayoría manifestaron operar en el sector entre 1 y 3 años y el 51% contaba con experiencia y aseguran poseer formación profesional. Adicionalmente se postuló la construcción del modelo con el planteamiento de 5 hipótesis en referencia a las habilidades sociales y competitivas y el Balance Score Card.

Abstract

The Ecuadorian entrepreneur develops in a context of great complexity: economic, political, cultural and social. During the Covid-19 pandemic, the high level of unemployment caused the need to create businesses in the food and beverage subsector. The present study aims to analyze the competitive and social skills of the entrepreneur "specialist" in food and beverages between 2019 and 2020 in the La Floresta neighborhood for the proposal of a gastronomic management model in A and B. For this purpose, a quantitative study was developed and a structured survey with 20 questions and a Likert scale was used. A sample of 102 entrepreneurs surveyed was considered, most of whom stated that they operated in the sector for between 1 and 3 years and 51% had experience and claim to have professional training. Additionally, the construction of the model was postulated with the proposition of 5 hypotheses in reference to social and competitive skills and the BSC.

1.1 El Problema

Ecuador, durante el año 2013, era el país con mayor cantidad de emprendimientos en la región (Global Entrepreneurship Monitor, 2013) con 36% de actividad emprendedora. Mientras que, en el 2019, a raíz de la pandemia, uno de cada tres adultos emprendió un negocio, lo cual representa 3.6 millones de habitantes (Lasio & Ordeñana, Escuela de Negocios de la Escuela Politecnica del Litoral, 2019). Las motivaciones para el emprendimiento se basan en hacer la diferencia 82%, acumular riqueza 88.4%, tradición familiar 68.7% y escasez de empleo 90.1%. Según ESPAE (2020):

La tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio, o han iniciado uno no sobrepasa el umbral de 42 meses. Este año se ubica en 36.2%, superada por Chile con 36.7%.

El emprendimiento crece durante la pandemia del COVID-19: en Ecuador y por todos los sectores de la ciudad de Quito. Sin embargo, el emprendimiento revela elementos complejos, ya que no se sustenta en la generación de negocios y el movimiento económico, sino en la necesidad actual y el desempleo que demanda de productos y servicios que cubran necesidades insatisfechas y no superan la brecha de 42 meses de vida en el mercado.

Según Pérez (2017), el emprendedor especialista “suele tener un perfil más técnico, aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector donde se encuentra” (p.11). Para Lasio (2019), “en el período 2019-2020 aumentó el número de emprendedores con educación superior. Estos últimos usualmente poseen mayores expectativas de crecimiento, expansión geográfica e innovación a nivel del país”.

En el mercado gastronómico de Quito, existen diversos emprendimientos operados de dos maneras: en línea y con locales físicos. Además de disímiles características en sus productos, precios, clases de promoción y servicios. La demanda está conformada por distintos nichos en relación con el contexto psicológico, demográfico, geográfico y hábitos de consumo.

Quito es una ciudad altamente comercial; aporta con el 23% del Producto Interno Bruto (PIB) con respecto a Guayaquil que contribuye con el 19%. El comercio es el sector que más ingresos y fuentes de empleo genera, seguido de la industria manufacturera (Cámara de Comercio de Quito, 2019).

La Floresta es un barrio de la ciudad de Quito que pertenece a la parroquia Itchimbia. Posee atractivos culturales: la Iglesia, viviendas modernistas, el cine Ocho y Medio y una importante oferta gastronómica en restaurantes y puestos informales de alimentos (La Hora, 2006).

El emprendimiento gastronómico crece aceleradamente en los barrios de Quito —y también el fracaso— con mayor oferta de servicios y alta demanda insatisfecha. Según Quito Turismo (2021), “de todos los negocios, el turístico (que incluye cafeterías y restaurantes) es el más golpeado”. En diciembre, hizo un muestreo y de 4 800 locales el 16% cerró; en el Centro hubo más: de los 670 locales turísticos, el 17% quebró”.

Mientras que el elemento fundamental, para la creación de emprendimientos especialistas se ha apoyado en las competencias (Spencer & Spencer, 1993); (McClelland, 1999) “característica subyacente en un individuo que está casualmente relacionada a un estándar de efectividad y/o una performance superior en un trabajo o situación”; las habilidades y destrezas que debe poseer el gastrónomo se sustentan en anteproyectos y en la práctica de sus inversionistas.

Para Fuentes J. (2016), se requieren otros aspectos positivos para emprender con menores probabilidades de riesgo: habilidades sociales, habilidades competitivas, orientación a resultados, orientación de mercado y trabajo en equipo. En este contexto, se propone el análisis del modelo del emprendedor especialista gastronómico y su participación competitiva en el mercado.

Para lo cual la pregunta de investigación sería: ¿Qué habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” aportarán estrategias de gestión gastronómica para la actividad de A y B del barrio La Floresta?

1.2 Antecedentes

En el contexto de estudios de perfiles de emprendedores gastronómicos, destacan a nivel de Latinoamérica a (Dreher & Zuleica, 2003) con investigaciones cualitativas de

calidad de vida de profesionales de gastronomía en Brasil, mediante entrevistas semiestructuradas que reflejaron el interés de los individuos en mayor profesionalización y la estimulación de condiciones socioeconómicas que contribuyan a la calidad de vida individual y colectiva. En Chile, se enfatiza a (Soto, 2021) con el análisis de emprendimientos gastronómicos en Valparaíso que denotan el crecimiento de profesionales universitarios en negocios de tipo familiar y afines a la culinaria.

Otro estudio en referencia menciona a (García & Yalile, 2015) quienes analizan el ecosistema emprendedor gastronómico de la ciudad de Guayaquil como territorio, donde atribuye a: los factores institucionales, a la orientación e intención emprendedora, al comportamiento del emprendedor, a la legitimidad y a la reputación del sector.

Adicionalmente, en el Barrio la Floresta únicamente refieren estudios de prefactibilidad de comida rápida y diseños de imagen de marcas corporativas Urresta (2013); Arias (2018).

En cuanto a factores de emprendedores para la apertura de negocios destaca un estudio cualitativo-descriptivo de (Velandia, 2018) que determinó la escasez de recursos económicos, falta de criterios en el estudio de mercado y oferta de servicios y productos gastronómicos orientados a nichos específicos en la ciudad de Bogotá.

Se denotan estudios empíricos y de estado del arte al respecto de prescripciones y comportamiento de emprendedores en relación a: intención, crecimiento y calidad de vida. Sin embargo, no se han efectuado estudios de la realidad del emprendimiento especialista en la ciudad de Quito que derive en un modelo. Por lo tanto, cabe resaltar que la investigación es novedosa y relevante.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Analizar las habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” en alimentos y bebidas entre el 2019 al 2020 en el barrio de La Floresta para la propuesta de un modelo de gestión gastronómica en A y B.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Conceptualizar las habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” de alimentos y bebidas para la fundamentación del modelo de gestión gastronómica.
2. Analizar al emprendedor “especialista” gastronómico en el período 2019-2020 para determinar el perfil de competencias, habilidades y destrezas.
3. Examinar la competitividad del emprendedor “especialista” del subsector de A y B del barrio La Floresta para un modelo de gestión gastronómica, mediante una investigación correlacional.
4. Proponer un modelo de gestión gastronómica del emprendedor “especialista” de alimentos y bebidas en el periodo 2019-2020, para la identificación de variables para la competitividad del barrio La Floresta.

1.4 Justificación

La propuesta es conveniente ya que se enfoca en el desarrollo de un modelo del emprendedor especialista gastronómico del periodo 2019 al 2020, es útil ya que la investigación radica en la falta de estudios del emprendimiento del subsector de alimentos y bebidas de la ciudad de Quito y de la determinación de los factores que posee el perfil del propietario de negocios ya que la permanencia en el mercado no supera los cuarenta y dos meses.

La relevancia social destaca que se desarrolla la investigación con el propósito de incrementar las herramientas de apoyo para futuros emprendimientos; al mismo tiempo fortalecer los restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda del Barrio La Floresta. La implicación práctica del estudio es conocer las competencias que afectan de forma positiva a la gestión.

La utilidad metodológica es menester en el sentido de que facilitará la identificación de debilidades en las competencias a través del modelo a postularse de los negocios existentes para el fortalecimiento del sector, su competitividad y de la Academia en los contenidos curriculares.

La investigación llenará un vacío de conocimiento de la industria de servicios por ser de carácter innovador, original y que aportará con la matriz productiva al identificar las variables y dimensiones que poseen los emprendedores, en la iniciativa de los negocios para la obtención de recursos en la generación de riqueza del país.

Marco Jurídico

La investigación aportará con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Organización de Las Naciones Unidas, 2015) “Promover el crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el empleo plena y productivo y el trabajo decente para todos”, a la meta 8.3; “Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo dignos, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros” (Naciones Unidas, 2019).

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, objetivo 5, política 5.2 “Impulsa la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”, “Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Esta investigación contribuirá con el cambio de la matriz productiva hacia el sector de la industria y el desarrollo de materias primas nacionales en productos terminados de interés local.

La investigación es relevante y original ya que aporta al desarrollo profesional con la aplicación de un estudio descriptivo y exploratorio de variables que no han sido totalmente investigadas en negocios ecuatorianos, por otra parte, la participación de fuentes primarias y secundarias darán rigurosidad científica al tema.

2.1 Marco de teorías

2.1.1 Competitividad

Según Ferraz, Kupfer, & Iooty (2004), una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento industrial en que opera. Para ser competitiva, las estrategias, las capacidades y el desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecientes en la actividad que realiza.

TABLA 1

CONCEPTOS COMPETITIVIDAD

| Concepto | Autores |
|--|------------------------------------|
| Según el concepto de eficiencia, la competitividad se define como la capacidad de un país de producir un determinado bien en mejores o iguales condiciones en comparación con otras economías (Haugenauer, 1989) | Haugenauer (1989) |
| Se define como la capacidad de una empresa de crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de mercado de manera sostenible. | Ferraz, Kupfer y Haugenauer (1996) |
| En este enfoque dinámico, las ventajas competitivas nacen de las variables de relevancia competitiva en todos los niveles del sistema y de la interacción entre ellas. Así, se concluye que la | Esser y otros (1996) |

competitividad tiene un carácter sistémico

A nivel regional y nacional, es la Unión Europea (2001) capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible.

Por lo tanto, la competitividad es la capacidad de una organización para mantenerse y desarrollarse en el mercado de forma sostenible.

