

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR-MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN FORMAL EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS DENTRO DEL DESEMPEÑO DE LOS
EMPRESARIOS EN EL SECTOR DE COMIDA TIPO
CONTAINER LOCALIZADOS EN LOS FOOD PARKS DE LA
CIUDAD DE QUITO**

CRISTHIAN DAVID PÉREZ BAYAS

DIRECTOR: MTR. VICENTE TORRES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN

QUITO, ENERO 2018

AGRADECIMIENTO

Para el presente trabajo de titulación quisiera comenzar agradeciendo a todos los emprendedores/administradores de negocios tipo food trucks o containers en Quito, que participaron en el estudio. Su ayuda fue indispensable para llevar este trabajo que se fundamentó principalmente en su criterio y experiencia para llevar a cabo.

De igual manera quisiera expresar mi agradecimiento a la institución en la que lleve a cabo mis estudios, PUCE – Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, y dentro de esta principalmente a sus maestros.

Finalmente quisiera agradecer a mi familia y en especial a mis padres por otorgarme la formación personal y académica que hizo posible este trabajo de titulación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL DEL MERCADO DE FOOD PARKS Y CONTAINERS EN LA CIUDAD DE QUITO	2
1.1. Sujeto y enfoque del estudio.....	2
1.2. Antecedentes de food trucks en la ciudad de Quito	3
1.3. Surgimiento de los food parks o plazas gastronómicas	5
1.4. Caso de ejemplo: Container Park Plaza Gourmet.....	7
1.5. Perfil de los emprendimientos a estudiar	8
1.6. Área geográfica del objeto de estudio	8
1.7. Educación y emprendimiento de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2015) – Ecuador	9
1.7.1. Factores críticos para el emprendimiento:.....	9
1.7.2. El entorno cultural y social en Ecuador.	9
1.7.3. La educación y entrenamiento relacionado al emprendimiento.	10
1.7.4. El entorno de la educación en el año 2015.	10
1.7.5. Nivel de educación de los emprendedores.	10
1.7.6. Relación entre nivel de educación y motivación para emprender	11
1.7.7. Programas formativos en educación para fomentar el clima emprendedor:	11
2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	12
2.1. Estudio Exploratorio	12
2.1.1. Listado de food parks y negocios seleccionados para el estudio	13
2.1.2. Sinopsis de la observación de emprendimientos participantes potenciales.	14
2.1.3. Estructura de la encuesta de recopilación de datos.	15
2.1.4. Alcance de la encuesta.....	16
2.1.5. Informe de la encuesta de recopilación de datos.	17
2.1.6. Lista de negocios seleccionados para conformar parte del estudio.	21

3. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO	22
3.1. Estudio descriptivo.....	22
3.1.1. <i>Tipo de muestreo.</i>	22
3.1.2. <i>Tamaño de la muestra.</i>	23
3.1.3. <i>Objetivos del estudio:</i>	23
3.1.4. <i>Estructura de la encuesta.</i>	23
3.2. Tabla de respuestas	28
3.3. Representación gráfica de los resultados obtenidos en la encuesta	34
4. INFORME FINAL DE LOS RESULTADOS.....	43
4.1. Representación gráfica de las respuestas más seleccionadas en cada numeral	43
4.2. Capacidades administrativas a las que se atribuye mayor importancia	47
4.3. Capacidades administrativas a las que no se les atribuye importancia o son de carácter imparcial.....	49
4.4. Criterio de los emprendedores respecto a los estudios en administración de empresas y el éxito del negocio.....	51
4.5. Capacidades administrativas que reflejan posición dividida.....	52
5. CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXO A. CENTRAL CONTAINERS PLAZA	57
ANEXO B. LA PRADERA FOOD GARDEN	58
ANEXO C. BOHO PARK.....	59
ANEXO D. CONTAINERS PARK LA REPUBLICA	55
ANEXO E. PAMBAYA PLAZA GASTRONOMICA	55
ANEXO F. EJEMPLO ENCUESTA DE RECOPIACION DE DATOS (2.1.3).....	55
ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4).....	63

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación es un estudio que tiene como principal enfoque determinar la importancia que diferentes administradores de emprendimientos tipo food trucks o containers les otorgan a los estudios en ciencias administrativas para la gestión apropiada de este tipo de negocios en particular.

Para llevarse a cabo inicialmente se determinó una muestra conformada por negocios de comida rápida ubicados en distintos food parks dentro del Distrito Metropolitano de Quito que compitan entre sí dentro del mercado.

Posteriormente se definió una serie de capacidades relacionadas a la administración de empresas y diferentes ramas como: marketing, contabilidad, gestión del talento humano, administración estratégica, etc.

Finalmente, para conocer la importancia que los emprendimientos les atribuyen a las capacidades antes mencionadas, se creó una encuesta en la que los administradores de los negocios mediante una escala de Likert pueden expresar su nivel de concordancia respecto a la importancia que tienen estas capacidades para la administración del negocio. Después de recopilar y analizar las respuestas de todos los participantes se establecieron las conclusiones del estudio.

INTRODUCCIÓN

Uno de los sectores que siempre ha tenido un nivel alto de competencia es el de la comida rápida. En los últimos años dentro de la ciudad de Quito, una nueva modalidad adquirió bastante presencia dentro del mercado, se trata de los food parks, plazas gastronómicas en las que los clientes tienen varias opciones de diferentes tipos de comida para elegir dentro de un espacio abierto con instalaciones adecuadas para que los consumidores puedan disfrutar de sus alimentos.

Esta nueva modalidad de ambiente también posee una nueva modalidad de negocios, que son los “containers” o “food trucks”, estos locales pequeños se encuentran equipados para la preparación y venta de comida. Actualmente estos negocios han tenido un auge dentro de la ciudad y cada vez existen más competidores.

Todo parece a apuntar que esta nueva modalidad que se ha convertido en tendencia, va a continuar en los próximos años y por ende va a conformarse un mercado competitivo en el cuál no todos los negocios podrán prevalecer en el tiempo. Por esta razón, es vital para los negocios contar con herramientas o estrategias que les permitan consolidarse y tener éxito. Dentro de estas, una gestión de negocio fundamentada en estudios administrativos junto con las capacidades que implica podría ser un factor importante para el manejo de este tipo de locales.

Es por esta razón que en el presente estudio se desea conocer el criterio que tienen los administradores de estos negocios respecto a la importancia que podría tener contar con estudios en administración de empresas para tener éxito dentro de este nuevo sector.

1. ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL DEL MERCADO DE FOOD PARKS Y CONTAINERS EN LA CIUDAD DE QUITO

El primer capítulo del presente trabajo de titulación está dirigido a presentar resumidamente en que va a consistir el estudio junto con sus principales características. Por otra parte, también va a reflejarse mediante la recopilación de diferentes artículos periodísticos los antecedentes y situación actual del mercado de los tipos de negocios en los que se enfoca este estudio.

1.1. Sujeto y enfoque del estudio

El principal sujeto de estudio del presente trabajo de titulación son los “containers” (locales pequeños acondicionados para la venta de comida y bebidas) ubicados en algunas de las principales plazas gastronómicas o “food parks” presentes en el Distrito Metropolitano de Quito, sector centro/norte de la ciudad.

La razón por la que este tipo en particular de emprendimientos ha sido seleccionado se debe a que han experimentado un auge considerable dentro de la capital del país, especialmente durante los últimos tres años y de igual manera muestran señales de ser un mercado que va a consolidarse durante los próximos años dentro de ciertas ubicaciones estratégicas.

Dentro del panorama para este tipo de negocios, la situación actual muestra un considerable número de competidores a nivel de “food parks” el cuál se espera que siga incrementando para el futuro. Debido a esta situación puede ser útil para los administradores de estos emprendimientos contar con estudios formales en ciencias administrativas o gestión de negocios/emprendimientos. En teoría contar con conocimientos de este tipo debería otorgarles la capacidad de implementar diferentes estrategias o herramientas administrativas que les permitan tener cierta ventaja sobre los competidores que no posean este tipo de estudios y así aumentar sus posibilidades de consolidarse en este nuevo mercado.

El enfoque del estudio del que formaran parte este tipo de negocios será buscar si a criterio de los administradores de estos tipos de negocio, existe una relación o influencia positiva entre la existencia de estudios formales (certificables) en administración de empresas o materias relacionados y el éxito o desempeño positivo del negocio. De esta manera se podrá consultar si a su parecer, realmente representa un beneficio para los negocios que sus administradores cuenten con este tipo de conocimientos, en las diferentes áreas que comprenden, por ejemplo: marketing, finanzas, productividad, entre otros.

1.2. Antecedentes de food trucks en la ciudad de Quito

En la ciudad de Quito, los camiones de comida o “food trucks” aparecieron en el año 2014, inicialmente con tres locales esta modalidad de negocio experimentó un crecimiento considerable e incremento de su oferta, convirtiéndose así en una tendencia gastronómica dentro de la ciudad, especialmente a finales del 2015 e inicios del 2016. (Veintimilla A. B., 2016).

Para finales del 2015, la asociación Food Truck Ecuador registraba seis camiones, pero a finales del 2016, tras la legalización del gremio Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT), los registros de esta institución contabilizaban alrededor de 160 camiones entre los miembros de la asociación e independientes. (Veintimilla A. B., 2016)

Sin embargo, a inicios del año 2016 debió al rápido crecimiento de la oferta y el surgimiento de problemas especialmente relacionados a la mala utilización del espacio público y vías de tránsito vehicular, las autoridades competentes del Distrito Metropolitano de Quito decidieron comenzar a trabajar en una normativa que regule las operaciones de esta modalidad de negocios ya que en muchos casos los propietarios no contaban con los permisos necesarios para su circulación y a eso debía añadirse el vacío legal que existente sobre un documento específico que permitiese el funcionamiento de los food trucks. Los cuáles por sus características, diferían de los locales y negocios de comida que se encontraban normalizados. (Veintimilla A. B., 2016)

Hasta aquel entonces, los propietarios de los “food trucks” podían solicitar el permiso de trabajador autónomo para laborar en los espacios públicos de la ciudad, pero este permiso no contemplaba que los “food trucks” trabajen con un vehículo motorizado y cocinas equipadas. (Veintimilla A. B., 2016)

Debido a estos inconvenientes se inició el proceso de formalización de la LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas) para los “food trucks”, realizando un trabajo en conjunto con instituciones como la Empresa Metropolitana de Obras Públicas, la Agencia Metropolitana de Tránsito, el Cuerpo de Bomberos, entre otras. (Veintimilla A. B., 2016)

A diferencia de la ciudad de Guayaquil, en Quito se dio la apertura para el funcionamiento de este tipo de negocios, y en el mes de octubre del año 2016 el municipio emitió la resolución A028, la misma que está dirigida a normalizar la modalidad de food trucks y de igual manera estableció un número limitado de 60 espacios públicos designados en horarios diferentes de operación. (El Telégrafo, 2017)

Por otro lado, la nueva normativa no tuvo mucha acogida entre los emprendimientos y generó desinterés entre ellos debido a las condiciones establecidas por el municipio, siendo los principales factores el número de plazas permitido, las zonas designadas y el horario establecido para las operaciones.

Para ese entonces, a finales del 2016, existían alrededor de 150 unidades tipo “food trucks” pero solamente 60 cupos disponibles a designar mediante un sorteo a realizarse en el mes de octubre del mismo año, el cual no se llevó a cabo. (El Telégrafo, 2017)

En lugar, se inició un nuevo proceso de distribución de espacios en lugares públicos con el cambio de que el número de cupos disponibles sería solamente de 28 en lugar de los 60 previstos anteriormente. (El Telégrafo, 2017)

Fernando Zamorano, técnico coordinador de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda del Municipio de Quito, informó que los espacios designados tenían cuatro posibilidades de horarios de funcionamiento: en la mañana, tarde, noche a madrugada y fines de semana. (El Telégrafo, 2017)

Adicionalmente, el costo de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) para los “food trucks” habría sido fijada en \$ 6.000 anuales, lo cual fue considerado muy alto para las zonas designadas, las mismas que a juicio del presidente de la Asociación Ecuatoriana de Food Truck, no tenían mucho atractivo comercial. (El Telégrafo, 2017)

A todo esto, se le debe añadir todos los requisitos legales que muchos negocios no estaban en condiciones de cumplir, entre ellos: RUC, declaración y pago de la patente municipal, convenio de uso, ocupación de espacio público autorizado, matrícula actualizada de los vehículos y cumplimiento de especificaciones técnicas, entre otros. (Pacheco, 2016)

Finalmente, debido a todas estas desconformidades entre los propietarios de los “food trucks”, el día del sorteo de los puestos de funcionamiento, realizado el 10 de junio de 2017, sólo se presentaron alrededor de 15 y solo 11 cumplieron con los requisitos para participar. Entre ellos se sortearon 21 espacios autorizados. (Guerrero, 2017)

Es así como la presencia de los “food trucks” en las calles de Quito experimentó un declive para el año 2017, terminado así con la tendencia que se originó hace alrededor de tres años. Siendo hoy en día un mercado normalizado y de crecimiento limitado por resoluciones municipales.

Sin embargo, este no fue el fin de esta modalidad de negocio, tras encontrar impedimentos para realizar sus operaciones en las calles del Distrito Metropolitano de Quito, los diferentes negocios de comida comenzaron a agruparse en diferentes plazas y espacios pertenecientes al sector privado donde no incumplían con la normativa relacionada al espacio público y podían establecerse de la misma manera que negocios de comida convencionales inmuebles. Es así como surge una nueva tendencia los “food parks” o plazas gastronómicas.

