

Universidad ESAN



**“LA INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA CIUDAD DE
AREQUIPA”**

Tesis presentada como requisito para obtener el grado de Magíster en
Organización y Dirección de Personas por:

BUSCAGLIA ANTUÑANO, ANDRÉ DAVID
ESPINOZA GUTIÉRREZ, HÉCTOR ALONSO
RIVERA PINTO, STEPHANIE DELIA
ZAVALA DÍAZ, TONY JACK

Arequipa, 21 de julio del 2017

Esta tesis

“La intención de emprendimiento en la ciudad de Arequipa”

Ha sido aprobada.

.....

.....

.....

Oswaldo Morales (Asesor)

Universidad ESAN

2017

DEDICATORIA

A mi abuela Lucila, que desde el cielo guía mis pasos.

André Buscaglia Antuñano

Agradezco a mis padres por la confianza y su incondicional apoyo prestado a través del tiempo y el ejemplo de perseverancia y constancia que siempre los caracterizaron.

Stephanie Rivera Pinto

A mi madre, por su infinito amor, comprensión y por ser la luz que da sentido a mi vida.

Tony Jack

A Dios todopoderoso por todos los dones que amorosamente me ha entregado, a mis padres Héctor e Isabel por su amor incondicional, a mis hermanos Julio y Paola por su amor y admiración.

Héctor Alonso Espinoza Gutiérrez

INDICE

DEDICATORIA	2
INDICE	3
INDICE DE IMÁGENES	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
INDICE DE TABLAS	7
PERFILES PROFESIONALES	8
RESUMEN EJECUTIVO	18
INTRODUCCIÓN	20
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.1 Planteamiento del Problema.....	23
1.2 Objetivos de la Investigación	24
1.2.1 Objetivo primario:	24
1.2.2 Objetivo secundario:	24
1.3 Justificación del Estudio.....	25
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	26
2.1 Antecedentes del Estudio	26
2.1.1 Emprendimiento.....	26
2.1.2 Emprendimiento mundial.....	32
2.2 Bases Teóricas.....	38
2.2.1 Teoría de acción razonada.....	38
2.2.2 Teoría del comportamiento planeado.....	39
CAPITULO III: METODOLOGÍA	49
3.1 Tipo de investigación	49
3.1.1 Fuentes primarias.....	49
3.1.2 Información secundaria	49
3.2 Descripción del Ámbito de la Investigación	50
3.3 Población y Muestra.....	50
3.4 Instrumento para la Recolección de Datos	50
3.5 Fiabilidad y Validez del Instrumento	52

3.6	Análisis Estadístico de la Muestra.....	52
3.6.1	Matriz de componente rotado.....	52
3.6.2	Fiabilidad.....	54
3.7	Plan de Recolección y Procesamiento de Datos.....	55
3.8	Limitaciones	56
CAPITULO IV: RESULTADOS.....		57
4.1	Primer Modelo	57
4.2	Segundo Modelo	58
4.3	Tercer Modelo.....	59
4.4	Cuarto Modelo	60
4.5	Pregunta: Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿a qué actividad estaría relacionada?.....	61
CONCLUSIONES		62
RECOMENDACIONES		63
REFERENCIAS		64
ANEXO.....		69

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Teoría de Acción Razonada	38
Imagen 2: Teoría del Comportamiento Planeado	41
Imagen 3: Influencia de la NS en AP y CCP	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Región Arequipa: Valor Agregado Bruto (VAB) según Actividad Económica, 2011	36
--	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución del concepto de emprendedor	27
Tabla 2: Características del emprendedor.....	30
Tabla 3: Categorías referentes a la conducta o actitud del emprendedor	31
Tabla 4: Creación de Empresas 2012	37
Tabla 5 Predicción de Intención (I) desde la actitud del comportamiento (AP), Norma Subjetiva (NS) y Control del Comportamiento Percibido (CCP).....	42
Tabla 6 Comparación de estudios de intención emprendedora con Teoría del Comportamiento Planeado.....	48
Tabla 7: Enfoque de las preguntas del Cuestionario	51
Tabla 8: Matriz de componente rotado.....	53
Tabla 9: Coeficientes del primer modelo	57
Tabla 10: Coeficientes del segundo modelo	58
Tabla 11: Coeficientes del tercer modelo	59
Tabla 12: Coeficientes del cuarto modelo	60
Tabla 13: Resultados de la pregunta: Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿A qué actividad estaría relacionada?.....	61

PERFILES PROFESIONALES

ANDRE DAVID BUSCAGLIA ANTUÑANO

Magister en organización y dirección de personas de ESAN. Magíster en administración de ESAN. Ingeniero industrial egresado de la UNSA. Especialista en gestión de recursos humanos, con experiencia en empresas mineras.