2.1.2 Competencias

Con referencia a la definición de competencia (Galarza et al., 2020), las competencias tienen características subyacentes en los seres humanos, es decir, son un aspecto profundo de las personas y perduran con el tiempo; además, son la causa de un desempeño exitoso, lo que significa que están relacionadas causalmente con un nivel de desempeño medido bajo cierto criterio.

TABLA 2

DEFINICIONES DE COMPETENCIAS

| | Autor |
|--|-------------------|
| Definición | |
| Señala que existen tres motivaciones en las personas, las cuales son las necesidades de logro, afiliación y poder. Algunos autores sostienen que estas necesidades son motivaciones sociales, ya que se aprenden de una manera no consciente, como producto de enfrentarse activamente al medio. | McClelland (1961) |
| Son una lista de comportamientos que ciertas personas poseen en mayor medida que otras y que las transforman en más eficaces para una situación | Leboyer(1997) |

dada. (...) Las competencias representan un rasgo de unión entre las características individuales y las cualidades requeridas para conducir las misiones profesionales prefijadas

Conocimiento tácito que, aunque independiente de la inteligencia académica o general, está relacionado con la habilidad necesaria para resolver problemas específicos de la vida diaria. Sternberg (2000)

Representan una combinación dinámica de conocimientos, habilidades, capacidades y valores. Gonzalez y Wagenaar (2006)

Una actuación integral que permite identificar, interpretar, argumentar, y resolver problemas del contexto con idoneidad y ética, integrando el saber ser, el saber hacer, el saber conocer. Perrenoud (2008)

Supone valores, actitudes y motivaciones, además de conocimientos, capacidades, habilidades y destrezas, todo formando parte del ser integral que es la persona, una persona inserta en un determinado contexto, en el que participa e interactúa, considerando también que aprende de manera constante y progresiva a lo largo de toda su vida. Sevillano (2009)

Formaciones psicológicas superiores que integran conocimientos de un área de desempeño, las habilidades de un Ferreiro (2011)

tipo u otro, generalmente de varios tipos, así como actitudes y valores consustanciales a la realización de una tarea en pos del logro de los objetivos planteados con buenos niveles de desempeño en un contexto socio cultural determinado.

Las competencias son Arroyo (2012) comportamientos observables que se pueden demostrar por medio de la aplicación de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, los cuales permiten llevar a cabo exitosamente una actividad laboral real.

2.2 Marco empírico

Estudios relacionados al emprendimiento en el sector gastronómico

El estudio empírico cuantitativo levantado por muestra aleatoria a 90 emprendedores cubanos, titulado *Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares*, determinó, para esta muestra, que las competencias emprendedoras no radican en las condiciones sociodemográficas o culturales; los evaluados se perciben como emprendedores y capaces por su profesionalismo (Silveira & otros, 2016).

El estudio cualitativo titulado *Prácticas operativas y flujos de información culinaria transnacional en restaurantes de migrantes mexicanos retornados de Estados Unidos* analiza el emprendimiento desde la necesidad y el aprendizaje concebido por efectos del retorno de la migración que aproxima a la cocina del territorio a una culturización de sus procesos en inserción de nuevas cocinas (Vázquez-Medina, 2017).

El estudio empírico *La Fuerza de la Innovación y el Emprendimiento ¿Es probable que Latinoamérica se suba al carro de las sociedades del conocimiento?* identifica en Bolivia que la formación en los emprendedores no tiene relación; así, se describe que la gran cantidad solo posee 12 años de escolaridad, apenas el 15%

tiene formación técnica y el 17,3%, licenciatura. De todos estos segmentos, menos del 13% recibió algún tipo de capacitación emprendedora durante la etapa escolar y tan solo el 16,5% la tuvo con posterioridad. Solo el 15% de propietarios de establecimientos cuentan con estudios universitarios (Oporto, 2016).

En el *Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Colima en México*, se efectuó un muestreo de 618 estudiantes del sector de negocios que determinó la integración a proyectos de emprendimiento que fortalecen las actividades emprendedoras futuras. El estudio identificó que las mujeres poseen más actitudes emprendedoras; sin embargo, son los hombres quienes más emprendimientos han establecido. Finalmente, determinó la posición socioeconómica, así como la autopercepción del espíritu emprendedor y capacidad de trabajo en equipo (Gonzales, Torres, & Tinoco, 2017).

En el estudio de *La fuerza de la Innovación y el Emprendimiento ¿Es probable que Latinoamérica se suba al carro de las sociedades del conocimiento?*, los entornos socioeconómicos alteran las condiciones internas que favorecen en las empresas el emprendimiento en Latinoamérica. Se sustenta el estudio en las caídas de productividad por indicadores macroeconómicos, inflación y recesión que complican la inversión. Las soluciones planteadas van más allá del campo empresarial con políticas públicas que incentiven la inversión, sistemas de sostenibilidad de infraestructura y financiamiento con plazos más extensos (Gregosz, 2016).

En el artículo *Los emprendimientos como modalidad de titulación: un diagnóstico de universidades de la zona 3 del Ecuador*, se valoraron las propuestas de unidad de titulación relacionadas al 73% de emprendimientos que no se están realizando, a través de un estudio mixto cualicuantitativo, en el que los resultados especifican los escasos recursos económicos, el temor al fracaso, la falta de experiencia y la poca motivación (Bombóm, Peñafiel, & Sánchez, 2020).

En el *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*, se concibe que las mujeres consideran un mayor temor al fracaso y una menor iniciativa; refiere en las mujeres aspectos asociados como iniciativa, creatividad, autoconfianza y en los hombres, el deseo y el entusiasmo de enfocarse en nuevos retos (Fuentes & Sánchez, 2010).

Al respecto de la innovación en el sector gastronómico, en el artículo *La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales*, se hace referencia al factor diferenciador de una innovación social desde la gastronomía en los cambios de las comunidades para favorecer talentos nutricionales y de seguridad alimentaria hasta el patrimonio alimentario en su preservación e identidad (Mejía & Maldonado, 2020).

Se puede deducir de los estudios empíricos que los criterios de caracterización levantados son en su mayoría de Latinoamérica, por otra parte, el desarrollo de emprendimientos no está relacionado con una amplia formación profesional. Adicionalmente los hombres son quienes más emprenden en comparación con las mujeres. Entre los factores que inhiben la iniciativa emprendedora se encuentra el miedo, la falta de experiencia y la escasa motivación. Finalmente, se destaca a la innovación enlazada al patrimonio y el efecto en los beneficios nutricionales como factores para asegurar la identidad.

2.3 Marco conceptual

2.4 Competencias sociales y competitivas

Habilidades dentro del enfoque de competencias

Las habilidades, para Alles (2005), representan la “capacidad de desempeñar cierta tarea física o mental” (p.80). Las habilidades son adquiridas en la formación de cada individuo, son variadas en su desempeño en el campo laboral en diferentes actividades. Según Alles (2002), “el conocimiento y la habilidad son relativamente fáciles de desarrollar; la manera más económica de hacerlo es mediante capacitación” (p. 9). Sin embargo, los emprendedores especialistas requieren para los negocios, además de habilidades, conocimientos, y motivación¹.

Para Spencer y Spencer (como se citó en Alles, 2002), las competencias se dividen en dos grandes grupos: las más fáciles de detectar y desarrollar, como las destrezas y conocimientos, y las menos fáciles de detectar y luego desarrollar, como el

¹ Actitudes, valores, concepto de uno mismo y los rasgos mas profundos de personalidad.

concepto de uno mismo, las actitudes y los valores y el núcleo mismo de la personalidad. En este esquema, las competencias son centrales y superficiales.

Las competencias y habilidades son el fundamento para el reclutamiento de personal en las organizaciones de todo tamaño, de ahí su importancia para la gestión del talento humano. Para Naranjo (2012), en un estudio cualitativo y aleatorio de 260 empresas colombianas, se resalta que existen tres tipos de competencias relevantes que se sustentan en los objetivos de la empresa o negocio. Entre las competencias básicas son requeridas las cognitivas, técnicas, metodológicas y la capacidad intelectual alcanzadas en la educación previa. Mientras que al respecto de las competencias básicas se destacan las básicas, desarrollo de pensamiento, analíticas y cualidades personales.

FIGURA 1

COMPETENCIAS Y HABILIDADES



Nota. La figura muestra la dificultad de identificación de las habilidades en el talento humano. Fuente: Modelo del Iceberg (2002)

2.5 Habilidades, destrezas y rasgos de personalidad.

Habilidades y destrezas: elementos relacionados con la tarea de leer, redactar, escribir, cortar, hervir, saltar, por lo cual pueden ser aprendidas para un mejor desempeño del puesto de trabajo.

Concepto de uno mismo: motivación y habilidades interpersonales y políticas.

Rasgos de personalidad: iniciativa, empatía, adaptabilidad, persuasión, compromiso, inteligencia emocional².

2.5.1 Habilidades sociales y competitivas

Para Fuentes (2016), existen dos habilidades positivas requeridas para el trabajo comercial: las habilidades competitivas y las habilidades sociales.

Las habilidades sociales, se relacionan con siete elementos clave: la negociación, equipos de trabajo, relación con el entorno, inteligencia emocional, asertividad, flexibilidad cognitiva y empatía.

2.5.2 Elementos clave de las habilidades sociales

La negociación: Una teoría de negociación es un conjunto de conceptos que permiten describir, explicar y predecir el comportamiento de las partes y los resultados de un proceso de negociación; característicamente las teorías sobre negociación están orientadas hacia obtener mejores resultados y son de naturaleza normativa, es decir, implican el procedimiento que debe seguirse para obtener los resultados esperados. Orientada a la acción, una teoría sobre la negociación requiere conocer la manera como se comportan los negociadores y los resultados que obtienen con ese comportamiento. (Ogliastri, 1995)

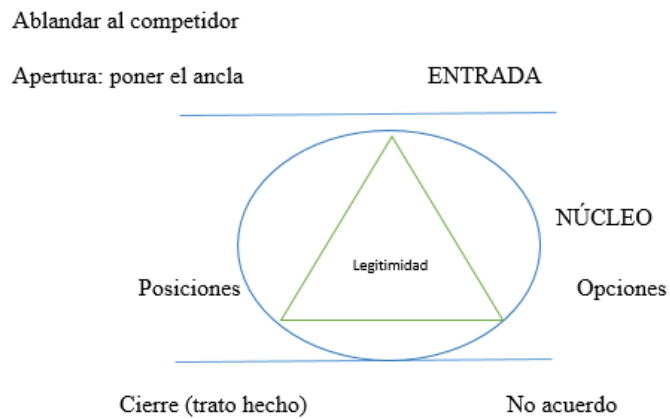
Se ponen en efecto la negociación cuando existe un conflicto. Para lo cual se formalizan el proceso de negociación tradicional o negociación moderna descritos en las Figuras 2 y 3 para llegar a la resolución entre varios involucrados.