1.3. Surgimiento de los food parks o plazas gastronómicas

A finales del 2016 el gran número de food trucks que aparecieron en la ciudad de Quito, incluido el sector del Valle de los Chillos, junto con las nuevas resoluciones emitidas por el Municipio de Quito que condicionaron y normalizaron las operaciones de los camiones de comida, llevaron a cabo la culminación de la tendencia de los food trucks y originaron un cambio en la modalidad de estos negocios. (Gonzales, 2017)

Los propietarios decidieron optar por arriendos en espacios privados para evitar la problemática de ocupar el espacio público dentro de la ciudad.

Estos espacios son los denominados “food parks” y son patios de comida al aire libre que albergan diferentes tipos de locales de comida llamados contenedores o “containers”.

Para un emprendedor el costo de entrada a un “food park” es alrededor de unos \$ 2.000. El arriendo, incluido las alcuotas en algunos casos, es de aproximadamente \$ 1.000 mensuales. Estos costos significan una disminución de los ingresos para los negocios, pero aun así los propietarios prefieren operar en estos espacios que ofrecen mayor seguridad respecto a los posibles inconvenientes de trabajar en espacios públicos. (Gonzales, 2017)

Las plazas gastronómicas ofrecen espacios amplios a cielo abierto junto con todas las adecuaciones necesarias para que los clientes puedan consumir sus alimentos, esto es una mejora respecto a la modalidad de los “food trucks” donde los clientes se alimentaban de pie y en las calles de la ciudad.

De la misma manera ofrecen la posibilidad a las personas de seleccionar entre diferentes tipos de menús y locales de comida, pero compartir una misma mesa, adicionalmente en algunos casos, las plazas también han incorporado algún tipo de entretenimiento que puede ser desde la transmisión de encuentros deportivos como también presentaciones artísticas o música en vivo.

Según Gabriel Crespo, socio del “Central Container Plaza”, ubicado en la Av. Gonzales Suárez, ellos realizaron un estudio de mercado relacionado al poder adquisitivo de la gente. En este se estableció que las personas no querían dejar de salir de sus hogares para comer algo, pero si querían pagar menos por ello.

Por este motivo, de acuerdo a Gabriel Crespo, vieron una alternativa de negocio y fijaron los precios de los locales entre los \$ 3,00 y \$ 10,00 por persona, ofreciendo a su vez un menú variado constituido por diferentes tipos de comida y bebidas. (Veintimilla A. B., 2016)

Cabe recalcar de igual manera que algunas de estas plazas han optado por adquirir un estilo y decoración característica, en algunos casos dirigidos a un segmento de consumidores jóvenes.

Algunas de los food parks más conocidos en el sector centro/norte de la ciudad de Quito son: Central Container Plaza, La Pradera Food Garden, Boho Park, Containers Park la República, Pambayá Plaza Gastronómica.

1.4. Caso de ejemplo: Container Park Plaza Gourmet

El viernes de 8 julio se inauguró el “Container Park Plaza Gourmet” en Cumbayá, el cual tiene como concepto brindar un espacio innovador a los clientes y cuenta con una capacidad de 200 personas, adicionalmente ofrecen distintos tipos de entretenimiento a los consumidores. (Veintimilla A. , 2016)

Su administrador, Ricardo Contreras, vio en los negocios de comida tipo contenedores la estrategia perfecta para mantener un estilo de comida informal, rápida y variada dentro de un mismo espacio. Bajo este criterio los socios se acercaron a diferentes restaurantes y emprendimientos que les parecieron apropiados para su idea de negocio y la imagen que buscaban proyectar. (Veintimilla A. , 2016)

Nueve containers presentan una oferta gastronómica variada que incluye: pizzas, carnes y parrilladas, mariscos, postres, café, cerveza artesanal, entre otros.

Para Contreras, el Container Park Plaza Gourmet quiere posicionarse como un punto de encuentro para todo tipo de segmentos, desde familias, jóvenes y adultos, tanto de Quito como de Cumbayá y sus alrededores. Una de las nuevas opciones innovadoras que ofrece el parque es Craft BBQ, su propietario, Justin Lovelace, quiere ofrecer platillos que tengan el estilo de la cocina ahumada de Texas o Kansas en EUA. (Veintimilla A. , 2016)

Contreras sostiene que la idea de negocio y los negocios tipo contenedores permiten al proyecto tener mayor duración, al mismo tiempo que pueden ser desplazados o reubicados según la necesidad. (Veintimilla A. , 2016)

Como podemos ver en este ejemplo los “food parks” se han constituido como planes de negocios con objetivos respaldados por una idea e imagen que se quiere proyectar al público en general, apuestan por una modalidad diferente a la que ofrecen los restaurantes y locales de comida convencionales.

Dentro de la ciudad de Quito, estas plazas gastronómicas han tenido acogida, en general las de mayor concurrencia son pasadas las 17:00 horas y su clientela son personas de todas las edades que han encontrado una alternativa a los restaurantes convencionales a precios razonables y en espacios abiertos.

Hoy en día, los containers que se ubican en los food parks, se manejan como restaurantes, por lo que requieren tener permisos, patentes, RUC, certificados de manipulación de alimentos, entre otros. De igual manera se han constituido como una fuente de empleo para personas dentro de la ciudad e incluso extranjeros que han decidido invertir o trabajar dentro de esta modalidad de negocios.

1.5. Perfil de los emprendimientos a estudiar

El perfil de los emprendimientos que formarán parte de esta investigación está constituido por locales de comida tipos contenedores o “containers” que sean considerados como emprendimientos nuevos de acuerdo al marco conceptual del GEM 2015, es decir que tengan menos de 3,5 años de operación.

De igual manera estos negocios deben ser de tipo comida rápida y mantenerse dentro de un rango de precios similar. Los negocios a tomarse en consideración serán competidores independientemente del hecho de que se ubiquen en una misma plaza gastronómica o no, siempre y cuando compartan las mismas características previamente mencionadas y puedan ser comparados.

1.6. Área geográfica del objeto de estudio

El área geográfica donde se llevará a cabo la investigación será el sector centro/norte del Distrito Metropolitano de Quito y Cumbayá, dentro de este, formaran parte del estudio los food trucks y containers ubicados dentro de los siguientes food parks:

- Central Container Plaza: Av. González Suarez y Muros
- La Pradera Food Garden: Av. De la República y Pradera
- Boho Park: José Villalengua y Núñez de Vela
- Containers Park La República: Av. De la República y Francisco Hernández Girón
- Pambayá Plaza Gastronómica: Av. Pampite y entre Rodriguez y Robles (Cumbayá).

1.7. Educación y emprendimiento de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2015) – Ecuador

Para el presente estudio se tomará en cuenta ciertas partes del reporte realizado por la ESPAE-ESPOL, el cual trata principalmente sobre la actividad emprendedora dentro del país. Los puntos seleccionados están relacionados con el nivel de educación dentro de los emprendimientos. Pese a que las cifras y hallazgos de este reporte son de carácter general, pueden proporcionar una perspectiva que puede ser transmitida al mercado de “food parks” y “containers” dentro de la ciudad de Quito.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un reporte que representa una encuesta relacionada a la actividad emprendedora a través de múltiples fases que conlleva el proceso empresarial; analiza las características, las aspiraciones y motivaciones de los emprendedores, las actitudes que la sociedad tiene entorno a esta actividad, y la calidad del ecosistema emprendedor dentro de diferentes paí. (ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 13)

1.7.1. Factores críticos para el emprendimiento:

- Apoyo financiero
- Políticas y programas gubernamentales
- Apertura del mercado / Barreras de entrada
- Entorno cultural y social
- Educación y entrenamiento

(ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 22)

1.7.2. El entorno cultural y social en Ecuador. Dentro de la sociedad ecuatoriana, el emprendimiento es aceptado y bien visto por parte de la población. Por lo tanto, se genera así un entorno culturalmente favorable para el emprendimiento, el cuál esta principalmente caracterizado por tres factores:

- La sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera
- La sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos
- Los medios juegan un papel importante destacando a los emprendedores

(ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 29)

1.7.3. La educación y entrenamiento relacionado al emprendimiento. Se refiere al grado en el que la capacidad de crear o administrar pequeñas y medianas empresas se incorporan dentro del sistema educativo y al entrenamiento que se le da en los distintos niveles de educación. Este factor consta de dos componentes:

- Educación en emprendimiento a nivel básico y de secundaria.
- Educación en emprendimiento a nivel post secundario (educación superior a diferente nivel: universidades, escuelas de negocios, cursos y seminarios, etc)

(ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 22)

1.7.4. El entorno de la educación en el año 2015. En la actualidad se reconoce la importancia del rol de la educación superior y de las universidades como promotoras de innovación y de emprendimiento, por lo que se han realizado cambios en las mallas curriculares para incluir estos temas.

En este ámbito también se busca la preparación correcta y de calidad para la creación y la administración de empresas, al igual que en programas de formación continua. (ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 23)

1.7.5. Nivel de educación de los emprendedores. Con relación a la educación de los emprendedores, predominan como en años anteriores quienes han concluido la educación primaria con un 38.6%, y concluido la educación secundaria con un 30.4%, este último superior al 2014. La proporción de emprendedores que cuenta con estudios universitarios completos se mantiene estable en los últimos 3 años alrededor de 13.8%. (ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 33)

Entre los propietarios de negocios nuevos (menos de 3.5 años) predominan aquellos con educación primaria completa, y en los establecidos (más de 3.5 años) predominan aquellos con primaria y secundaria completa.

De igual forma se observa una mayor proporción de emprendedores que declara no poseer educación formal. (ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 33)

1.7.6. Relación entre nivel de educación y motivación para emprender

Motivación Educación	Oportunidad de Mejora	Motivación Mixta	Necesidad
Ninguna	7.2%	7.00%	9.40%
Primaria Completa	30.9%	39.20%	46.80%
Secundaria Completa	35.4%	29.60%	25.80%
Post-Secundaria	10.3%	9.70%	8.60%
Universitaria Completa	16.1%	14.50%	9.00%

(ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 34)

1.7.7. Programas formativos en educación para fomentar el clima emprendedor:

- Fomento y promoción de carreras técnicas
- Educar a potenciales inversionistas
- Educación en temas de emprendimiento desde la escuela
- Capacitaciones
- Educación que estimula la creatividad y el espíritu empresarial

(ESPAE-ESPOL, 2016, pág. 25)

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La presente investigación de campo está orientada a la generación de nuevos conocimientos prácticos que sean representativos respecto al tema de estudio y a su vez, que sean útiles para las partes involucradas.

El principal enfoque es determinar la muestra del estudio, la misma que nos permitirá resolver los objetivos planteados en el plan de tesis y comprender con mayor precisión el fenómeno a estudiar mediante la recolección de información pertinente que permita establecer resultados puntuales en términos que sean representativos.

Para cumplir con lo planteado el trabajo se llevará a cabo en los distintos food parks ubicados en la ciudad de Quito que fueron seleccionados para el estudio debido a sus características y en especial, las similitudes de los negocios de comida que los conforman. En primera instancia y de acuerdo a lo que implica la realización de una investigación de campo, la información se obtendrá directamente de la fuente, se contactará directamente en persona a estos negocios en sus distintas ubicaciones durante su horario normal de trabajo y dentro del entorno normal que existe dentro de este tipo de establecimientos.

Finalmente, por medio de una encuesta se consultará la disposición que tienen los distintos emprendimientos potenciales para formar parte del estudio y así establecer el listado definitivo que participará.

2.1. Estudio Exploratorio

Los estudios exploratorios se realizan cuando se tiene un tema de investigación poco estudiado, sirven para familiarizarnos. Generalmente identifican contextos o establecen el tono de investigaciones posteriores más elaboradas. (Hernández & Fernández, 2010, pág. 79) Mediante este tipo de estudio buscamos delimitar las principales variables al igual que los respectivos valores con los que deben cumplir los diferentes participantes potenciales, con el fin de identificar características similares entre ellos.

El principal enfoque es establecer las características que deben compartir los emprendimientos para poder formar parte de la muestra definitiva en la que se fundamentará el análisis correspondiente al tema del presente trabajo de titulación.

Como técnica, se realizará una entrevista breve respaldada por un cuestionario que permitirá recolectar la información necesaria con el objetivo de realizar el filtrado correspondiente y conformar la muestra deseada.

2.1.1. Listado de food parks y negocios seleccionados para el estudio

2.1.1.1. Central Container Plaza. Dirección: Av. Gonzalez Suarez y Muros.

Listado de negocios:

- Típico de Vos
- Figlioli
- Syzygy
- Nacho Camacho
- Upa Cachete
- Narguile
- Queso te Sirva de Lección

2.1.1.2. La Pradera Food Garden. Dirección: Mariano Aguilera y Martín Carrión.

Listado de negocios:

- Little Italy
- Wok to Walk
- Nomada Foods
- The Rub Flé
- Cielito Lindo
- Latinos
- Los Chamos
- Capital Burguer

2.1.1.3. Boho Park. Dirección: José Villalengua y Núñez de Vela.

Listado de negocios:

- Frixtura
- Pizzería D'rubens
- Suvlaki
- Medieval
- Vamos al Noa Noa
- La Cuadra
- Al Mío Modo

2.1.1.4. Containers Park La República. Dirección: Av. De la República y Girón.

Listado de negocios:

- Los Choclitos
- Chevere Tasty Foods

2.1.1.5. Pambayá Plaza Gastronómica. Dirección: Av. Pampite y Bernardo Lovato.

Listado de negocios:

- La Oficina
- Taco Loco
- May Wok
- Ba Bang Food Trucks
- La Leña
- Philly Cheese Steak Co.
- Shawar Bomb
- Verde y Macho

2.1.2. Sinopsis de la observación de emprendimientos participantes potenciales.

Mediante la observación se pudo determinar que los food parks seleccionados para la observación están ubicados en sectores estratégicos cercanos a distintos sitios como es el caso de complejos de oficinas y universidades.

Por otro lado, las instalaciones de estos lugares se encuentran al aire libre y cuentan con espacios equipados para atender a los consumidores de alimentos, en algunos casos como como por ejemplo en La Pradera Food Garden, ofrecen entretenimiento en vivo.

Existe una gran variedad de locales que ofrecen distintos tipos de platos y alimentos; sin embargo, entre los más comunes en los diferentes lugares tenemos a lo que es comida rápida, mexicana e italiana.

2.1.3. Estructura de la encuesta de recopilación de datos. La encuesta está conformada por preguntas que siguen un formato de cuestionario, las mismas que en algunos casos son de carácter cerrado y buscan información puntual; por otra parte, también existen preguntas de carácter abierto a la interpretación subjetiva.

En primera instancia la entrevista consiste en explicar brevemente el tema, los objetivos y la utilidad del presente trabajo de titulación a los administradores de los diferentes negocios con la finalidad de determinar su deseo de participación.

De ser este positivo, a continuación, se presentan las diferentes preguntas que se incluyen en la encuesta a realizar:

- Nombre del negocio y del contacto administrativo
- ¿Cuánto tiempo lleva de funcionamiento el negocio?
- ¿Cuál es su horario de atención?
- ¿Qué tipo de comida en general ofertan a los consumidores?
- ¿Cuáles son los productos que se venden con más frecuencia?
- ¿Cuál es su rango de precios?
- ¿Cuál estimaría que es el rango de edad de la clientela habitual?
- De acuerdo a su perspectiva ¿Cómo describiría el nivel de clientes y ventas actual del negocio, entre bajo, medio o alto?
- ¿Desea participar en la siguiente fase del estudio relacionada al nivel de importancia que el o los administradores le otorgan a los estudios y habilidades en ciencias administrativas?
- Favor indicar una dirección de correo electrónico

2.1.4. Alcance de la encuesta. La utilidad y principal función del cuestionario establecido en el punto anterior es servir como filtro entre los negocios participantes de la entrevista y de esta manera lograr establecer una muestra conformada por emprendimientos de características similares, principalmente en lo que se refiere a precios, al igual que el giro y modalidad del negocio.

De esta manera al momento de realizar el análisis posterior correspondiente en el que se centra el presente trabajo de titulación, podemos tener mayor seguridad al referente al nivel de importancia que le otorgan los administradores de los distintos negocios a los estudios y conocimientos en ciencias administrativas.

Al existir un buen nivel de similitud entre los seleccionados, estos vendrían a ser competidores directos entre sí y por lo tanto pueden ser comparables de una forma más precisa, reduciendo así en cierta medida la ambigüedad existente en el estudio.

2.1.5. Informe de la encuesta de recopilación de datos. A continuación, se presenta un listado con los resultados obtenidos de la entrevista a los distintos negocios.

Nombre del negocio	Tiempo de operación	Horario de atención	Tipo de comida	Producto de más venta	Rango de precios	Edad de la clientela	Nivel de ventas	Desean participar del estudio	Correo electrónico	Conclusión para el estudio
Típico de Vos	1 año	12:00 23:00	Comida típica	Fritada	\$3.00 \$8.50	25 – 70 años	Alto	Si	analizavila@gmail.com	Aprobado
Figlioli	1 año	12:30 22:00	Comida italiana	Pizza	\$4.00 \$16.00	25 – 45 años	Medio	Si	syzygyecuador@gmail.com	Aprobado
Syzygy	1 año	12:30 22:00	Rápida	Alitas de pollo	\$6.00 \$24.00	25 – 45 años	Medio	Si	syzygyecuador@gmail.com	Aprobado
Nacho Camacho	1 año	12:30 23:00	Comida mexicana	Nachos, burritos	\$5.00 \$6.00	25 – 50 años	Alto	Si	david_90santi@hotmail.com	Aprobado
Upa Cachete	1 mes	12:00 24:00	Comida venezolana	Arepas	\$3.00 \$5.50	25 – 40 años	-	Si	davila2724@gmail.com	Rechazado: tiempo
Narguile	1 mes	12:30 24:00	Comida Árabe	-	\$1.50 \$4.00	25 – 50 años	-	Si	narguilequito@gmail.com	Rechazado: tiempo
Queso te sirva de..	4 meses	12:00 22:30	Comida rápida	Queso con pollo	\$6.00 \$8.50	25 – 65 años	Bajo	No	-	Rechazado: tiempo

Nombre del negocio	Tiempo de operación	Horario de atención	Tipo de comida	Producto de más venta	Rango de precios	Edad de la clientela	Nivel de ventas	Desean participar del estudio	Correo electrónico	Conclusión para el estudio
Little Italy	6 meses	12:00 23:00	Comida italiana	Pizza y pastas	\$5.00 \$8.00	18 – 45 años	Alto	Si	Contactar en redes sociales	Aprobado
Wok to Walk	7 meses	12:00 23:30	Comida de Tailandia	Tallarín, pollo	\$4.50 \$15.00	Todas las edades	Medio	Si	dyanez@woko o walkec.com	Aprobado
Nomada Foods	1 año y medio	12:00 23:00	Comida mexicana	Tacos	\$2.50 \$6.00	Todas las edades	Bajo	Si	Contactar en redes sociales	Aprobado
The Rub Flé	6 meses	11:00 21:30	Repostería	Crepes, helados	\$2.99 \$5.00	Todas las edades	Medio	Si	therubfle@outlook.com	Aprobado
Cielito Lindo	1 año	12:00 24:00	Comida mexicana	Quesadillas, tacos	\$3.00 \$7.00	Todas las edades	Alto	Si	erika.reinoso@gmail.com	Aprobado
Latinos	1 año	12:00 24:00	Comida rápida	Papas fritas	\$4.00 \$5.00	18 – 28 años	Alto	Si	latinosfoodtrucks@gmail.com	Aprobado
Los Chamos	1 año	12:00 24:00	Comida venezolana	Arepas	\$3.00 \$5.00	Todas las edades	Medio	Si	duran.nando@gmail.com	Aprobado
Capital Burger	1 año	12:00 23:00	Comida rápida	Hamburguesas	\$3.00 \$7.00	Todas las edades	Medio	Si	capitallfoods@gmail.com	Aprobado

Nombre del negocio	Tiempo de operación	Horario de atención	Tipo de comida	Producto de más venta	Rango de precios	Edad de la clientela	Nivel de ventas	Desean participar del estudio	Correo electrónico	Conclusión para el estudio
Frixtura	11 meses	12:00 21:00	Comida rápida	Papas fritas	\$2.50 \$8.99	Todas las edades	Medio	Si	plantafrixtura@gmail.com	Aprobado
Pizzería D'rubens	4 meses	12:00 24:00	Pizzería	Pizza	\$6.00 \$15.00	Todas las edades	Medio	Si	flipeci_ferson@hotmail.com	Rechazado: tiempo
Suvlaki	4 meses	12:00 24:00	Comida griega	Pinchos	\$2.50 \$9.50	Todas las edades	Medio	Si	suvlakigriego@hotmail.com	Rechazado: tiempo
Medieval	1 año y medio	12:00 24:00	Comida ahumada	Pierna de pavo	\$6.00 \$7.00	25 – 50 años	Medio	Si	medievalecuador@gmail.com	Aprobado
Vamos al Noa Noa	2 meses	12:00 24:00	Comida mexicana	Burritos	\$3.00 \$10.00	Todas las edades	Medio	Si	andresherrera8@hotmail.com	Rechazado: tiempo
La Cuadra	3 meses	12:00 24:00	Comida rápida	Hamburguesas	\$4.75 \$9.25	Todas las edades	Alto	No	-	Rechazado: tiempo
Al Mío Modo	3 meses	12:00 24:00	Pasta	Spaghetti	\$3.00 \$6.00	Todas las edades	Medio	Si	dayaslourevo@hotmail.com	Rechazado: tiempo
Los Choclitos	10 meses	12:00 24:00	Choclos	Choclos	\$2.50 \$6.00	Todas las edades	Medio	Si	wuisman93@gmail.com	Aprobado
Chevere Tasty F.	1.5 meses	12:00 24:00	Comida Venezolana	Arepas	\$3.25 \$4.50	Todas las edades	-	Si	kami.mishelle@hotmail.com	Rechazado: tiempo

Nombre del negocio	Tiempo de operación	Horario de atención	Tipo de comida	Producto de más venta	Rango de precios	Edad de la clientela	Nivel de ventas	Desean participar del estudio	Correo electrónico	Conclusión para el estudio
La Oficina	8 meses	12:00 24:00	Carnes a la parrilla	Bife	\$4.50 \$12.00	Todas las edades	Bajo	Si	jesus-r-1@hotmail.com	Aprobado
Taco Loco	6 meses	12:00 24:00	Comida Mexicana	Tacos	\$3.90 \$9.00	Todas las edades	Medio	Si	jarrin03@hotmail.com	Aprobado
May Wok	8 meses	12:00 24:00	Comida China	Planchas	\$5.00 \$8.00	Todas las edades	Medio	Si	Contactar en Redes Sociales	Aprobado
Ba Bang Food T.	8 meses	12:00 24:00	Comida Rápida	Hamburguesas	\$3.25 \$7.00	Todas las edades	Medio	Si	babangec@gmail.com	Aprobado
La Leña	4 meses	12:00 24:00	Comida a la leña	Arroz tequeña	\$6.00 \$8.00	Todas las edades	Medio	Si	lalena.pambaya1@gmail.com	Rechazado: tiempo
Philly Cheese	6 meses	12:00 24:00	Sándwiches	Sándwiches	\$4.00 \$7.00	Todas las edades	Medio	Si	rojasrivas1@gmail.com	Aprobado
Shawar Bomb	3 meses	12:00 24:00	Comida árabe	Shawarma	\$4.00 \$6.00	Todas las edades	Medio	No	-	Rechazado: tiempo
Verde y Macho	4 meses	12:00 24:00	Comida de verde	Tigrillo	\$1.50 \$6.00	Todas las edades	Medio	Si	Contactar en Redes Sociales	Rechazado: tiempo

2.1.6. Lista de negocios seleccionados para conformar parte del estudio. Una vez analizada la información y considerando como variables clave al tiempo de funcionamiento y rango de precios se conformó la siguiente lista de negocios / emprendedores que participarán en la fase posterior del estudio.

Nro.	Nombre
1	Típico de Vos
2	Figlioli / Syzygy
3	Nacho Camacho
4	Little Italy
5	Wok to Walk
6	Nomada Foods
7	The Rub Flé
8	Cielito Lindo
9	Latinos Food Truck
10	Los Chamos Gastronomía Venezolana
11	Capital Burguer
12	Frixtura
13	Pizzería D’Rubbens
14	Medieval Smoked Food
15	Suvlaki Comida Griega
16	Al Mío Modo
17	Los Choclitos
18	La Oficina Carnes a la Parrilla
19	Taco Loco
20	May Wok
21	Ba Bang Food Trucks
22	La Leña
23	Philly Cheese Steak Co.
24	Verde y Macho

3. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

En el presente capítulo se reflejarán los resultados de la encuesta aplicada a los distintos negocios que conforman el listado de participantes para el estudio mencionado en el capítulo anterior. Estos resultados están alineados con el tema del trabajo de titulación y por ende permitirán establecer conclusiones en base a los objetivos planteados y las variables a analizar, de manera que se pueda determinar el nivel de importancia que los emprendedores les otorgan a los estudios formales relacionados a la administración de empresas al igual que las capacidades que implican los mismos.

3.1. Estudio descriptivo

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (Hernández & Fernández, 2010, pág. 80)

Para este estudio, se busca describir la percepción personal de los emprendedores respecto a la importancia que tienen las diferentes capacidades relacionadas a estudios en ciencias administrativas para el funcionamiento y operación de un negocio bajo el puesto de administrador.

3.1.1. Tipo de muestreo. El propósito de aplicar la técnica del muestro es determinar que parte de la población debe examinarse para que esta sea representativa y puedan realizarse inferencias respecto a la población de negocios tipo containers en el sector centro/norte de la ciudad de Quito y Cumbayá. El tipo de muestra empleado es no probabilística.

“En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra”. (Hernández & Fernández, 2010, pág. 176)

Los negocios fueron seleccionados para la investigación de acuerdo con el criterio personal del investigador en base a las características propias de cada uno y que a su vez comparten con los demás participantes.

3.1.2. Tamaño de la muestra. La muestra de investigación está conformada por 20 negocios, los mismos que se encuentran listados en el numeral 2.1.6 correspondiente al capítulo anterior. Cabe señalar que estos emprendimientos fueron seleccionados por las características que comparten y como principal variable el tiempo de funcionamiento que tienen en el mercado donde compiten.

3.1.3. Objetivos del estudio:

- Determinar el nivel de importancia que los emprendedores atribuyen a los estudios administración de empresas junto con las capacidades que implican para el buen manejo del negocio.
- Definir la proporción de emprendedores de containers y negocios similares situados en food parks con educación formal en ciencias administrativas y a su vez consultar su rama de afinidad.
- Conocer las principales capacidades administrativas a las que los emprendedores consideran críticas para la gestión de sus negocios.

3.1.4. Estructura de la encuesta. El presente cuestionario es parte de una investigación llevada a cabo para el trabajo de titulación del alumno Cristhian David Pérez Bayas PUCE-FCAC.

El objetivo es recopilar información respecto al criterio que tienen los administradores del negocio respecto a las distintas capacidades que implica la gestión de los mismos. De antemano agradecemos por su interés y participación.

Nombre del negocio _____ Fecha: _____

Instrucción

Favor responder a los siguientes numerales seleccionando la casilla que corresponda al nivel de concordancia que existe entre su criterio personal y los diferentes enunciados.