La negociación tradicional se basa en la oposición entre las partes donde no existen posibilidades de ceder, se relaciona con la competencia de ganar frente al opositor.

FIGURA 2

NEGOCIACIÓN TRADICIONAL

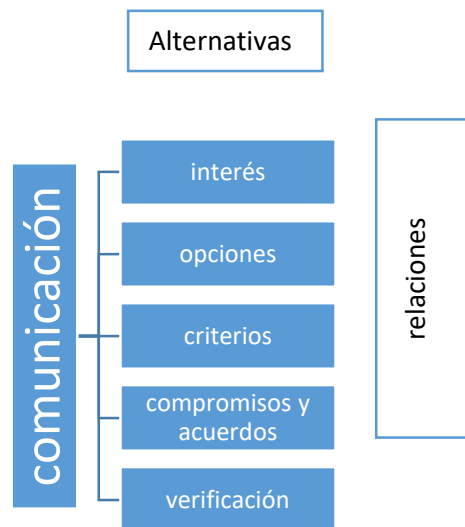
² No significa simplemente ser empático. En momentos estratégicos puede requerir, por el contrario, enfrentar sin rodeos a alguien para hacerle ver una verdad importante, aunque molesta, que haya estado evitando. (Goleman, 1999)



Nota. Descripción del proceso de negociación tradicional. Tomado de (Paz, 2004)

FIGURA 3

PROCESO DE LA NUEVA NEGOCIACIÓN



Nota. Adaptado de (Paz, 2004). *Negociación Moderna*

2.6 Equipos de trabajo

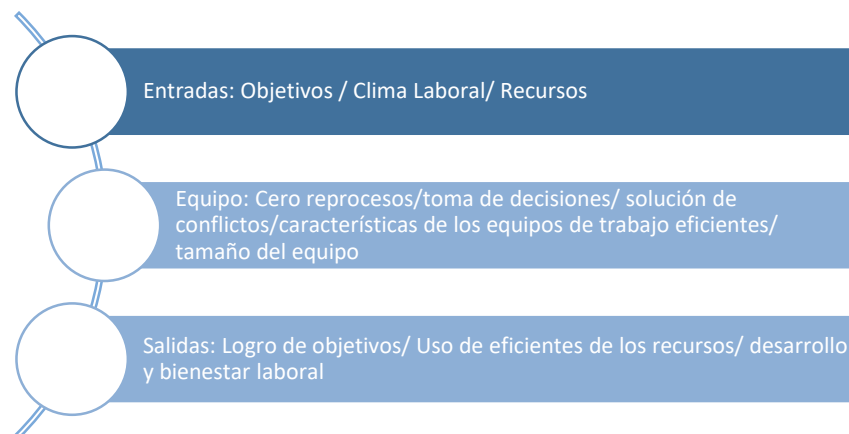
Su fin es fortalecer a las organizaciones en la resolución de conflictos para alcanzar los objetivos mediante las políticas empresariales. Para (Franco & Reyes, 2003), “es un pequeño número de personas con habilidades complementarias que se han comprometido con un propósito común, con unas

metas específicas, para lo cual se apoyan mutuamente”. Los equipos de trabajo tienen objetivos genéricos:

- Plantear ideas, determinar causas y plantar soluciones a un tópico
- Postular acciones, identificar las secuencias de actividades que permitan lograr los objetivos propuestos.
- Reforzar la unión para aportar desde la experiencia y el conocimiento de cada integrante a los objetivos comunes para el logro los objetivos empresariales.

FIGURA 4

CARACTERÍSTICAS DE LOS INTEGRANTES EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO



Tomado de: (Thomas Rangel & Calderón, 2018).

La cadena se orienta con un alcance desde el planteamiento de los objetivos hasta el logro de estos a través de procesos y decisiones.

2.7 Relación con el entorno

El individuo prevé el desarrollo de sus competencias en la sociedad, para lo cual según Tejeda (2011) :

Las competencias no solo se manifiestan, además se construyen a partir del desempeño. En efecto, no se concibe el proceso de formación de competencias como una fase de adquisición conceptual, seguida de una fase de aplicación “práctica”, sino que también en la propia práctica se construyen las competencias, y se desarrollan los saberes diversos. (p.10)

La enseñanza de las competencias no es sesgada a cursos, sino son la referencia del ambiente productivo, los códigos de conducta relacionada con el trabajo y la tecnología con transversalidad y comunicación de valores, hábitos, compromisos y pertenencia a la empresa (Buenahora, 2002). Así, el entorno es eficiente en sinergia con el talento humano.

2.8 Inteligencia emocional

“La inteligencia emocional se define como la capacidad del individuo de reconocer los sentimientos propios y ajenos, motivarse y manejar sus emociones de manera adecuada, y los efectos en su comportamiento y en la relación con los demás” (Coleman, 1995).

Dicha inteligencia emocional le permitir al individuo, en primer lugar, identificar sus emociones y, en segundo lugar, conocer preocupaciones, así como identificar preocupaciones emociones tiene peso dentro de su personalidad (Duque, García, & Hurtado, 2017).

2.9 Asertividad

El recurso humano debe formalizar un dialogo en su cotidianidad laboral, de tal manera. Conforme (Gali, 2006):

Cualidad que tienen algunas personas de comunicar con convencimiento (afirmar) que algo que piensan es digno de ser escuchado y de ser tomado en consideración. Por tanto, el asertividad debe de ser una competencia social adquirida o una capacidad que distingue a algunos individuos frente a otros, si no las dos cosas a la vez.

2.10 Flexibilidad cognitiva

Los individuos en el contexto laboral requieren de capacidades para adecuar los cometidos a las circunstancias ambientales frente a las actividades que ejecutan. Para (Maddio, 2010).

La flexibilidad cognitiva es la capacidad para: (a) generar respuestas con un grado adecuado de control inhibitorio, el cual se traduce en alternativas de solución funcionales que combinen la satisfacción de los propios deseos - necesidades con los deseos de los otros y (b) considerar las consecuencias cognitivas, emocionales y conductuales positivas derivadas de tales alternativas en todas las personas involucradas.

Las habilidades competitivas se enfocan en la naturaleza del individuo en ser competitivo. Dicha capacidad puede enfocarse en dos aspectos: el primero, orientación a resultados medibles en la fidelización de clientes, cumplimientos de objetivos, lealtad de clientes, alta repetición de compras de clientes. El segundo, orientación de mercado, basado en la satisfacción del cliente, adaptabilidad, flexibilidad y mejora frente a la competencia.

FIGURA 5

FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD



Nota. Adaptado de (Medeiros, Goncalves, & Camargos, 2019)

El emprendedor especialista, según Pérez (2017), “suele tener un perfil más técnico, aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector donde se encuentra” (p.14). En el ámbito gastronómico posee competencias que se sustentan en el lugar de su formación profesional, alcanzadas en el escenario técnico, tecnológico o universitario. Por lo tanto, los perfiles de los profesionales son disímiles. La oferta académica se orienta entre formación de destrezas, enfoque a la práctica gastronómica y culinaria nacional e internacional, investigación de productos, administración y ventas (Cursos y carreras.com, 2020).

2.11 Emprendimiento

El emprendimiento para Uribe y Reinoso (2013), “se lo identifica como el proceso dinámico de crear riqueza creciente”, para lo cual es fundamental poseer una actitud emprendedora. Según Parra, Rubio, & López (2017), es “la capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad” (p.20). En este sentido, no basta con la innovación y creación del negocio sino la mejora continua y en las actividades que se ejecutan a diario. Una actitud emprendedora, según (Quintero, 2007), está sujeta a características de motivación, optimismo, perseverancia, iniciativa, visión, tolerancia al fracaso, asumir riesgos y proactividad.

TABLA 3

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA

| Elemento | Concepto | Autores |
|-----------------------------------|--|---|
| Motivación | Interés recurrente por un estado objetivo que impulsa , orienta y selecciona la conducta. | McClelland (1989); Schumpeter (1974); Stevenson y Jarillo, (1990) |
| Optimismo | Respuesta positiva ante adversidades relacionadas con el negocio, en donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, sortear problemas sin miedo y con disposición a emprender ideas nuevas. | Parra (2017) |
| Perseverancia, Necesidad de logro | Impulso comportamental que conlleva al individuo a seleccionar e insistir en tareas que impliquen un nivel superior y que pueda | McClelland (1971) |

compararse consigo mismo al realizar actividades retadoras que requiera sus competencias para llegar a un éxito indiscutible.

| | | |
|-----------------------|--|---|
| Iniciativa | Consiste en la facilidad para imaginar ideas y proyectos nuevos | Caldas (2019) |
| Visión | Es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el futuro. | Rajadell (2019) |
| Tolerancia al fracaso | Que permita correr riesgos y cometer errores. | López (2014) |
| Asumir riesgos | Capacidad que se asienta en la habilidad para evaluar el riesgo y planificar una estrategia para reducirlo. | Masifern (1996) |
| Proactividad | Tomar la iniciativa y asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; implica decidir en cada momento lo que queremos hacer y como lo vamos a hacer. El emprendedor planifica evalúa alternativas previas a la decisión. | Miller (1983); Covin y Slevin (1989, 1991); Wiklund (1999); Kreiser et al., 2002) |

Nota. Descripción de conceptos y autores varios.

En definitiva, el punto principal de los emprendedores para lo cual asumen riesgos, se sustenta en la generación de nuevas empresas independientes.

El emprendedor, por lo tanto, corresponde a características. Se clasifica en visionario, persuasivo, especialista, intuitivo, inversionista y empresario.

2.11.1 La gestión empresarial, indicadores de medición

Una herramienta estratégica que permite medir el desempeño organizacional es el cuadro de mando integral que con el apoyo de las tecnologías de la información extiende ampliamente un instrumento de alineación estratégica y de desempeño. Según Perez & García (2013)

El cuadro de mando integral como herramienta de control de gestión fue introducido en el ámbito empresarial desde 1992 por Kaplan y Norton y su aplicación al ámbito de las tecnologías de la información fue descrita inicialmente por Van Grembergen y Van Bruggen (1997) y Van Grembergen y Timmerman (1998) a partir de las cuales se propuso el Balance Score Card (BSC).