1. El emprendedor debe conocer las bases de contabilidad básica.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. El emprendedor debe conocer finanzas básicas para el negocio.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. El emprendedor debe interpretar correctamente los principales indicadores financieros que se derivan de los estados financieros.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. El emprendedor debe ser capaz de realizar un pronóstico presupuestario para el negocio.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan estratégico para su negocio.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. El emprendedor debe ser capaz de fijar indicadores que le permitan medir el desempeño del negocio en términos de eficacia y eficiencia.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. El emprendedor debe conocer cómo se realiza el proceso de gestión del talento humano.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. El emprendedor debe poseer habilidades de comunicación y liderazgo para la gestión adecuada del talento humano.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. El emprendedor debe conocer y mantenerse actualizado respecto a la normativa existente en el código del trabajo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan de marketing para el negocio.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. El emprendedor debe ser capaz de realizar una investigación de mercado.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. El emprendedor debe conocer estrategias de negociación y venta para ser aplicadas en los procesos que involucran a clientes y proveedores.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. El emprendedor debe ser capaz de implementar un modelo para la gestión del inventario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. El emprendedor debe ser capaz de utilizar técnicas estadísticas para pronosticar la demanda del negocio.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. Considera usted que un emprendedor tiene mejores oportunidades de tener éxito en su negocios si tiene estudios en administración de empresas y cuenta con las capacidades mencionadas en las preguntas anteriores del cuestionario.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. Posee el emprendedor o emprendedora estudios relacionados a la administración de negocios:

Sí No

De ser su respuesta afirmativa, favor indique el tipo (ejemplo: administración, marketing, contabilidad, comercial, etc.) _____

3.2. Tabla de respuestas

Pregunta	Nombre del negocio			
	Típico de Vos	Figlioli	Nacho Camacho	Little Italy
1	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
2	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
4	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
6	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
8	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
10	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
11	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
12	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
13	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
14	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
15	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
16	Si, Marketing	Si, Economía y Neuromarketing	Si, Administración	Si, MBA

	Nombre del negocio			
Pregunta	Wok to Walk	Nomada Foods	The Rub Flé	Cielito Lindo
1	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
2	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
4	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
6	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
7	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
8	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
9	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
10	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
11	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
12	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
13	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
14	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
15	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
16	Si, Administración	No	Si, Finanzas	No

Pregunta	Nombre del negocio			
	Latinos Food Truck	Los Chamos	Capital Burguer	Frixtura
1	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
3	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
6	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
10	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
11	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
12	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
13	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
15	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	No	No	Si, Negocios Internacionales	Si, Marketing

	Nombre del negocio			
Pregunta	Pizzería D'Rubbens	Medieval Smoked Food	Suvlaki Comida Griega	Al Mío Modo
1	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
2	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
4	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
5	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
6	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
10	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
11	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
12	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
13	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
15	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
16	Si, Marketing	No	Si, Administración	Si, Economía

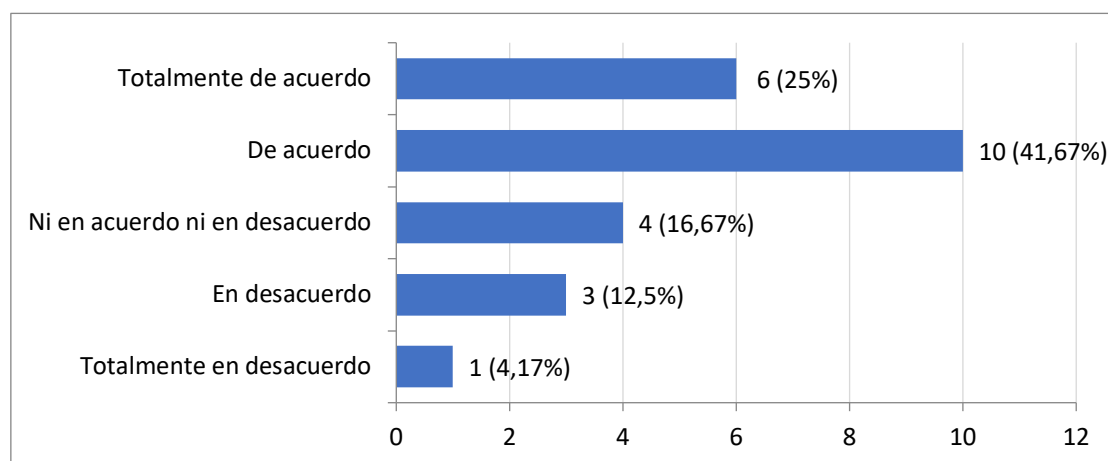
Pregunta	Nombre del negocio			
	Pizzería D'Rubbens	Medieval Smoked Food	Suvlaki Comida Griega	Al Mío Modo
1	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
2	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
4	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
5	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
6	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
10	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
11	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
12	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
13	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
15	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
16	Si, Marketing	No	Si, Administración	Si, Economía

	Nombre del negocio			
Pregunta	Ba Bang Food Trucks	La Leña	Philly Cheese Steak Co.	Verde y Macho
1	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
2	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
4	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
5	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
7	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
8	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
9	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
10	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
11	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
12	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
13	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
14	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
15	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
16	Si, Marketing	Si, Administración	Si, Finanzas	No

3.3. Representación gráfica de los resultados obtenidos en la encuesta

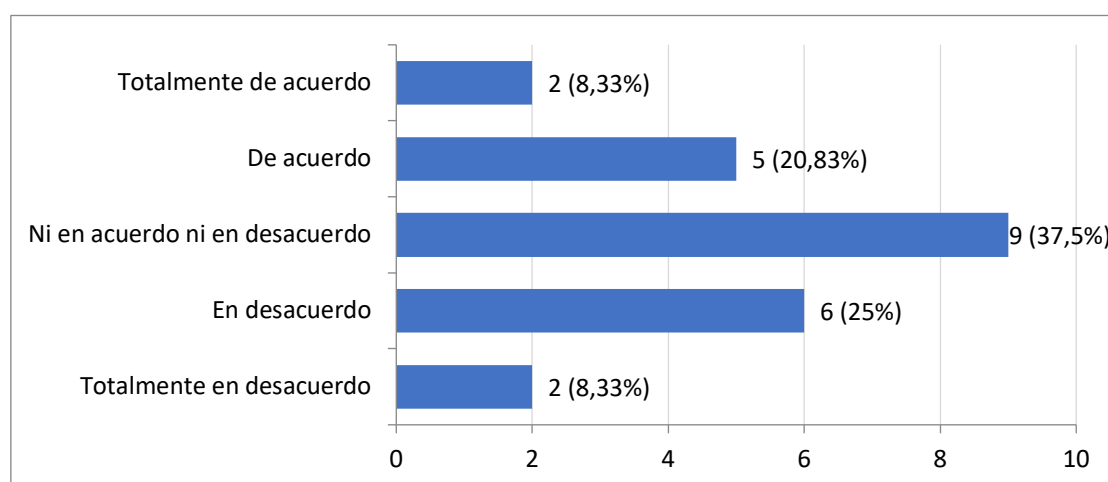
A continuación, se presenta de manera gráfica las respuestas seleccionadas.:

1. El emprendedor debe conocer las bases de contabilidad básica.



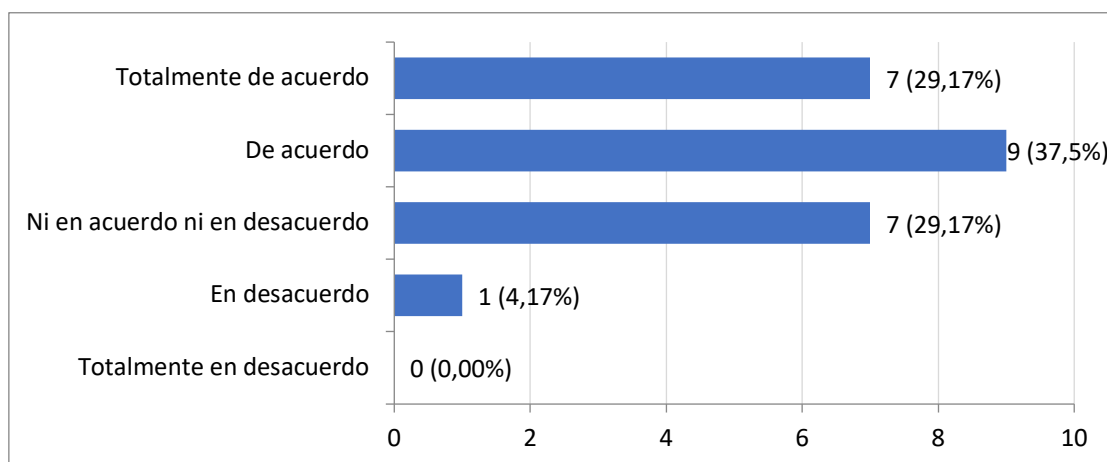
Los principios contables son importantes para los emprendedores ya que les permiten tener control y visualizar puntualmente las transacciones que se han llevado a cabo.

2. El emprendedor debe conocer finanzas básicas para el negocio.



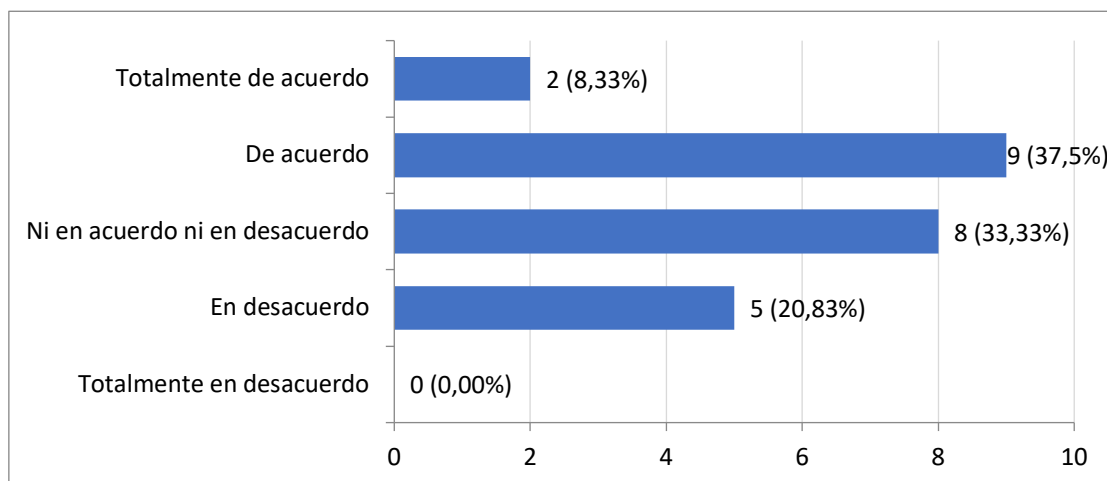
Para los negocios, no es indispensable el uso de técnicas financieras ya que, por su tamaño y giro, consideran que estas capacidades no se utilizan con frecuencia. Sin embargo, consideran se debe tener una noción clara en temas de financiamiento.

3. El emprendedor debe interpretar correctamente los principales indicadores financieros que se derivan de los estados financieros.



Los emprendedores coinciden en la importancia que tiene ciertos indicadores para evaluar el desempeño. Entre los mencionados están: utilidad sobre las ventas, margen bruto de utilidad, prueba acida, capital de trabajo y rotación de inventarios.

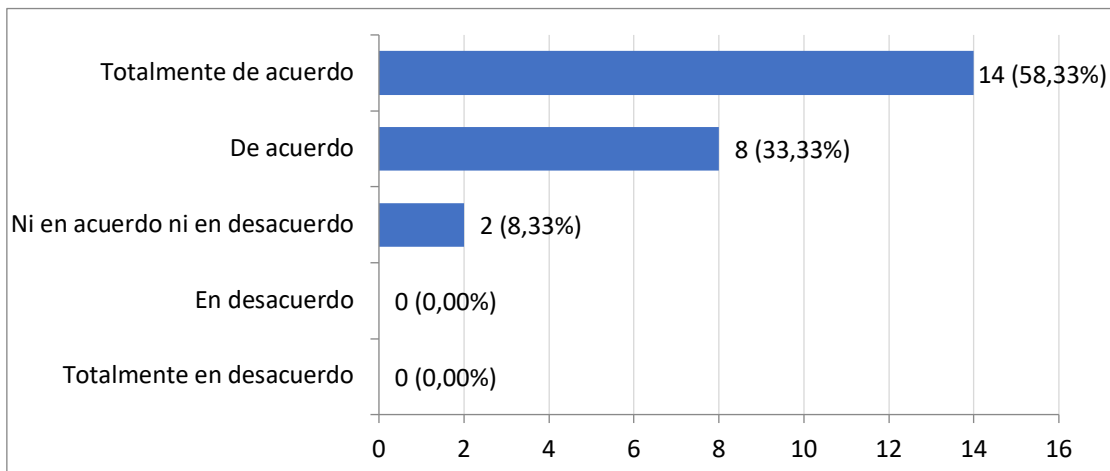
4. El emprendedor debe ser capaz de realizar un pronóstico presupuestario para el negocio.



Los negocios llevan presupuestos para distintos periodos, considerando factores como temporadas o días festivos.

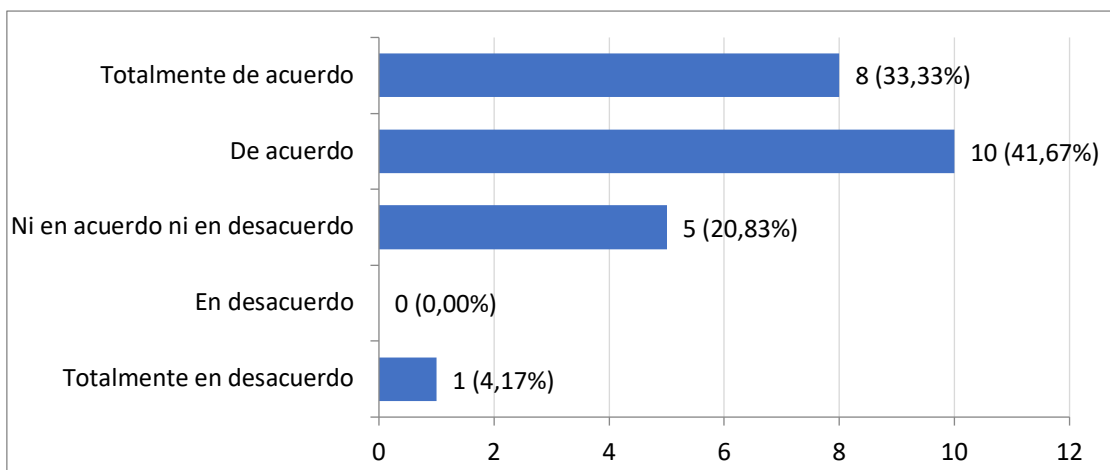
Por otra parte, para algunos negocios no se puede saber el número de clientes que tendrán por lo que se basan en estimaciones.

5. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan estratégico para su negocio.



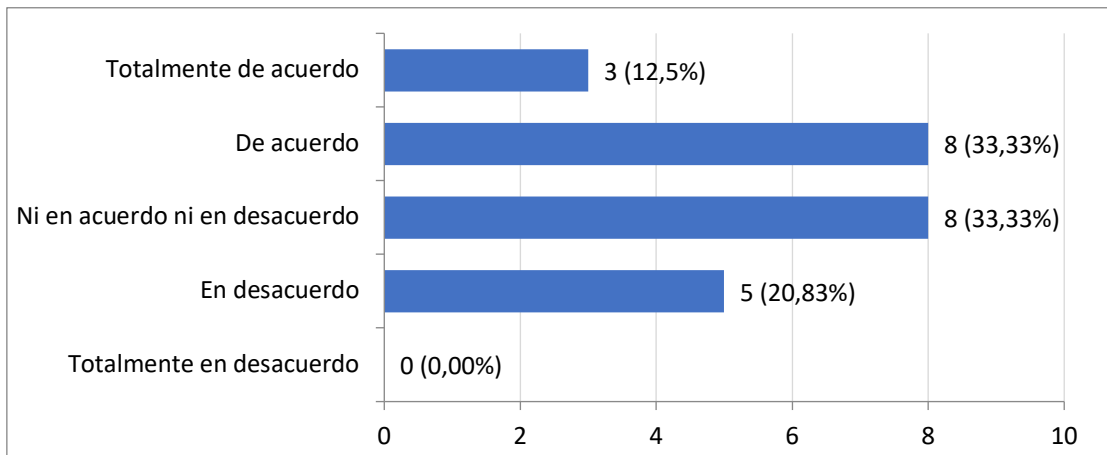
Para los emprendedores ser capaces de establecer un plan estratégico para su negocio en base a los objetivos que ellos se han planteado y a las metas que quieren alcanzar es de vital importancia.

6. El emprendedor debe ser capaz de fijar indicadores que le permitan medir el desempeño del negocio en términos de eficacia y eficiencia.



Esta capacidad se relaciona con los objetivos estratégicos planteados por los negocios y se toma mucho en consideración indicadores relacionados a: número de clientes o ventas, platos y productos con mayor venta, devolución de órdenes, desperdicios en los inventarios de alimentos.

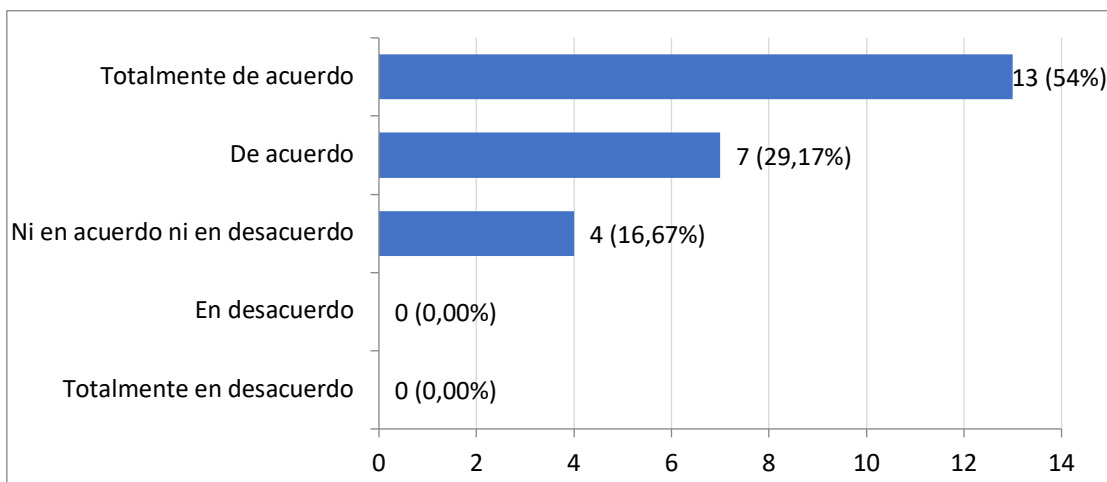
7. El emprendedor debe conocer cómo se realiza el proceso de gestión del talento humano.



El proceso de gestión del talento humano abarca desde la postulación del puesto y contratación hasta la desvinculación del personal.

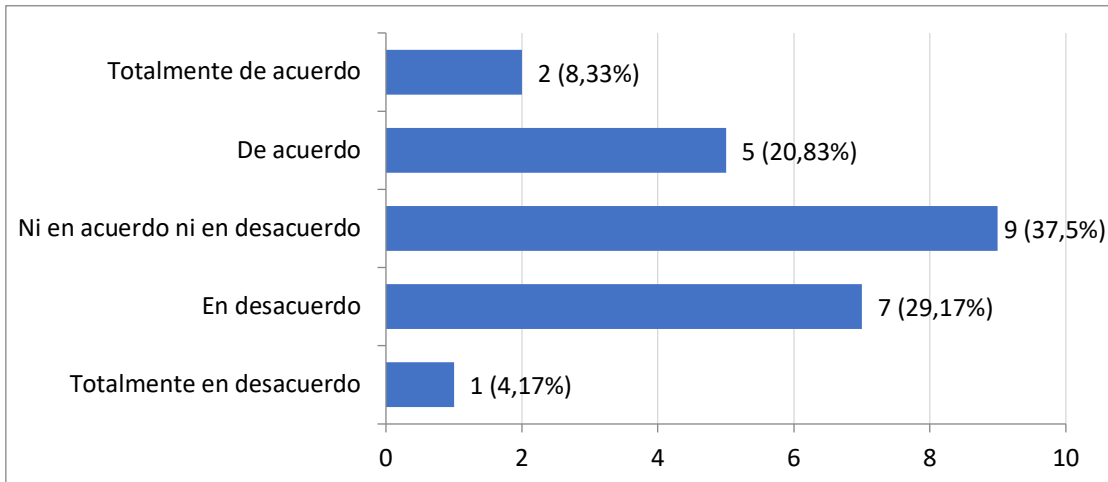
A los emprendedores les interesa intervenir en este, pero por el perfil del personal que requieren y la oferta laboral existente, consideran que no se debe tener un control riguroso del talento humano.

8. El emprendedor debe poseer habilidades de comunicación y liderazgo para la gestión adecuada del talento humano.



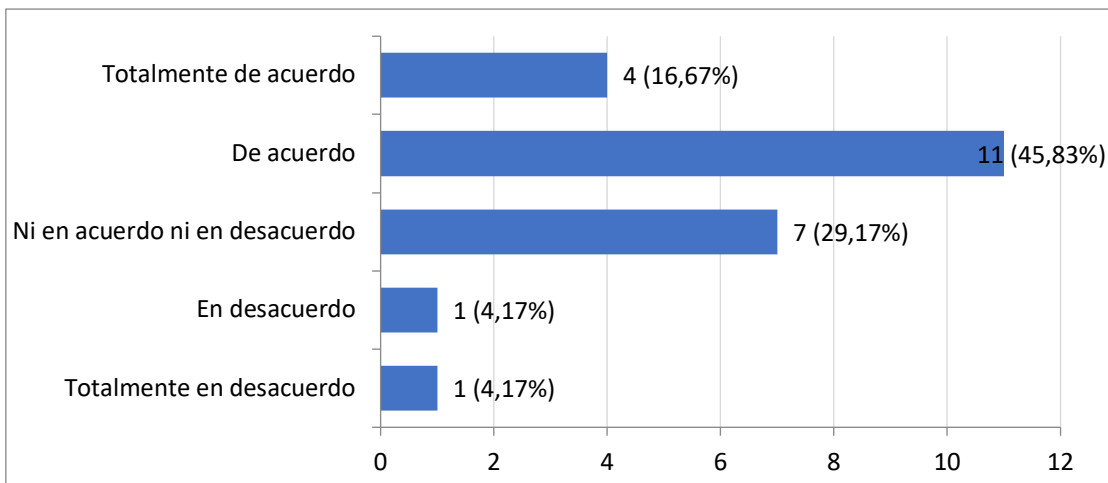
El liderazgo y comunicación se consideran cualidades esenciales para dirigir a los empleados. Se busca generar compromiso con el bienestar del negocio al igual que crear un ambiente de confianza y proactividad.

9. El emprendedor debe conocer y mantenerse actualizado respecto a la normativa existente en el código del trabajo.



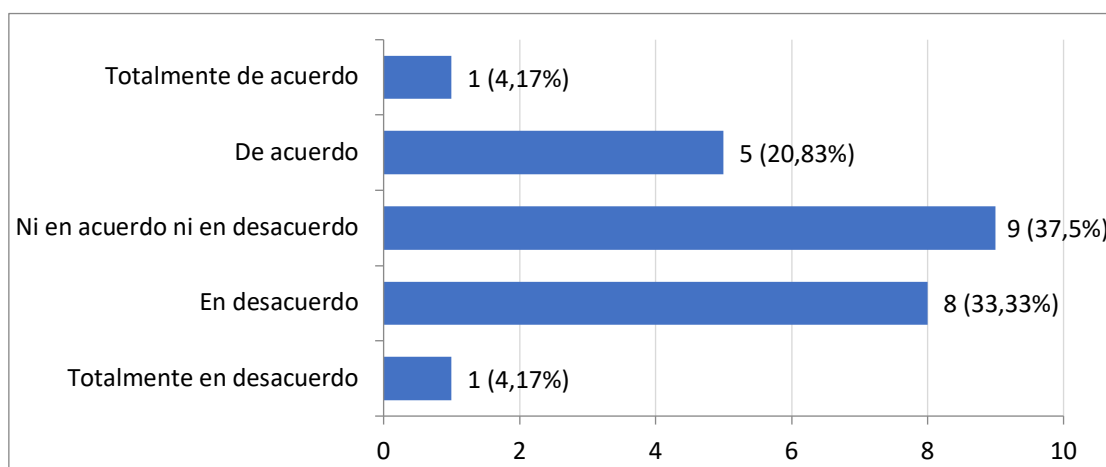
En general se conocen los aspectos relacionados a los sueldos/bonificaciones, vacaciones y seguridad/salud. Sin embargo, para ellos estas funciones recaen sobre los encargados de la contabilidad principalmente.

10. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan de marketing.



Los emprendimientos recurren principalmente a la publicidad por medio de redes sociales e internet. La mayoría no considera realizar una campaña publicitaria en medios de difusión como televisión, revistas o vallas publicitarias ya que implicarían una planificación más compleja y costos mayores.

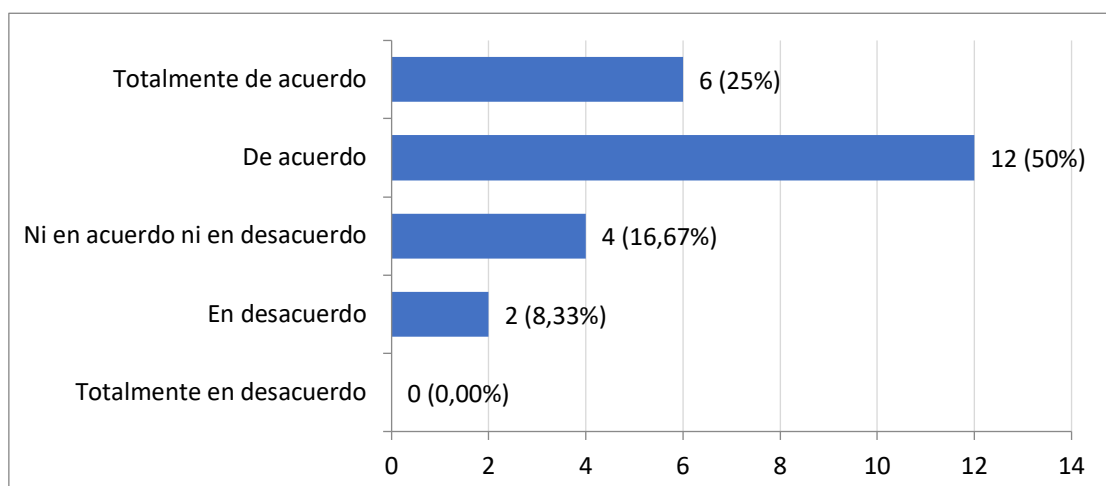
11. El emprendedor debe ser capaz de realizar una investigación de mercado.



Debido al giro de negocio en el sector de la comida, no se considera necesario realizar un estudio para los productos ofertados debido a la variedad existente.