Conforme la propuesta del BSC, las empresas presentan sus diagnósticos a partir de las fortalezas, oportunidades, amenazas, debilidades y oportunidades. Lo cual es vital para la planeación estratégica y la relación con los objetivos en lo posterior se plantean las estrategias y los indicadores para la medición de cumplimiento.

Para facilitar el análisis de los objetivos e indicadores de cumplimientos se relaciona en mapas a fin de identificar la perspectiva financiera, la perspectiva de cliente, la perspectiva del proceso interno y la perspectiva de aprendizaje y desarrollo.

TABLA 4

DIMENSIONES DEL MAPEO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

| Dimensiones | Características |
|------------------------|---|
| Perspectiva financiera | Lo relativo a la reducción de costos en relación al comportamiento de la rotación de inventarios, recursos ociosos, mermas y deterioros, costos de almacenamiento, compras, entre otros |
| Perspectiva cliente | Los resultados de las evaluaciones de la satisfacción de los clientes y el |

cumplimiento de las estrategias trazadas para estos fines

| | |
|---------------------------------------|--|
| Perspectiva proceso interno | Aquí se conjugan los procesos y elementos descritos en el nivel de detalle de los procesos para alcanzar las metas de los indicadores de nivel de servicio logístico al cliente propuestos |
| Perspectiva aprendizaje y crecimiento | Todo lo relacionado con el capital estructural y la capacitación correspondiente a las salidas de la aplicación de los pasos del procedimiento propuesto así como los sistemas de información y la tecnología necesaria para el soporte. |

Adaptado de (Alina Diaz, 2014)

Un indicador correctamente compuesto posee estas características: nombre, forma de cálculo, unidades y glosario. La ventaja fundamental de un indicador es la reducción de la incertidumbre, la subjetividad y la efectividad de la organización y el clima laboral.

Un elemento de evaluación describe a la figura 7, matriz que discrimina para la investigación presente a los indicadores de gestión de los procesos internos, crecimiento y desarrollo. Conforme los objetivos específicos se relacionan con los niveles estratégicos, tácticos y operativos, para determinar la vigencia temporal y permanente.

TABLA 5
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN

| Indicador | Objetivo | Procesos | Nivel | Naturaleza | Vigencia | Agrega valor | Permanece |
|-----------|----------|----------|-------------|------------|------------|--------------|-----------|
| | | | Estratégico | Eficacia | Temporal | | |
| | | | Táctico | Eficiencia | permanente | | |
| | | | Operativo | Productivo | | | |

Adaptado: (Beltran, 2005)

2.11.2 Indicadores de gestión

“Un indicador de gestión (KPI) es una forma de medir si una empresa, unidad, proyecto o persona está logrando sus metas y objetivos estratégicos”. (Roncancio, 2020) Las empresas usan los indicadores de gestión para todas las perspectivas de la organización, se basan en el desempeño de a estándares de alto nivel y en otros casos se sustentan en los procesos, personal y áreas.

Para Hanson (1958), citado por Gallego (2004: 303), (...) un modelo es una estructura conceptual que sugiere un marco de ideas para un conjunto de descripciones que de otra manera no podrían ser sistematizadas. Cumple esta función en virtud de que une de manera inferencial, las proposiciones que afirman algo sobre los fenómenos que en él se integran. De esta manera, su estructura es diferente de la que se supone existe en el conjunto de fenómenos de la naturaleza. El modelo concebido en esta forma, impulsa la inteligibilidad y ayuda a la comprensión de los fenómenos, ya que proporciona los canales de interconexión entre hechos que, sin la existencia de los lazos inferenciales, podrían permanecer aislados e independientes unos de otros.

3.

III

3.1 Enfoque

La investigación es de tipo cuantitativo y se ha determinado la muestra en toda la población. Para (Merino, 2015) los datos son proporcionados por muestras seleccionadas de forma aleatoria siempre que sea posible, son representativas estadísticamente. Además, los resultados también son tratados y analizados mediante técnicas estadísticas. La investigación cuantitativa se caracteriza por la objetividad y no se centra en la investigación de motivaciones ni actitudes. Para el tratamiento de la investigación, se tomará en consideración a los establecimientos del Barrio la Floresta del subsector de alimentos y bebidas.

3.2 Diseño

En cuanto al diseño en referencia al tema de investigación de *Las habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” en alimentos y bebidas del barrio La Floresta de la ciudad de Quito entre el año 2019 y el año 2020* se considerará al diseño transeccional exploratorio correlacional. Para (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2019)

El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (no experimentales y experimentales).

Para el estudio, se desarrolló investigación en territorio en el espacio de los emprendedores y su cotidianidad; a partir de los datos obtenidos se aplicarán correlaciones entre datos de caracterización y habilidades competitivas y sociales.

3.3 Técnicas

A fin de obtener los datos se ha determinado a la encuesta como instrumento de recolección de información a los emprendedores del barrio La Floresta. La técnica de encuesta es considerablemente manejada como forma de investigación, ya que permite conseguir y fabricar datos de modo rápido y eficaz. (Casas Anguita, 2003)

Para lo cual, se considera sus características de aceptabilidad que, según López (1998), son variedad flexibilidad de aplicaciones, comparabilidad, desarrollo tecnológico, oportunidad, comprensión, precisión y costo/eficiencia.

3.3.1 Instrumentos

Validez

Para confirmar la validez del instrumento se lo sometió a la valoración de tres pares externos conforme los criterios de: formación profesional, publicaciones científicas y conocimiento en la temática.

TABLA 6

VALIDEZ INSTRUMENTO EXPERTOS

| Nombre | Formación | Publicaciones científicas | Conocimiento temática | Observaciones instrumento |
|-----------------|-----------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Diego Salazar | Mba, Gastrónomo | Si | Si | Caracterización modificar escalas |
| Esteban Vera | Mba, Hotelero | Si | Si | No utilizar lenguaje técnico |
| Doris Velásquez | Mba, Gastrónoma | Si | si | No sugiere modificaciones |

Elaborado por: autora

Fiabilidad

El alfa de Cronbach (fiabilidad) mide el nivel en que las preguntas que conforman el instrumento de recolección de información evalúan el mismo concepto. Para este caso se determinó en 0.889, siendo aceptable para el estudio con un valor próximo a 1.

TABLA 7

FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 20 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,889 | 18 |

El instrumento se construyó conforme el objetivo específico de la investigación:

Objetivo 2 de investigación “Analizar al emprendedor “especialista” gastronómico en el período 2019-2020 para determinar el perfil de competencias, habilidades y destrezas”.

Para lo cual, se decidió las variables de estudio:

- habilidades sociales (competencias)
- habilidades competitivas (competencias)
- perspectiva de crecimiento y desarrollo (BSC)
- perspectiva interna (BSC).
- Perspectiva cliente (BSC)

TABLA 8

CARACTERIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

Para la construcción del instrumento y el uso de variables ordinales y nominales se utilizó inicialmente tres preguntas de identificación de tipo contenido, para categorizar las preguntas son tres:

- ¿Cuántos años de experiencia tiene en el sector de la gastronomía? Escala 1 a 3 / 4 a 6 / más de 7 años
- ¿Cuántos años tiene su emprendimiento relacionado a la gastronomía? Escala 1 a 3 / 4 a 6 / más de 7 años
- ¿Su tipo de formación en el área gastronómica es? Profesional/Práctica/Ambas

| Objetivos específicos | Variable/ definición teórica | Dimensiones | Indicadores | Técnica | Fuente | Instrumento/Preguntas | Escala |
|--|------------------------------|-------------|--------------|----------|-------------|--|--------|
| Analizar al emprendedor “especialista” gastronómico en el período 2019-2020 para determinar el perfil de competencias, | Habilidades sociales | Negociación | Comunicación | Encuesta | Emprendedor | ¿La comunicación en su establecimiento se ha consolidado de forma eficiente? | 5 |
| | | | | | | Totalmente de acuerdo | |
| | | | | | | 4 de acuerdo | |
| | | | | | | 3 Neutral | |
| | | | | | | 2 En desacuerdo | |
| 1 Totalmente | | | | | | | |

habilidades y
destrezas.

en
desacuerdo

| | | |
|--------------------------|---|--|
| | Compromisos y acuerdos | ¿Ha logrado establecer compromisos y acuerdos empresariales? |
| | Resolución de conflictos | ¿Ha alcanzado la resolución de conflictos considerando el entorno empresarial? |
| | Postular acciones | ¿Ha logrado que sus empleados tengan empoderamiento para ejecutar acciones fuera de sus funciones? |
| | Reforzar la unión | ¿Ha promovido continuamente actividades en un ambiente de unión entre sus empleados? |
| Relación con el entorno | ambiente productivo | ¿Establece un ambiente de trabajo basado en resultados? |
| | códigos de conducta | ¿En su establecimiento se procede conforme políticas y/o códigos de conducta preestablecidos? |
| | pertenencia a la empresa | ¿Se promueve en su negocio mecanismos de pertenencia a la empresa? |
| Asertividad | Comunicar con convencimiento | ¿Cuándo comunica sus ideas, logra convencer a su equipo en la primera intervención? |
| Flexibilidad cognitiva | Generar respuestas con alto grado de conocimiento | ¿Las respuesta laboral de sus empleados requiere un alto grado de conocimiento? |
| Habilidades competitivas | Fidelización de clientes, Relación consumidores – empresa | ¿Está de acuerdo con medir el nivel de satisfacción de sus clientes? |
| | Satisfacción del cliente | |
| | Superación de las expectativas del cliente | |
| | flexibilidad y mejora frente a la competencia. | ¿ha sido dinámico en cuanto al desarrollo de nuevas competencias en |
| | Modificación rápida en torno a la competencia | |

su negocio basados en la competencia?

| | | | |
|--|-------------------------|-------------------------------------|--|
| Perspectiva de crecimiento de desarrollo | capital estructural | Marca | ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado de alimentos y bebidas? |
| | | Activos intangibles | ¿Considera que la inversión económica de su negocio ha sido favorable? |
| | Capacitación | Satisfacción | ¿Desarrolla constantemente capacitaciones que mejoran las competencias de su personal? |
| | | Aprendizaje | |
| | sistemas de información | Sistemas de colaboración | |
| | | Sistemas para la toma de decisiones | ¿Posee tecnologías de información y comunicación (correos, nubes)? |
| | | Sistemas de mercadeo | ¿Posee tecnologías de información y comunicación (redes sociales, sistemas operativos) ? |
| | | TICS | |

| | | | |
|---------------------|---------------------|--|---|
| Perspectiva cliente | Estrategias cliente | Estrategias para la satisfacción del cliente | ¿Está de acuerdo con medir el nivel de satisfacción de sus clientes? |
| | | Estrategias de Posicionamiento de marca | |
| | | Estrategias de diversificación | ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado de alimentos y bebidas? |
| | | Estrategias para la promoción de la marca | |

| Perspectiva interna? | Procesos internos | Definición de procesos | |
|----------------------|-------------------|--------------------------------|---|
| | | Lograr objetivos internos | ¿Considera de forma permanente la medición de los procesos y los logros financieros alcanzados? |
| | | Alcanzar objetivos financieros | |

3.1.2 Población y muestra

La economía en Ecuador se focaliza en la suspensión y disminución de actividades económicas. A partir del covid-19 en el año 2020, los diferentes sectores del país alteraron el Producto Interno Bruto; en el segundo semestre de 2020, el PIB decreció en 12,4 % con respecto a el mismo período de 2019.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), el Valor Agregado Bruto (VAB) de Alojamiento se redujo en 18,3% respecto al segundo trimestre de 2019. Según información del Ministerio de Turismo (MINTUR), el ingreso de extranjeros al país cayó en 98% como resultado del cierre de fronteras por la emergencia sanitaria, lo que incidió en una menor demanda de hoteles, restaurantes y servicios relacionados (Tabla 7).

TABLA 9

ESTADÍSTICAS SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS QUITO TURISMO

| Años | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|
| Número de establecimientos de Alimentos y bebidas | 3517 | 2786 | 2978 | 2989 |
| Porcentaje de establecimientos de Alimentos y bebidas | 67% | 64% | 63% | 63% |

Nota. Datos tomados de Quito Turismo (2020).

En este caso y ya que los datos oficiales no se encuentran actualizados, en la ciudad de Quito y en el subsector de alimentos y bebidas, se ha considerado como fuente de información a un estudio de categorización en el Barrio La Floresta (Tabla 8).

TABLA 10 ESTABLECIMIENTOS OPERATIVOS

| Tipo | Subtipo | Cantidad |
|---------------------|--------------|----------|
| Alimentos y bebidas | Cafeterías | 15 |
| | Restaurantes | 92 |

Adaptado de (World Science: Problems, Prospects and innovations, 2021)

Por lo tanto, el universo corresponde a 107 establecimientos. Sin embargo, debido al Sars-Covid 2019, se ha considerado para este estudio al catastro de la Tabla 9, que refiere 14 establecimientos que operan con permisos conforme el MINTUR.

3.1.2 Catastro La Floresta

TABLA 11

CATASTRO LA FLORESTA

| Nombre comercial | Actividad | Clasificación | Categoría |
|---------------------------|---------------------|---------------|-----------------------|
| Restaurante sabor latino | Alimentos y bebidas | Restaurante | Cuarta / 1 tenedor |
| Cevichería el ostión | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera / 2 tenedores |
| Heladería razú | Alimentos y bebidas | Cafetería | Primera / 1 taza |
| Marisquería agua azul | Alimentos y bebidas | Restaurante | Cuarta / 1 tenedor |
| Bhumi healthy living | Alimentos y bebidas | Restaurante | Cuarta / 1 tenedor |
| Jervis café delicatessen | Alimentos y bebidas | Cafetería | Segunda |
| El tablón | Alimentos y bebidas | Restaurante | Segunda / 3 tenedores |
| Hotel Quito | Alojamiento | Hotel | 4 estrellas |
| Panificadora Ambato | Alimentos y bebidas | Cafetería | Tercera |
| Lammhaus grill | Alimentos y bebidas | Restaurante | Primera / 4 tenedores |
| Pp botella | Alimentos y bebidas | Restaurante | Primera / 4 tenedores |
| La casa del cangrejo | Alimentos y bebidas | Restaurante | Segunda / 3 tenedores |
| Mar y luna cocina peruana | Alimentos y bebidas | Restaurante | Primera / 4 tenedores |

Por lo cual, se considerará el muestreo a toda la población que refiere la presente tabla. En el caso del levantamiento de datos, se evidenció el cierre de algunos establecimientos y se accedió a un total de 27 establecimientos entre hoteles, restaurantes, cafeterías, panaderías y heladerías y emprendimientos de los alrededores. El total de la muestra es de 102 encuestados.

3.1.3 Tabulación e interpretación de resultados

FIGURA 6

PREGUNTA 1

¿Cuántos años tiene de experiencia en el sector de gastronomía ?

102 respuestas

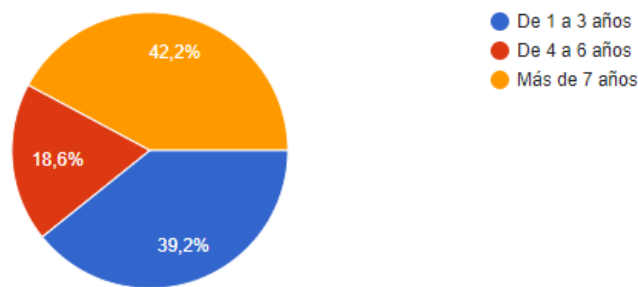


FIGURA 7

PREGUNTA 2

¿Cuántos años tiene su emprendimiento relacionado a la gastronomía?

102 respuestas

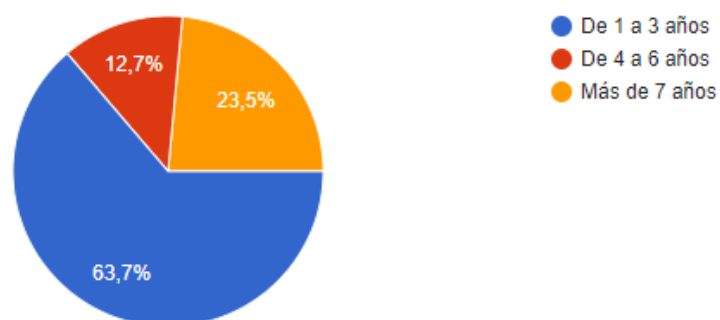
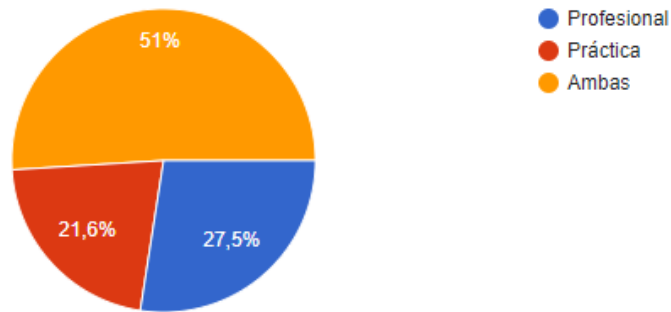


FIGURA 8

PREGUNTA 3

Su tipo de formación en el área gastronómica es?

102 respuestas



3.2 Interpretación de datos

Los resultados levantados identifican a una muestra total de 102 administradores, propietarios evaluados: el 39.2% tiene experiencia en el sector gastronómico entre 1 a 3 años; el 18.6% tiene más de 7 años de experiencia, y el 42.2% de negocios, entre 4 y 6 años de experiencia. Mencionan que han seguido cursos cortos de formación gastronómica previos a la creación de sus negocios.

En cuanto al tiempo de funcionamiento del emprendimiento, se destaca que existen emprendimientos de apenas meses de funcionamiento, producto del desempleo, con un 63.7 %; de negocios operando entre 1 y 3 años, y entre 4 y 6 años, el 12.7%; con más de 7 años, el 23.5%.

Las personas en el sector de alimentos y bebidas del sector La Floresta consideran que el 51% posee ambas formaciones tanto práctica como profesional. Mientras que el 27.5% posee formación profesional y el 21.6% posee formación práctica.

3.3 Hipótesis

- H1 Las habilidades sociales tienen relación positiva con la perspectiva interna.
- H2 Las habilidades competitivas tienen relación positiva con la perspectiva del cliente.
- H3a La formación está asociada con el uso de tecnologías internas.
- H3b La formación está asociada con el uso de tecnologías externas.
- H3c La formación se relaciona con la inversión.

Para el presente estudio y análisis de las hipótesis H1 y H2 se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para la relación de variables ordinales

FIGURA 9

COEFICIENTE SPEARMAN

| Valor | Criterio |
|----------------------|---|
| $R = 1,00$ | Correlación grande, perfecta y positiva |
| $0,90 \leq r < 1,00$ | Correlación muy alta |
| $0,70 \leq r < 0,90$ | Correlación alta |
| $0,40 \leq r < 0,70$ | Correlación moderada |
| $0,20 \leq r < 0,40$ | Correlación muy baja |
| $r = 0,00$ | Correlación nula |
| $r = -1,00$ | Correlación grande, perfecta y negativa |

Adaptado de: (Martínez & Campos, 2015)

La primera hipótesis determina una correlación positiva entre las habilidades sociales y a la perspectiva interna bajo los siguientes criterios, ordenados:

Resolución de conflictos 0.454 correlación positiva moderada P valor = 0.000 significativa. Compromisos 0.453 correlación positiva moderada P valor = 0.000 significativa. Unión 0.422 positiva moderada P valor = 0.000 significativa. Ambiente de trabajo 0.372 correlación baja positiva P valor = 0.000 significativa. Flexibilidad Cognitiva 0.292 correlación baja positiva P valor = 0.000 significativa. Pertinencia 0.320 correlación baja positiva P valor = 0.001 significativa. Comunicación 0.344 correlación baja positiva P valor = 0.000 significativa. Conducta 0.294 correlación baja positiva P valor = 0.000 significativa.

| | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Habilidades sociales. Asertividad | Coeficiente de correlación | ,462** | ,300** | ,407** | ,457** | ,514** | ,329** | ,316** | ,413** | 1,000 | ,454** | ,353** |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,002 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 | ,001 | ,000 | . | ,000 | ,000 |
| | N | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 |
| Habilidades sociales. Flexibilidad cognitiva | Coeficiente de correlación | ,357** | ,322** | ,371** | ,208* | ,215* | ,210* | ,194 | ,188 | ,454** | 1,000 | ,292** |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,001 | ,000 | ,035 | ,030 | ,034 | ,050 | ,059 | ,000 | . | ,003 |
| | N | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 |
| Perspectiva interna. Procesos | Coeficiente de correlación | ,344** | ,453** | ,454** | ,315** | ,422** | ,372** | ,294** | ,320** | ,353** | ,292** | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,003 | ,001 | ,000 | ,003 | . |
| | N | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 |

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

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La segunda hipótesis, según Rho de Spearman, determina un nivel de significancia de 0.000 por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe relación lineal entre las habilidades competitivas y la perspectiva del cliente con una correlación moderada positiva (0.644) mientras que, entre la habilidad competitiva y la perspectiva cliente (0.347) existe una correlación positiva baja.