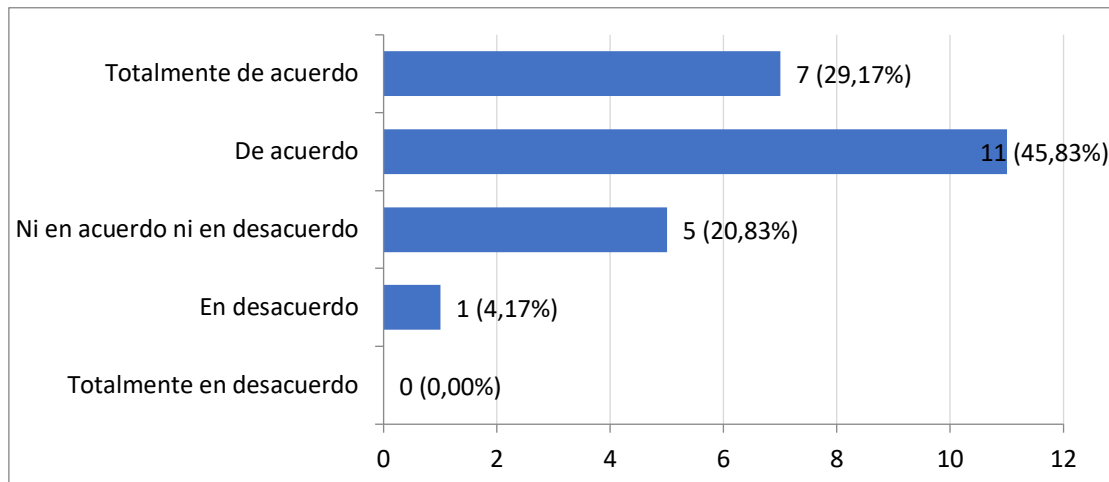
Por otro lado, se considera útil al momento de abrir un local principalmente en aspectos de ubicación.

12. El emprendedor debe conocer estrategias de negociación y venta para ser aplicadas en los procesos de compra y venta.



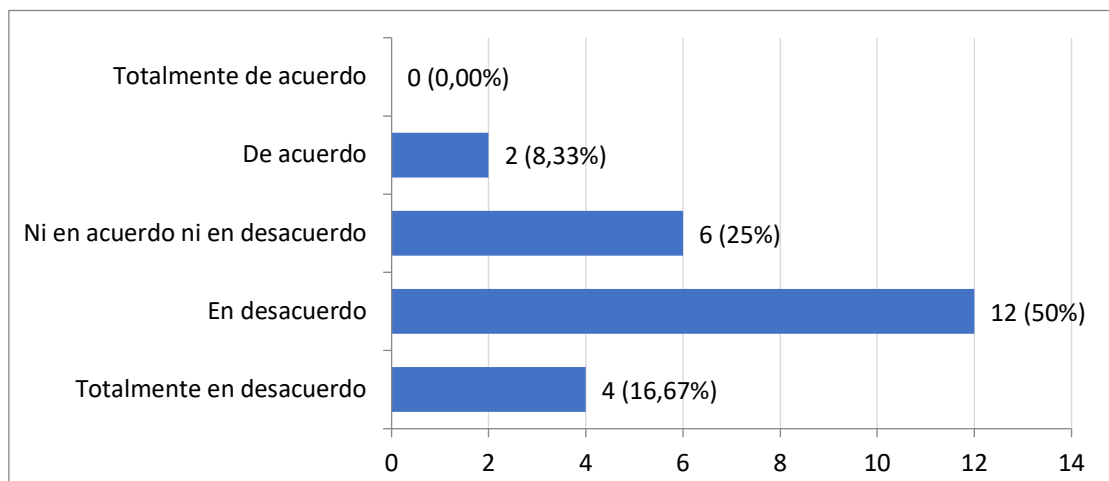
En relación a la compra, se buscan acuerdos y buenos precios principalmente con los proveedores de alimentos. Respecto a la venta, las estrategias juegan una parte importante al momento de planificar promociones para los consumidores, con el fin de que estas sean tanto atractivas para el cliente como viables para el negocio.

13. El emprendedor debe ser capaz de implementar un modelo para la gestión del inventario.



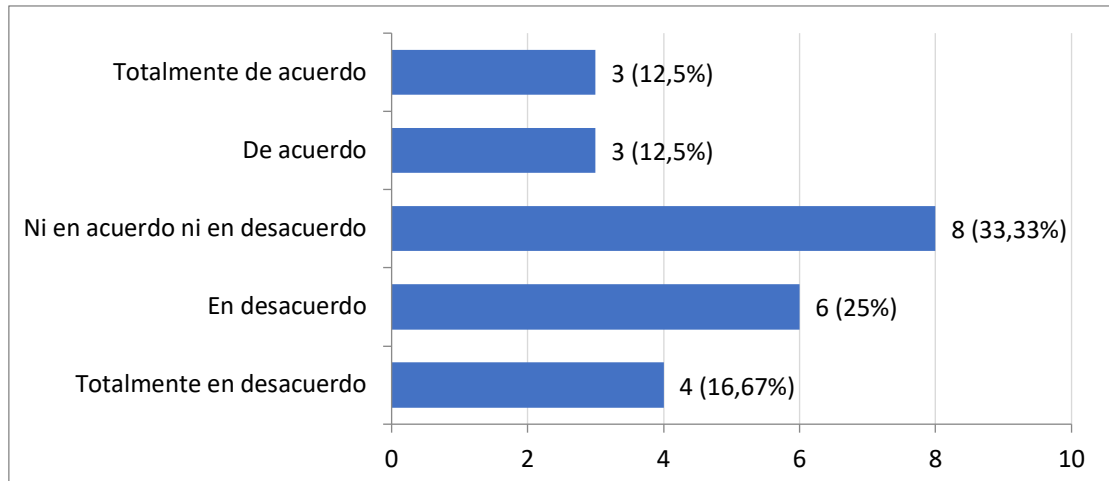
Debido a que los inventarios son de carácter perecedero, para los administradores es necesario llevar un control adecuado de este con el fin de evitar desperdicios. Pero otro lado, otros recurren a compras en periodos cortos bajo estimaciones que no se basan en un modelo de gestión de inventarios establecido.

14. El emprendedor debe ser capaz de utilizar técnicas estadísticas para pronosticar la demanda del negocio.



Por el corto tiempo que llevan en operación y la variabilidad en el número de clientes, los negocios consideran complicado estimar con precisión la demanda que tendrán. También cabe recalcar que la mayoría de los negocios lleva alrededor de seis meses de operación.

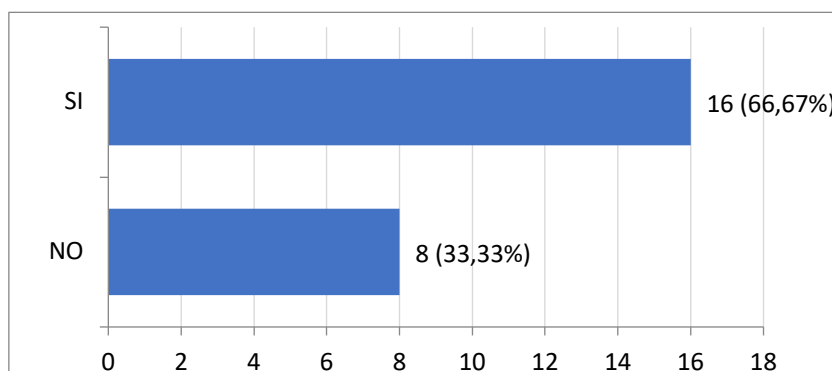
15. Considera usted que un emprendedor tiene mejores oportunidades de tener éxito en sus negocios si tiene estudios en administración de empresas y cuenta con las capacidades mencionadas en las preguntas anteriores del cuestionario.



Para los emprendedores si influye de manera positiva poseer capacidades relacionadas a los estudios en ciencias administrativas y materias o ciencias a fines.

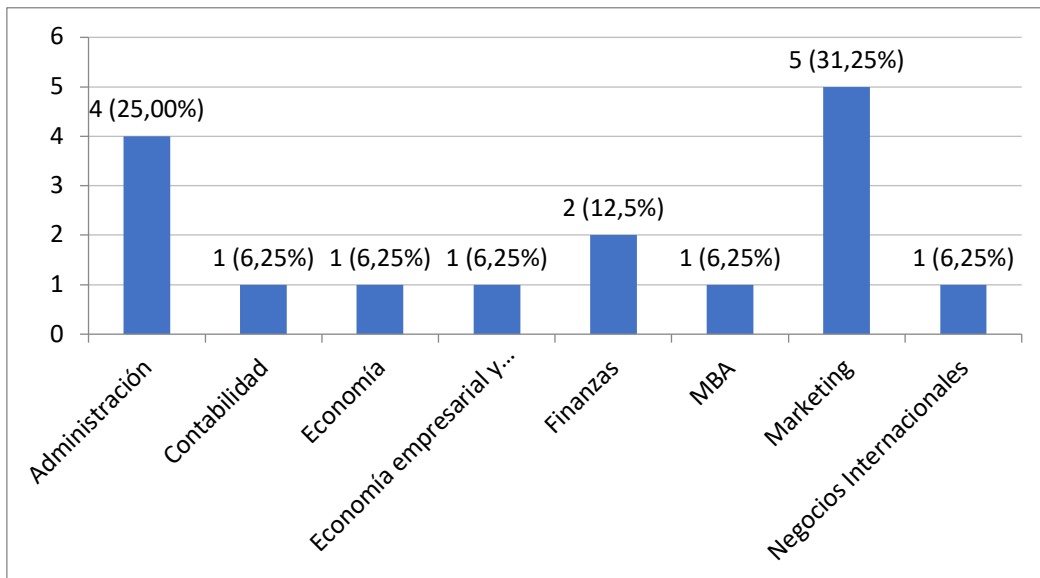
Sin embargo, para ellos, estos estudios no garantizan necesariamente el éxito del negocio y para el sector de la comida específicamente, atribuyen el éxito a la calidad del producto y la percepción de la clientela. Por lo que, para la mayoría de ellos, no necesariamente una buena administración garantiza el éxito.

16. Posee el emprendedor o emprendedora estudios relacionados a la administración de negocios.



Tres de cada cuatro emprendedores dicen tener estudios relacionados a administración, estos pueden ser tanto a nivel universitario como en cursos, seminarios, etc.

16.1 De ser su respuesta afirmativa, favor indique el tipo (ejemplo: administración, marketing, contabilidad, comercial, etc.)



Estudios en marketing representa el mayor número entre los emprendedores que cuentan con estudios relacionados a la administración de empresas, en segundo lugar, están los estudios administrativos. Entre ambos ocupan el 56.25%.

A su vez, tenemos que 18 de los 24 participantes cuenta con este tipo de estudios, lo cual determinaría una proporción de 2 de cada 3.

4. INFORME FINAL DE LOS RESULTADOS

El presente capítulo tiene como objetivo responder al objetivo general establecido para el presente estudio, determinar cuáles son las capacidades en ciencias administrativas a las que los proveedores les otorgan mayor importancia para la administración de los negocios. Para llevarse a cabo, se procederá con un análisis de datos en el cual se buscará determinar las diferentes variables que tengan mayor incidencia respecto a las respuestas seleccionadas por los participantes y representen el criterio general de la mayoría de estos. Finalmente, a partir de esta información se establecerán las principales conclusiones para el estudio, al igual que sus recomendaciones respectivas.

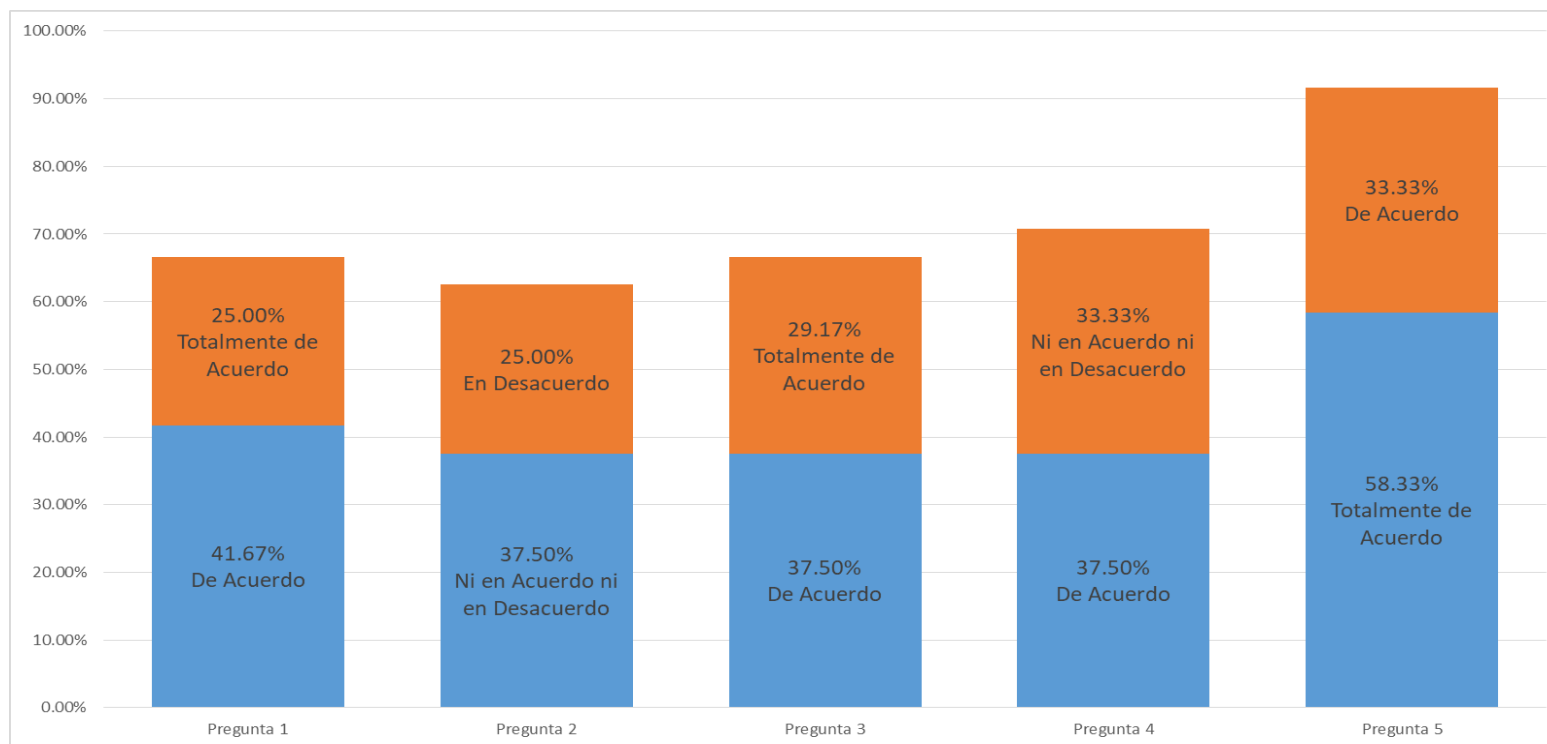
4.1. Representación gráfica de las respuestas más seleccionadas en cada numeral

Inicialmente, para conocer cuales es el nivel de importancia que los emprendedores atribuyeron a los distintos enunciados que integran las preguntas de la encuesta, se procederá a utilizar representaciones gráficas en la cuales constaran las dos respuestas que hayan tenido mayor número de selecciones y por ende tengan el mayor porcentaje.