Correlaciones hipótesis H2: Las habilidades competitivas tienen relación positiva con la perspectiva del cliente

TABLA 13

HABILIDADES COMPETITIVAS

| | | Correlaciones | | | |
|-----------------|-----------------------------------|-----------------------------|---|-----------------------------------|------------------------------|
| | | | Habilidad competitiva. Flexibilidad competitiva | Perspectiva cliente. Satisfacción | Perspectiva cliente. Cliente |
| Rho de Spearman | Habilidad competitiva. | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,385** | ,347** |
| | Flexibilidad competitiva | Sig. (bilateral) | . | ,000 | ,000 |
| | | N | 102 | 102 | 102 |
| | Perspectiva cliente. Satisfacción | Coefficiente de correlación | ,385** | 1,000 | ,644** |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . | ,000 |
| | | N | 102 | 102 | 102 |
| | Perspectiva cliente. Cliente | Coefficiente de correlación | ,347** | ,644** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | . |
| | | N | 102 | 102 | 102 |

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

| | | | |
|---|-----|-----|-----|
| N | 102 | 102 | 102 |
|---|-----|-----|-----|

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

La tercera hipótesis (H3) contempla a la variable de formación, valoradas en H3a tecnologías internas, H3b tecnologías externas y H3c inversión:

Hipótesis 3a. La formación está asociada con el uso de tecnologías internas

TABLA 14

TECNOLOGÍAS INTERNAS

Tabla cruzada

| | | Formación del gerente | | | | Total |
|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|-------------------------|------|-------|
| | | Profesional | Experiencia | Profesional_experiencia | | |
| Tecnologías internas | En desacuerdo | Recuento | 0 | 3 | 3 | 6 |
| | | Recuento esperado | 1,6 | 1,3 | 3,1 | 6,0 |
| | Neutral | Recuento | 1 | 4 | 13 | 18 |
| | | Recuento esperado | 4,9 | 3,9 | 9,2 | 18,0 |
| | De acuerdo | Recuento | 12 | 12 | 17 | 41 |
| | | Recuento esperado | 11,3 | 8,8 | 20,9 | 41,0 |
| | Totalmente de acuerdo | Recuento | 15 | 3 | 19 | 37 |
| | | Recuento esperado | 10,2 | 8,0 | 18,9 | 37,0 |
| | Total | Recuento | 28 | 22 | 52 | 102 |
| | | Recuento esperado | 28,0 | 22,0 | 52,0 | 102,0 |
| | | | | | | |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | df | Significación | Significación | Probabilidad en el punto |
|---------------------------------|---------------------|----|---------------------------|--------------------|-----------------------------|
| | | | asintótica (bilateral) | exacta (bilateral) | |
| Chi-cuadrado de Pearson | 15,960 ^a | 6 | ,014 | ,012 | |
| Razón de verosimilitud | 18,969 | 6 | ,004 | ,006 | |
| Prueba exacta de Fisher | 16,195 | | | ,008 | |
| Asociación lineal por lineal | 4,236 ^b | 1 | ,040 | ,041 | ,022 ,006 |

N de casos 102

válidos

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,29.

b. El estadístico estandarizado es -2,058.

Tabla cruzada

| | | | Perspectiva de crecimiento TIC interna | | | Total | |
|-----------------------------------|-------------|-------------------|--|---------|------------|-------|-------|
| | | | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | | |
| Formación del gerente propietario | Profesional | Recuento | 4 | 3 | 10 | 11 | 28 |
| | | Recuento esperado | 1,9 | 5,8 | 11,3 | 9,1 | 28,0 |
| Experiencia | | Recuento | 0 | 8 | 9 | 5 | 22 |
| | | Recuento esperado | 1,5 | 4,5 | 8,8 | 7,1 | 22,0 |
| Profesional_experiencia | | Recuento | 3 | 10 | 22 | 17 | 52 |
| | | Recuento esperado | 3,6 | 10,7 | 20,9 | 16,8 | 52,0 |
| Total | | Recuento | 7 | 21 | 41 | 33 | 102 |
| | | Recuento esperado | 7,0 | 21,0 | 41,0 | 33,0 | 102,0 |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | Df | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) | Probabilidad en el punto |
|------------------------------|--------------------|----|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 9,129 ^a | 6 | ,166 | ,166 | | |
| Razón de verosimilitud | 9,942 | 6 | ,127 | ,163 | | |
| Prueba exacta de Fisher | 8,136 | | | ,208 | | |
| Asociación lineal por lineal | ,036 ^b | 1 | ,850 | ,898 | ,449 | ,050 |
| N de casos válidos | 102 | | | | | |

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,51.

b. El estadístico estandarizado es ,189.

El P valor (significación exacta bilateral) es mayor a 0.05, por lo cual no existe asociación entre la formación del gerente y las tecnologías internas.

Correlaciones hipótesis H3b La formación está asociada con el uso de tecnologías externas

TABLA 15

TECNOLOGÍAS EXTERNAS

Tabla cruzada

| | | Perspectiva de crecimiento TIC extena | | | | | |
|--|-------------------------|---------------------------------------|------------------|---------|---------------|--------------------------|-------|
| | | | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo | Total |
| Formación del gerente propietario | Profesional | Recuento | 1 | 4 | 8 | 15 | 28 |
| | | Recuento esperado | 2,2 | 3,8 | 11,5 | 10,4 | 28,0 |
| | Experiencia | Recuento | 3 | 3 | 13 | 3 | 22 |
| | | Recuento esperado | 1,7 | 3,0 | 9,1 | 8,2 | 22,0 |
| | Profesional_experiencia | Recuento | 4 | 7 | 21 | 20 | 52 |
| | | Recuento esperado | 4,1 | 7,1 | 21,4 | 19,4 | 52,0 |
| Total | | Recuento | 8 | 14 | 42 | 38 | 102 |
| | | Recuento esperado | 8,0 | 14,0 | 42,0 | 38,0 | 102,0 |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) | Probabilidad en el punto |
|---------------------------------|--------------------|----|--|--|---|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 9,722 ^a | 6 | ,137 | ,136 | | |
| Razón de verosimilitud | 10,469 | 6 | ,106 | ,143 | | |
| Prueba exacta de Fisher | 10,037 | | | ,105 | | |
| Asociación lineal por lineal | ,564 ^b | 1 | ,453 | ,485 | ,248 | ,039 |
| N de casos válidos | 102 | | | | | |

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,73.

b. El estadístico estandarizado es -,751.

Se aplicó la prueba exacta de Fischer, ya que “no es recomendable utilizar la prueba Chi cuadrado cuando las frecuencias observadas son menores que 5” (Santos, s/f). El P valor significación exacta bilateral, es mayor a 0.05 por lo cual no relación entre la Formación del gerente y las tecnologías externas.

H3c

La formación se relaciona con la inversión

TABLA 16

INVERSIÓN ECONÓMICA

Tabla cruzada

| | | | Perspectiva de crecimiento. Capital estructural | | | | Total |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------|---|--------|------------|-----------------------|-------|
| | | | En desacuerdo | Neutra | De acuerdo | Totalmente de acuerdo | |
| | | | o | l | o | o | |
| Formación del gerente propietario | Profesional | Recuento | 1 | 1 | 11 | 15 | 28 |
| | | Recuento esperado | 0,5 | 1,6 | 13,2 | 12,6 | 28,0 |
| | Experiencia | Recuento | 0 | 4 | 10 | 8 | 22 |
| | | Recuento esperado | 0,4 | 1,3 | 10,4 | 9,9 | 22,0 |
| | Profesional_experiencia | Recuento | 1 | 1 | 27 | 23 | 52 |
| | | Recuento esperado | 1,0 | 3,1 | 24,5 | 23,5 | 52,0 |
| Total | Recuento | 2 | 6 | 48 | 46 | 102 | |
| | Recuento esperado | 2,0 | 6,0 | 48,0 | 46,0 | 102,0 | |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | Df | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) | Probabilidad en el punto |
|-------------------------|--------------------|----|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 9,560 ^a | 6 | ,144 | ,137 | | |

| | | | | | | |
|------------------------------|-------------------|---|------|-------|------|------|
| Razón de verosimilitud | 8,428 | 6 | ,208 | ,272 | | |
| Prueba exacta de Fisher | 7,978 | | | ,169 | | |
| Asociación lineal por lineal | ,006 ^b | 1 | ,936 | 1,000 | ,505 | ,067 |
| N de casos válidos | 102 | | | | | |

a. 6 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,43.

b. El estadístico estandarizado es -,080.

Las casillas con valores menores a 5 han superado el 20% razón por la cual se opta por realizar el análisis de asociación con el estadístico prueba exacta de Fisher. Como la significancia exacta no es menor a 0.05 no se puede rechazar la hipótesis nula.

Conclusión la formación no está asociada con la perspectiva de aprendizaje y desarrollo, específicamente con la dimensión con el capital estructural (inversión) que realiza el establecimiento.

Tampoco existe asociación entre la formación de los gerentes de los establecimientos con las dimensiones tecnologías de la información interna y externa

4.1 Modelo del emprendedor especialista

Para Hanson (1958), citado por Gallego (2004: 303), un modelo es una estructura conceptual que sugiere un marco de ideas para un conjunto de descripciones que de otra manera no podrían ser sistematizadas. Cumple esta función en virtud de que una de sus maneras inferenciales, las proposiciones que afirman algo sobre los fenómenos que en él se integran. De esta manera, su estructura es diferente de la que se supone existe en el conjunto de fenómenos de la naturaleza. El modelo concebido en esta forma, impulsa la inteligibilidad y ayuda a la comprensión de los fenómenos, ya que proporciona los canales de interconexión entre hechos que, sin la existencia de los lazos inferenciales, podrían permanecer aislados e independientes unos de otros.

Conforme los resultados identificados, se describen las hipótesis de estudio en el modelo del emprendedor especialista del Barrio La Floresta:

Las Habilidades sociales tienen relación con la Perspectiva interna del Balance Score Card y se categorizan con una correlación positiva moderada a: resolución de conflictos, compromisos y acuerdos, y reforzar la unión empresarial como elementos para la definición de estrategias del emprendedor especialista. Mientras que con una correlación baja positiva están el ambiente productivo, la flexibilidad cognitiva, la pertenencia a la empresa, comunicar con convencimiento y poseer en la empresa códigos de conducta.

Las habilidades competitivas se relacionan con la Perspectiva del Cliente del Balance Score Card: con una correlación positiva moderada se encuentra la satisfacción del cliente y con una correlación baja negativa la flexibilidad y mejora frente al cliente.

Para la hipótesis tres, (H3) se propusieron: (H3a) tecnologías internas, (H3b) tecnologías externas, (H3c) inversión. Se niegan: (H3a) y (H3b) y (H3c) tecnologías internas, externas e inversión que se relaciona con la perspectiva de crecimiento y desarrollo.

Las Habilidades competitivas aportan a la perspectiva del cliente del (BSC) y las habilidades sociales aportan a la perspectiva interna del (BSC), para el desarrollo del emprendedor gastronómico.

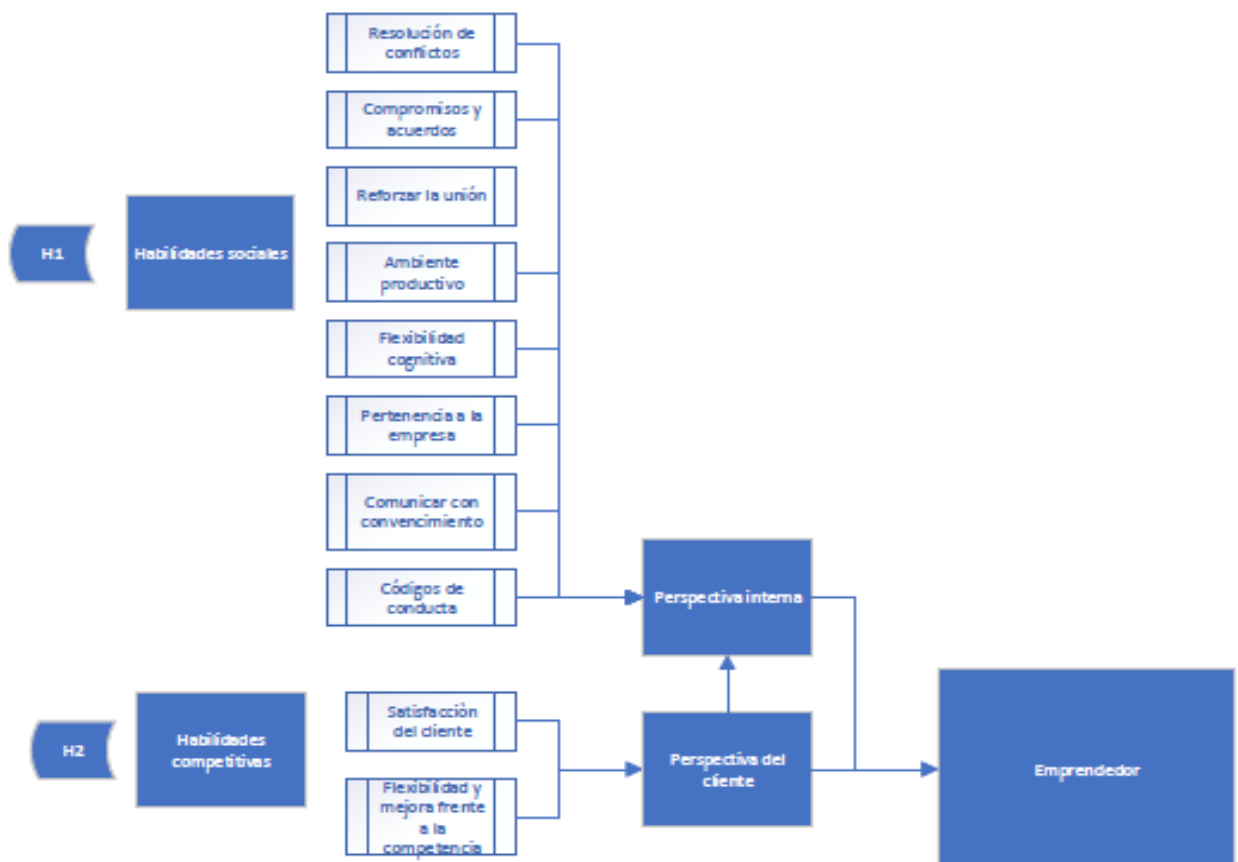
4.2 Modelo del emprendedor especialista Sector la Floresta

Los modelos son una serie de realizaciones que sirven durante una época de ciencia normal para definir problemas y métodos legítimos en un campo específico de investigación. Estos son siempre incompletos, ya que no abarcan todos los problemas que se espera han de ser resueltos (Gallego, 2004; citado en (Mujica Chirinos & Rincón González, 2011).

Se presenta, entonces, en la Figura 10 la propuesta del modelo del emprendedor especialista gastronómico del Barrio La Floresta, planteado con las dos hipótesis aceptadas conforme el estudio exploratorio descriptivo correlacional, levantado en el Barrio La Floresta, con las habilidades sociales y las habilidades competitivas aceptadas, conforme las hipótesis propuestas, en su defecto se postulan las perspectivas: interna y del cliente también aceptadas.

FIGURA 10

MODELO DEL EMPRENDEDOR ESPECIALISTA GASTRONÓMICO



Elaborado por: autora

4.3 Estrategias de competitividad

TABLA 17

ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD

| Indicador | Variable | Perspectiva BSC | Estado hipótesis | Estrategias de competitividad |
|---|--------------------------|--------------------------|-------------------------|--|
| Comunicar con convencimiento | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Brinda procesos de capacitación al personal que le brinde seguridad para transmitir sus ideas al cliente interno y externo |
| Compromisos y acuerdos | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Fortalece alianzas estrategias y el capital social que facilitará el desarrollo empresarial |
| Resolución de conflictos | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Brinda apoyo al personal que le permita empoderarse en sus actividades y tareas. |
| Reforzar la unión | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Desarrolla actividades de equipo que fomenten la identidad corporativa |
| Ambiente productivo | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Fortalece un proceso de carrera empresarial con beneficios alcanzables para la empresa y el talento humano |
| Códigos de conducta | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Posee un manual de operaciones para cada departamento de la organización |
| Pertenencia a la empresa | Habilidades sociales | Perspectiva interna | Aceptada | Fomenta relaciones interpersonales sanas |
| Flexibilidad y mejora frente a la competencia | | | Aceptada | Actualiza e innovar los servicios y productos del negocio, en relación al aprendizaje del talento humano. |
| Satisfacción | Habilidades competitivas | Perspectiva del cliente | Aceptada | Alcanza niveles positivos de retención de clientes. |
| Sistemas de información internos | | | Rechazada | |
| Sistemas de información externos | Formación | Crecimiento y desarrollo | Rechazada | |
| Inversión | | | Rechazada | |

Elaborado por: autora

4.4 Discusión

Según los estudios empíricos efectuados por (Silveira & otros, 2016) (Vázquez-Medina, 2017), la formación profesional se relaciona con el éxito empresarial, mientras que los estudios de (Oporto, 2016), (Spencer & Spencer, 1993) (Mclelland, 1999) y (Fuentes J. , 2016) refieren a las competencias, habilidades y destrezas como elementos de desarrollo del emprendedor. En el estudio levantado en el Sector de la Floresta se determinan que son las habilidades sociales y competitivas (Fuentes J. , 2016) las que tienen correlación positiva con la perspectiva interna y la perspectiva del cliente.

Una vez identificado el universo de 14 establecimientos legalmente operativos, se decidió ampliar la muestra a 102 emprendedores de las proximidades del sector para disminuir el margen de error y contar con datos válidos y fiables.

De las cinco hipótesis, se aceptaron: H1 las relacionadas con las habilidades sociales en correlación con la perspectiva interna, H2 las de habilidades competitivas con la perspectiva del cliente, mientras que de la hipótesis de la formación H3 no se relacionan con la perspectiva de crecimiento y desarrollo las tecnologías internas H3a las tecnologías externas H3b y la inversión H3c. Para (Wadongo & al, 2016), los indicadores de desempeño en el estudio empírico de una empresa hotelera de Kenia, los resultados de la investigación empírica indicaron claramente que la mayoría de los gerentes encuestados monitorean casi exclusivamente los resultados con medidas como la competitividad y las dimensiones financieras del desempeño.

Se contrastó los resultados de las hipótesis h3a y h3b sobre la formación del emprendedor y el manejo de sistemas internos y externos, con otros estudios, al respecto del uso de la tecnología (Nejatian & al, 2016) y es fundamental armonizar a los empleados y procesos operativos con el nuevo entorno virtual mejorado, ya que es crucial para la organización. Adempero, la formación profesional no se relaciona con el éxito del negocio Según Roca et al. (2016)La formación del gerente no resultó significativa pero si la experiencia en las mipymes peruanas.

También se observó que el alto índice de emprendimiento en el sector está relacionado con la experiencia, lo ratifican los datos estadísticos en Ecuador dado por (Lasio, 2019), la mayoría de establecimientos del estudio manifiestan que tienen entre uno y tres años de funcionamiento. Según los datos referidos de la Escuela Politécnica del Litoral, los emprendimientos tienen una permanencia en el mercado de 42 meses (Espae, 2020).

5 Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

Este trabajo tuvo como objetivo analizar las habilidades competitivas y sociales del emprendedor “especialista” en alimentos y bebidas entre el 2019 al 2020 en el barrio de La Floresta para la propuesta de un modelo de gestión gastronómica en A y B.

Para alcanzar el desarrollo del tema se construyó un estado del arte con revisión de literatura de artículos científicos de bases indexadas y de libros de las temáticas de relevancia, en el segundo nivel se construyó la metodología con un diseño exploratorio descriptivo para el Barrio la Floresta, en tercer nivel se identificó los resultados del estudio efectuado para que en el tercer nivel se consolide el modelo de gestión gastronómica.

Se postularon las siguientes Hipótesis de investigación:

H1 Las habilidades sociales tienen relación positiva con la perspectiva interna.

H2 Las habilidades competitivas tienen relación positiva con la perspectiva del cliente.

H3a La formación está asociada con el uso de tecnologías internas.

H3b La formación está asociada con el uso de tecnologías externas.

H3c La formación se relaciona con la inversión.