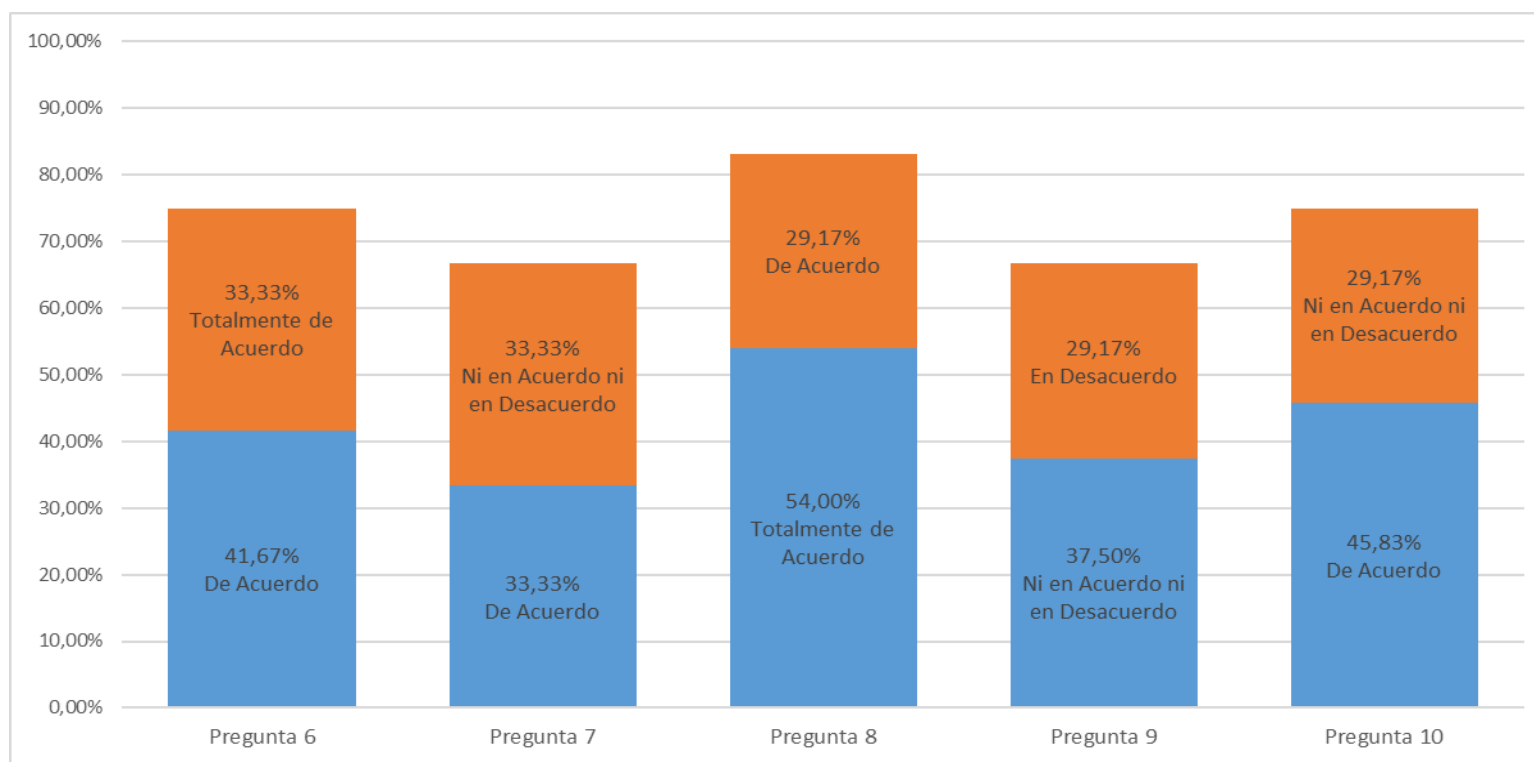
Cabe recalcar que entre las dos respuestas que hayan sido seleccionadas en mayor cantidad, sus porcentajes respecto al acumulado deben sumar al menos un 50%, es decir haber sido escogidas por al menos 12 de los emprendedores.

Por otra parte, nótese que para la pregunta 3, al seleccionar la segunda variable con mayor incidencia, existen dos respuestas que tiene el mismo número de selecciones. Para este caso en particular se decidió descartar la respuesta que expresa un criterio neutral (ni en acuerdo ni en desacuerdo) y se seleccionó aquella que es de carácter afirmativo (totalmente de acuerdo) respecto al enunciado del numeral 3.

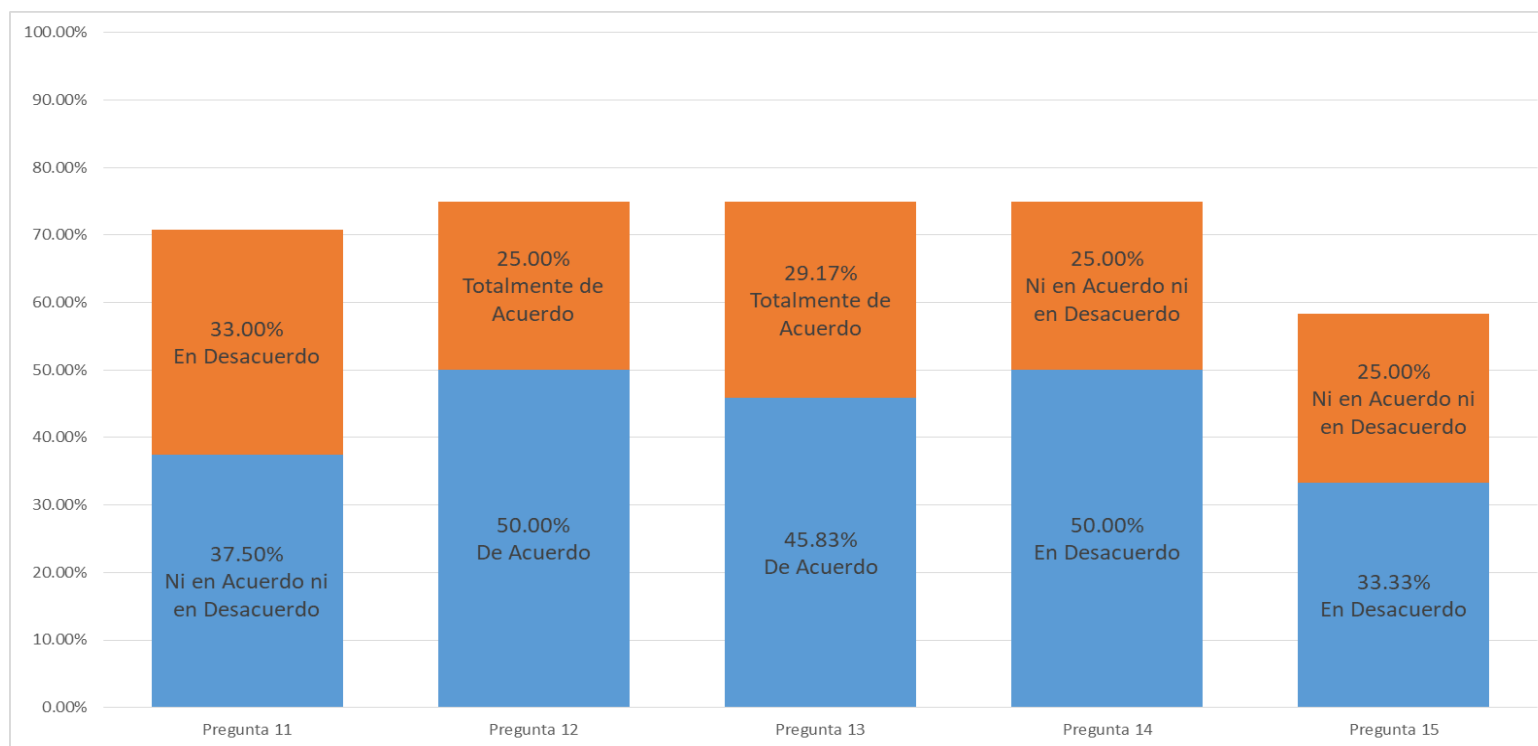
	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5
2da Respuesta	25.00% Totalmente de acuerdo	25.00% En desacuerdo	29.17% Totalmente de acuerdo	33.33% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	33.33% De acuerdo
1era Respuesta	41.67% De acuerdo	37.50% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	37.50% De acuerdo	37.50% De acuerdo	58.33% Totalmente de acuerdo



	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10
2da Respuesta	33.33% Totalmente de acuerdo	33.33% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	29.17% De acuerdo	29.17% En desacuerdo	29.17% Ni en acuerdo ni en desacuerdo
1era Respuesta	41.67% De acuerdo	33.33% De acuerdo	54.00% Totalmente de acuerdo	37.50% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	45.83% De acuerdo



	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15
2da Respuesta	33.33% En desacuerdo	25.00% Totalmente de acuerdo	29.17% Totalmente de acuerdo	25.00% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	25.00% Ni en acuerdo ni en desacuerdo
1era Respuesta	37.50% Ni en acuerdo ni en desacuerdo	50.00% De acuerdo	45.83% De acuerdo	50.00% En desacuerdo	33.33% En desacuerdo



4.2. Capacidades administrativas a las que se atribuye mayor importancia

A continuación, se presenta las variables que tuvieron mayor aceptación, aquellas en la que la mayoría de emprendedores coinciden en la importancia que tienen para la gestión de sus negocios.

Para esto se tomará como base, los datos obtenidos en el numeral 4.1 del presente trabajo de titulación. Se procederá a seleccionar las capacidades administrativas mencionadas que hayan tenido más del 50% de respuestas positivas por parte de los participantes. Entiéndase como respuestas positivas aquellas preguntas de la encuesta (numeral 3.1.4) en las que los participantes hayan respondido tanto con “Totalmente de acuerdo” como “De acuerdo”. De igual manera, estas serán presentadas en orden descendente comenzando por las que tuvieron mayor porcentaje de aceptación.

Las capacidades administrativas a las que los emprendedores atribuyeron mayor importancia para la gestión de sus negocios son las siguientes:

1. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan estratégico para su negocio. (Pregunta 5)	
Totalmente de acuerdo	58.33%
De acuerdo	33.33%
Total	91.66%

2. El emprendedor debe poseer habilidades de comunicación y liderazgo para la gestión adecuada del talento humano. (Pregunta 8)	
Totalmente de acuerdo	54.00%
De acuerdo	29.17%
Total	83.17%

**3. El emprendedor debe ser capaz de fijar indicadores que le permitan medir el desempeño del negocio en términos de eficacia y eficiencia.
(Pregunta 6)**

Totalmente de acuerdo	33.33%
De acuerdo	41.67%
Total	75.00%

**4. El emprendedor debe ser capaz de implementar un modelo para la gestión del inventario.
(Pregunta 13)**

Totalmente de acuerdo	29.17%
De acuerdo	45.83%
Total	75.00%

**5. El emprendedor debe conocer estrategias de negociación y venta para ser aplicadas en los procesos que involucran a clientes y proveedores.
(Pregunta 12)**

Totalmente de acuerdo	25.00%
De acuerdo	50.00%
Total	75.00%

**6. El emprendedor debe interpretar correctamente los principales indicadores financieros que se derivan de los estados financieros.
(Pregunta 3)**

Totalmente de acuerdo	29.17%
De acuerdo	37.50%
Total	66.67%

**7. El emprendedor debe conocer las bases de contabilidad básica.
(Pregunta 1)**

Totalmente de acuerdo	25.00%
De acuerdo	41.67%
Total	66.67%

8. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan de marketing. (Pregunta 10)	
Totalmente de acuerdo	16.67%
De acuerdo	45.83%
Total	62.50%

Nota: Para la pregunta 10 en particular y a diferencia de las otras, no se tomó en cuenta la segunda pregunta con mayor selección (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), sino que en su lugar se tomó en consideración la tercera, “Totalmente de acuerdo”.

Esto se debe a que, en las anteriores preguntas, las dos respuestas con mayor selección, abarcaban el mayor porcentaje y a su vez indicaban una tendencia positiva o negativa respecto al enunciado. Sin embargo, para el caso de la pregunta 10 en particular, existe un nivel de concordancia positivo mayor al 60% cuando se considera el porcentaje de la tercera alternativa con mayor selección.

4.3. Capacidades administrativas a las que no se les atribuye importancia o son de carácter imparcial.

Siguiendo criterios similares a los que se utilizaron en el numeral precedente, se procede a presentar las capacidades administrativas, que, de acuerdo al criterio de los participantes del estudio, no tienen mayor relevancia o influencia para administrar ese tipo de negocios dentro de su mercado en particular.