Se refirió a la indagación y contraste de autores referentes a las competencias entre los que se destacó a McClelland (1961), Leboyer (1997), Sternberg (2000), Gonzalez y Wagenaar (2006), Perrenoud (2008), Sevillano (2009), Ferreiro (2011) y Arroyo (2012) que determinan a las competencias como las necesidades de logro, satisfacción, poder y dinámica de conocimiento para alcanzar logros y resolución de problemas.

Se determinó a Fuentes (2016) como el autor primario de la investigación ya que describe al emprendedor especialista como poseedor de dos tipos de habilidades: habilidades sociales y habilidades competitivas. Las habilidades sociales las describe como la negociación, equipos de trabajo, relación con el entorno, inteligencia emocional, asertividad, flexibilidad cognitiva y empatía. Mientras que a las habilidades competitivas se refiere a cómo se relaciona el emprendedor directamente con el cliente.

Se evaluó al territorio de la Floresta, donde, según el catastro del Ministerio de Turismo, están operando legalmente catorce establecimientos de alimentos y bebidas; sin embargo, se determinó para la muestra a sus alrededores y, a través de un estudio exploratorio y de una técnica de encuesta estructurada, se evaluó a 102 emprendedores.

El modelo del emprendedor especialista del Barrio la Floresta determina que las habilidades sociales corresponden con la perspectiva del cliente y las habilidades competitivas con la perspectiva del cliente del Balance Score Card; por otra parte, pone de manifiesto que la formación del propietario no es relacional en torno al manejo de sistemas internos, sistemas externos e inversión con la perspectiva de crecimiento y desarrollo.

Se reflejaron limitaciones en la toma de datos debido al proceso del COVID-19; sin embargo, se logró tomar una muestra suficiente y pertinente para la valoración del estudio del barrio y sus periferias.

Se concluye que el territorio presenta emprendimientos nuevos con alrededor de un año de formación y la otra gran cantidad, los emprendedores de los negocios de a&b sortean dificultades con formación empírica.

Los emprendedores que tienen alguna formación, no siempre es de carácter formal, en otro contexto, se ve reflejado en sus limitaciones para la innovación y competitividad empresarial sujeto a la crisis económico política.

5.2 Recomendaciones

Aportar desde la Academia a estudios de emprendimiento en Ecuador, ya que al ser un país con alto nivel de quiebre de negocios es menester el aporte al sector productivo del subsector de alimentos y bebidas del país

Establecer estrategias para el desarrollo en los futuros profesionales de habilidades sociales en los syllabus de las IES, que otorguen herramientas para la puesta en marcha de la actividad emprendedora en Ecuador.

Desarrollar estudios empíricos en otros sectores productivos del país: textil, mecánico, tecnológico; orientados a contrastar las hipótesis propuestas que fomenten el desarrollo competitivo de la actividad comercial del Ecuador con Tasas superiores a la TEA de 42 meses.

Ampliar investigaciones en líneas orientadas a la productividad, iniciativa y permanencia de la actividad empresarial conforme al género del emprendedor en actividades de alimentos y bebidas nulamente estudiadas en países en desarrollo, que fomentarían datos de interés para el sector público y privado.

Vincular estudios concernientes al manejo de tecnologías de la información y la comunicación y la formación de los emprendedores gastronómicos en otros territorios que permita contrastar las hipótesis rechazadas en este estudio.

5.3 Implicaciones

El estudio realizado permitirá aplicar estrategias en el sector gastronómico y productivo, y en las instituciones de educación Superior (Bombóm, Peñafiel, & Sánchez, 2020) (Gregosz, 2016) para disminuir el emprendimiento por necesidad (Vázquez-Medina, 2017).

Se identificó que el estudio no valoró la variable de estratificación de género (Gonzales, Torres, & Tinoco, 2017), (Fuentes & Sánchez, 2010) que sería pertinente para futuras investigaciones.

Referencias

- Alina Díaz, F. M. (2014). El modelo Scor y el Balance Score Caard, una poderosa combinación intangible para la gestión empresarial. *Visión futuro*, 36-57.
- Alles, M. (2002). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Buenos Aires: Granica.
- Alles, M. (2005). *Diccionario de Competencias*. Buenos Aires: Granica.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020*. Quito.
- Beltran, J. (2005). *Indicadores de Gestión*. 3R Editores.
- Bombóm, D., Peñafiel, V., & Sánchez, Z. (2020). Los emprendimientos como modalidad de titulación: un diagnóstico de universidades de la zona 3 del Ecuador. *Espacios*.
- Buenahora, M. (2002). El entorno empresarial y el desarrollo de competencias. *Aquichan*.
- Cámara de Comercio de Quito. (08 de diciembre de 2019). Los mayores ingresos de Quito vienen del comercio. *Economía*.
- Casas Anguita, R. L. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención primaria*, 527-538.
- Coleman, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Buenos Aires: Javier Vergara.
- Dreher, D., & Zuleica, M. (2003). Calidad de vida de los profesionales en gastronomía: movimientos de sueños, limitaciones y de placer. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 290-309.
- Duque, J., García, M., & Hurtado, A. (2017). Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: estudio empírico estafa empleados del nivel administrativo. *Estudios gerenciales*, 250-260.
- Espae. (15 de julio de 2020). *ESPAE Escuela de negocios*. Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Iooty, M. (2004). Competitividad industrial en Brasil 10 años después de la liberalización. *Revista de la CEPal*, 93.
- Franco, C., & Reyes, A. (2003). Los equipos de trabajo como estrategia de diferenciación. *Estudios Gerenciales*.
- Fuentes, F., & Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 1-28.
- Fuentes, J. (2016). *Top chef sales*. Madrid.
- Galarza, I., & otros. (2020). Competencias laborales en el sector de la restauración: un marco de competencias clave para su gestión. *Turismo y Sociedad*.
- Gali, J. (2006). Recursos humanos: la clave de la asertividad. *Farmacia Empresa*, 22.
- García, G., & Yalile, K. (2015). Articulación de los factores que conforman el ecosistema emprendedor del sector gastronómico de Guayaquil.

- Global Entrepreneurship Monitor. (2013). *Ecuador lidera la tasa de emprendimiento por necesidad en la región*. Quito.
- Goleman, D. (1999). *La inteligencia emocional en la empresa*. Buenos Aires.
- Gonzales, R., Torres, V., & Tinoco, M. (2017). Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Colima en México. *Economía y Sociedad*, 43-59.
- Gregosz, D. (2016). *La fuerza de la Innovación y el emprendimiento: ¿Es probable que Latinoamérica se suba al carro de las sociedades del conocimiento?* Chile: Soplá.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2019). *Metodología de la Investigación*. México.
- La Hora. (16 de 09 de 2006). La Floresta un barrio cultural.
- Lasio, V. (03 de 8 de 2019). ¿Qué lleva a cerrar un emprendimiento en Ecuador y cómo evitar que pase? (K. Monte, Entrevistador)
- Lasio, V., & Ordeñana, X. (2019). *Escuela de NEgocios de la Escuela Politecnica del Litoral*. Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>
- López, H. (1998). *La metodología de la encuesta*. México: Logman.
- Maddio, S. (2010). Flexibilidad Cognitiva para Resolver Problemas entre Pares ¿Difiere esta Capacidad en Escolares de. *Interamerican Journal of Psychology*, 98-109.
- McLelland, D. (1999). *Human Motivation*. Cambridge University.
- Medeiros, V., Goncalves, I., & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un analisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*.
- Mejía, M., & Maldonado, L. (2020). La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Investigacion desarrollo e innovación*, 23-33.
- Merino, M. J. (2015). *Herramientas para dimensionar los mercados: la investigación cuantitativa*. España: Midac digital.
- Naranjo, R. (2012). *El proceso de selección y contratación del personal en las medianas empresas de la ciudad de Barranquilla (Colombia)*. Barranquilla: Pensamiento y Gestión.
- Nejatian, M., & al, e. (2016). A hybrid approach to achieve organizational agility An empirical study of a food company. *Organizational agility*.
- Ogliastri, E. (1995). *El comportamiento negociador en Venezuela y Colombia: dos estudios*. Bogotá.
- Oporto, H. (2016). Innovar para crecer Repensando el modelo de crecimiento en Bolivia. *Soplá*, 30.
- Parra, M., Rubio, G., & López, L. (2017). *Emprendimiento y creatividad: aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: Ecoe.
- Paz, J. (2004). Negociación: Competencia Gerencial por Autonomía. *EIA*.
- Perez, J. (2017). *Tus hábitos deciden tu futuro*.

- Perez, P., & García, L. (2013). Construcción de un cuadro de mando integral de tecnologías de la información en una empresa. *Revista Científica*.
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. *Primer congreso ippeu*.
- Quito Turismo. (2020). *Estadísticas sector Alimentos y bebidas*. Quito: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>.
- Quito Turismo. (05 de 02 de 2021). El comercio. *Los negocios del Centro Histórico de Quito siguen vaciándose*.
- Roncancio, G. (16 de 04 de 2020). *gestion pensemos*.
- Santos, M. J.-D. (s/f). *Estadística básica un enfoque no paramétrico*. México: UNAM.
- Silveira, Y., & otros. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European research on management an business economics*.
- Soto, M. (2021). Analisis de Iso emprendimientos gastronomicos ciudad de Villota. *Centro de Investigación en Innovación, Desarrollo Económico y Políticas Sociales UV*, 1-6.
- Spencer, L., & Spencer, S. (1993). *Competence at work, models for superior performance*. John Wiley & Sons, Inc.
- Tejeda, R. (2011). Las competencias y su relación con el desempeño y la idoneidad profesional. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Thomas Rangel, I. L., & Calderón, M. E. (2018). REvisión bibliografica de equipos de trabajo: enfoque cuantitativo, características e identificación de variables que afectan la eficacia. *Ingeniería solidaria*, 6.
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2013). *Emprendimeinto y empresarismo: diferencias, conceptos, cultura emprendedora*. Bogotá.
- Vázquez-Medina, J. (2017). Prácticas operativas y flujos de información culinaria transnacional en restaurantes de migrantes mexicanos retornados de Estados Unidos. *Anales de antropología*, 114-122.
- Velandia, L. (2018). Factores que Iso emprendedores tienen en cuenta al momento de abrir su negocio en el sector gastronómico. *Universidad El Bosque*.
- Wadongo, B., & al, e. (2016). Key performance indicators in the Kenyan hospitality industry:a managerial perspective. *Emerald*, 858-875.
- World Science: Problems, Prospects and innovations*. (2021). Toronto.