De forma similar, tomando como base los datos presentes en el numeral 4.1 se procederá a seleccionar las capacidades administrativas mencionadas que hayan tenido más del 50% de respuestas negativas o de carácter neutro por parte de los administradores de los emprendimientos, es decir, las preguntas que tuvieron como mayor número de respuestas aquellas que representan desacuerdo o indiferencia respecto a sus enunciados. las mismas que vendrían a ser:” Totalmente en desacuerdo”, “En desacuerdo” y “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”.

A continuación, se presenta en orden descendente, comenzando por aquellas que generaron mayor desacuerdo e indiferencia:

1. El emprendedor debe ser capaz de utilizar técnicas estadísticas para pronosticar la demanda del negocio. (Pregunta 14)	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25.00%
En desacuerdo	50.00%
Total	75.00%

2. El emprendedor debe ser capaz de realizar una investigación de mercado. (Pregunta 11)	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37.50%
En desacuerdo	33.33%
Total	70.83%

3. El emprendedor debe conocer y mantenerse actualizado respecto a la normativa existente en el código del trabajo. (Pregunta 9)	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37.50%
En desacuerdo	29.17%
Total	66.67%

4. El emprendedor debe conocer finanzas básicas para el negocio. (Pregunta 2)	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37.50%
En desacuerdo	25.00%
Total	62.50%

4.4. Criterio de los emprendedores respecto a los estudios en administración de empresas y el éxito del negocio.

Considera usted que un emprendedor tiene mejores oportunidades de tener éxito en sus negocios si tiene estudios en administración de empresas y cuenta con las capacidades mencionadas en las preguntas anteriores del cuestionario. (Pregunta 15)	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25.00%
En desacuerdo	33.33%
Totalmente en desacuerdo	16.67%
Total	75.00%

En el caso de la pregunta número 15, con el fin de hacer énfasis en por qué está incluida en los enunciados con los que los emprendedores expresaron mayor desacuerdo, se añadió la tercera respuesta con mayor selección, que corresponde a “Totalmente en desacuerdo” respecto a este enunciado en particular. Esto se debe a que entre las dos primeras no abracaban un porcentaje muy significativo y dada la importancia de esta pregunta en particular para el estudio es conveniente resaltar con mayor precisión el nivel de concordancia que tuvieron los emprendedores sobre esta.

De acuerdo a las proporciones que arrojan estos datos se puede decir que 1 de cada 4 emprendedores expresa un carácter imparcial, es decir no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que los estudios en administración es un factor que mejora las probabilidades de éxito del negocio. Por otro lado, se tiene que 1 de cada 2 emprendedores no está de acuerdo en que contar con estudios en administración mejora las oportunidades del negocio de tener éxito en el mercado.

Para los emprendedores ellos compiten en un mercado muy competitivo en la que factores externos relativos al cliente y a la ubicación son muy influyentes, y en muchas ocasiones están fuera de su control.

4.5. Capacidades administrativas que reflejan posición dividida

A diferencia a los numerales precedentes, las capacidades administrativas que se incluyen en este, presentan una posición dividida. En la cual no se puede concluir respecto a un nivel de concordancia positivo o negativo ya que, en términos porcentuales, se les atribuye tanto importancia como indiferencia o poca relevancia.

Para presentar los porcentajes correspondientes se tomará como base los datos presentes en el numeral 3.3. del presente estudio.

Las capacidades administrativas que presentan una posición dividida entre los emprendedores son las siguientes:

1. El emprendedor debe ser capaz de realizar un pronóstico presupuestario para el negocio. (Pregunta 4)	
Totalmente de acuerdo	8.33%
De acuerdo	37.50%
Total de acuerdo	45.83%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33.33%
En desacuerdo	20.83%
Total desacuerdo o indiferente	54.16%

2. El emprendedor debe conocer cómo se realiza el proceso de gestión del talento humano. (Pregunta 7)	
Totalmente de acuerdo	12.50%
De acuerdo	33.33%
Total de acuerdo	45.83%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33.33%
En desacuerdo	20.83%
Total desacuerdo o indiferente	54.16%

5. CONCLUSIONES

- En la actualidad los food parks son una alternativa atractiva para las personas que desean empezar un emprendimiento en el sector de la comida rápida.
- Existe un gran número de food parks en Quito y dentro de ellos una gran variedad de negocios tipo food trucks o containers; sin embargo, muchos de estos son nuevos y aun no se han posicionado en el mercado.
- Los administradores que formaron parte del estudio tienen un criterio formado respecto a la gestión de ese tipo de negocios principalmente gracias al hecho que ya contaban con experiencia previa en negocios iguales o similares.
- En general, los participantes del estudio están de acuerdo en que contar con ciertas conocimientos y capacidades relacionadas a las ciencias administrativas son útiles para gestionar los negocios. Sin embargo, para ellos estas no garantizan el éxito ya que para a su parecer influyen otros factores de carácter externo referentes a la clientela y el medio que pueden ser más determinantes.
- Las capacidades a las que los emprendedores les atribuyeron mayor importancia son aquellas relacionadas a la planificación estratégica, comunicación, ventas y gestión de inventarios.
- Las capacidades que a criterio de los emprendedores no tienen mayor importancia en la gestión de sus negocios son aquellas relacionadas al pronóstico de la demanda e investigación de mercados.
- De los 24 participantes 16 de ellos cuentan con estudios relacionados a la administración de empresas, existiendo así una proporción de 2/3.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las recomendaciones a tener en consideración en caso de que se decida llevar a cabo un estudio similar.

- Definir correctamente los objetivos del estudio y las principales variables que se tendrán en consideración, para este caso fue la perspectiva de los emprendedores respecto a distintas capacidades relacionadas a estudios en administración.
- Tener en cuenta las características propias de los negocios de manera que se pueda conformar una muestra homogénea que permita realizar una comparación con mayor objetividad.
- Considerar el tiempo de funcionamiento del negocio ya que este factor influye en la perspectiva que tienen los administradores. Para este estudio se tomó en cuenta negocios con al menos cuatro meses de funcionamiento al momento de recopilar este dato y que tuvieron seis meses cuando se llevó a cabo la encuesta principal.
- Contar con un tamaño de muestra lo suficientemente representativo preferiblemente mayor al que conformo parte de este estudio. Con el fin de obtener datos más representativos de este mercado en particular.
- De ser posible contactar directamente con los administradores del negocio al realizar la encuesta, ya que son ellos quienes realizan la toma de decisiones y se encargan directamente de la gestión.
- Redactar las encuestas de forma clara y concisa, haciendo énfasis en los puntos principales, de manera que estas puedan ser fáciles de interpretar y contestadas rápidamente.

BIBLIOGRAFÍA

Veintimilla, A. B. (28 de Noviembre de 2016). *¿Se establecerán 'food trucks' en Quito?*

. Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/sabores/foodtrucks-quito-municipio-permisos-agenciametropolitanadecontrol.html>

Veintimilla, A. B. (27 de Diciembre de 2016). *El 2016 fue año de los 'food trucks'.*

Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/tendencias/food-trucks-comida-calles-plazas.html>

El Telégrafo. (31 de Marzo de 2017). *La normativa municipal sobre los food trucks no tuvo efecto en Quito.* Obtenido de Sitio web de El Telégrafo:

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/la-normativa-municipal-sobre-los-food-trucks-no-tuvo-efecto-en-quito>

El Telégrafo. (31 de Mayo de 2017). *La Alcaldía de Quito reduce la oferta de espacios para food trucks.* Obtenido de Sitio web de El Telégrafo:

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/la-alcaldia-de-quito-reduce-la-oferta-de-espacios-para-food-trucks>

Guerrero, A. (10 de Junio de 2017). *De 30 inscritos, solo 15 se presentaron al sorteo de plazas de 'food trucks'.* Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/inscritos-sorteo-espacios-quito-foodtrucks.html>

Pacheco, M. (10 de Octubre de 2016). *Municipio de Quito emite regularización para los 'food trucks'.* Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/municipio-quito-tramite-legalizar-foodtrucks.html>

Veintimilla, A. B. (28 de Noviembre de 2016). *Plazas con toque gastronómico*.

Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/sabores/plazas-toque-gastronomico-quito-foodtrucks.html>

Gonzales, P. C. (9 de Mayo de 2017). *El modelo de negocio de los 'food trucks' migró a los 'food parks'*. Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocio-foodtrucks-plazas-economia-gastronomia.html>

Veintimilla, A. (7 de Julio de 2016). *Un Container Park comestible en Cumbayá*.

Obtenido de Sitio web de El Comercio:

<http://www.elcomercio.com/sabores/container-park-comestible-abre-cumbaya.html>

ESPAE-ESPOL. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador -2015*. Guayaquil: Offset Abad.

Hernández, R., & Fernández, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: INTERAMERICANA Editores S.A.

El Telégrafo. (11 de Junio de 2017). *Municipio de Quito asignó 28 espacios*

intermitentes para los food truck . Obtenido de Sitio web de El Telégrafo:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/municipio-de-quito-asigno-28-espacios-intermitentes-para-los-food-truck>

ANEXO A. CENTRAL CONTAINERS PLAZA

Ubicación en el mapa:



Dirección: Av. Gonzales Suarez entre Muros y Larrea



ANEXO B. LA PRADERA FOOD GARDEN

Ubicación en el mapa:



Dirección: Av. De la República y Pradera



ANEXO C. BOHO PARK

Ubicación en el mapa:



Dirección: José Villalengua y Núñez de Vela



ANEXO D. CONTAINERS PARK LA REPUBLICA

Ubicación en el mapa:



Dirección: Av. De la República y Francisco Hernández Girón



ANEXO E. PAMBAYA PLAZA GASTRONOMICA

Ubicación en el mapa:



Dirección: Av. Pampite entre Rodríguez y Robles (Cumbayá)



ANEXO F. EJEMPLO ENCUESTA DE RECOPIACION DE DATOS (2.1.3)

Encuesta de recopilación de datos

Objetivo: Recopilar información acerca de este tipo de locales para integrar un grupo que sea parte de un estudio que busca conocer el criterio de los emprendedores respecto a la importancia que tienen los estudios relacionados a administración de empresas.

De antemano agradecemos por su colaboración.

Favor responder a las siguientes preguntas:

Nombre del negocio... *Típico de Vos* Encuesta N°... *1*

- ¿Cuánto tiempo lleva de funcionamiento el negocio?
..... *1 Año*
- ¿Cuál es su horario de atención?
..... *12:00 - 23:00*
- ¿Qué tipo de comida en general ofertan a los consumidores?
..... *Comida Típica - Ecuador*
- ¿Cuáles son los productos que se venden con más frecuencia?
..... *Fritada*
- ¿Cuál es su rango de precios?
..... *H. 3,00 - H. 8,50*
- ¿Cuál estimaría que es el rango de edad de la clientela habitual?
..... *25-70 años*
- De acuerdo a su perspectiva ¿Cómo describiría el nivel de clientes y ventas actual del negocio, entre bajo, medio o alto?
..... *Alto*
- ¿Desea participar en la siguiente fase del estudio relacionada al nivel de importancia que el o los administradores le otorgan a los estudios y habilidades en ciencias administrativas?
..... *Si*
- Favor indicar una dirección de correo electrónico
..... *analizavila@gmail.com*

Fuente: Elaboración propia del autor

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrxc3...>

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la gestión de un emprendimiento tipo "container" o "food truck" ubicados en plazas gastronómicas

El objetivo es recopilar información respecto al criterio que tienen los administradores del negocio respecto a las distintas capacidades que implica la gestión de los mismos. De antemano agradecemos por su interés y participación.

Nombre del negocio *

Figlioli

Cuestionario

Favor responder a las siguientes preguntas marcando la casilla que corresponda al nivel de concordancia que existe entre su criterio personal y los diferentes enunciados de cada numeral.

1. El emprendedor debe conocer las bases de contabilidad básica.

*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrxc3...>

2. El emprendedor debe conocer finanzas básicas para el negocio.

*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. El emprendedor debe interpretar correctamente los principales indicadores financieros que se derivan de los estados financieros.

*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. El emprendedor debe ser capaz de realizar un pronóstico presupuestario para el negocio. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrx3...>

5. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan estratégico para su negocio. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. El emprendedor debe ser capaz de fijar indicadores que le permitan medir el desempeño del negocio en términos de eficacia y eficiencia. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. El emprendedor debe conocer cómo se realiza el proceso de gestión del talento humano. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrxc3...>

8. El emprendedor debe poseer habilidades de comunicación y liderazgo para la gestión adecuada del talento humano. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. El emprendedor debe conocer y mantenerse actualizado respecto a la normativa existente en el código del trabajo. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. El emprendedor debe ser capaz de realizar un plan de marketing para el negocio. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrx3...>

11. El emprendedor debe ser capaz de realizar una investigación de mercado. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. El emprendedor debe conocer estrategias de negociación y venta para ser aplicadas en los procesos que involucran a clientes y proveedores. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. El emprendedor debe ser capaz de implementar un modelo para la gestión del inventario. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrxc3...>

14. El emprendedor debe ser capaz de utilizar técnicas estadísticas para pronosticar la demanda del negocio. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. Considera usted que un emprendedor tiene mejores oportunidades de tener éxito en su negocios si tiene estudios en administración de empresas y cuenta con las capacidades mencionadas en las preguntas anteriores del cuestionario. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. Posee el emprendedor o emprendedora estudios relacionados a la administración de negocios: *

- Si
- No

ANEXO G. EJEMPLO ENCUESTA BASE DEL ESTUDIO (3.1.4)

Importancia de los estudios en ciencias administrativas para la ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Rriyo6rnEgwqU9wOSTrxc3...>

De ser su respuesta afirmativa, favor indique el tipo (ejemplo:
administración, marketing, contabilidad, comercial, etc.)

Economía empresarial y neuromarketing

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

7 de 7

8/1/18 5:29 p. m.

Fuente: Formularios Google, elaboración propia del autor.