FORMACIÓN

2015 – 2017 Universidad ESAN.

Magister en organización y dirección de personas.

2012 – 2015 Universidad ESAN.

Magister en administración.

2014 – 2015 Universidad ESAN.

Mención en Dirección General

2014 HayGroup.

Programa de especialización en recursos humanos.

2011 Escuela de Negocios San Francisco Xavier.

Programa internacional en gestión de recursos humanos y promoción del talento.

2010 – 2011 INTERCADE – Instituto Interamericano de Capacitación y Desarrollo.

Diplomado en gestión del recurso humano en la minería.

2009 Universidad Católica Santa María - Centro de Altos Estudios en Investigación Desarrollo y Gestión Ambiental.

Especialización profesional en sistema integrados de gestión y auditoria de calidad, ambiente, seguridad, higiene y salud ocupacional.

2009 – 2010 Universidad Católica San Pablo.

Programa de especialización y desarrollo en gestión del talento humano.

2003 – 2007 Universidad Nacional de San Agustín, Facultad de Producción y Servicios, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial–UNSA.

Ingeniero Industrial.

EXPERIENCIA

2009- 2017

Compañía Minera Antapaccay S.A Empresa minera productora concentrado de cobre.

Cargo: Supervisor de administración de personal (2014 -2017)

Coordinador de administración de personal (2014)

Analista de recursos humanos (2011 - 2014)

Asistente de recursos humanos (2010 - 2011)

Practicante de recursos humanos (2009 - 2010)

Funciones:

Supervisar los procesos de administración de personal: contratación de personal, vacaciones, movimientos de personal, cese de personal, documentos laborales.

Reportar a Payroll las incidencias del personal: faltas, sanciones, permisos, horas extras, etc.

- Gestionar los indicadores de recursos humanos: dotación, ausentismo, rotación, capacitación, selección, GRI, etc.
 Elaborar y gestionar el presupuesto de personal de la empresa.
 Gestionar el presupuesto de la gerencia de recursos humanos
 Gestionar el plan estratégico de la gerencia de recursos humanos
 Gestionar la SGC de la gerencia de recursos humanos como RAD.
- 2009** **BS Grupo S.A.C.** Empresa de capacitación empresarial
 Puesto: Becario de Marketing – Investigación y Desarrollo
 Funciones:
 Investigar y desarrollar mejoras para los programas de capacitación ofertados por la empresa.
 Diseñar programas de capacitación según las necesidades de los clientes.
 Gestionar investigaciones de mercado de programas de capacitación.
 Gestionar certificaciones internacionales para los programas de capacitación ofertados por la empresa.
- 2008** **Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.** Empresa minera productora de cátodos y concentrado de cobre.
 Puesto: Practicante de capacitación – operaciones mina
 Funciones:
 Coordinar y ejecutar las actividades de capacitación dirigidas al personal de la superintendencia de operaciones mina.
 Elaborar paquetes de entrenamiento para los diferentes equipos mineros que dispone el área: palas, camiones, tractores de oruga y ruedas.
 Elaborar el rol de turnos para el personal.
 Elaborar el reporte mensual de indicadores de la superintendencia de operaciones mina (capacitación, seguridad, medio ambiente, producción)

Cursos

2014 ESADE – ESAN

Innovación y liderazgo.

2013 DHO Consultores

Efectividad personal.

2013 Qualitas Consultores

Planificación del sistema de gestión de la calidad.

2013 Gerens – Escuela de Post Grado

Efectividad personal y administración del tiempo para el personal de recursos humanos

2011 Universidad Católica San Pablo

Balanced Scorecard - Aplicaciones en gestión del capital humano.

2010 UPC División Empresarial y de Liderazgo

Presentaciones efectivas.

2010 Estudio Miranda & Amado Abogados

Legislación laboral

2010 Pontificia Universidad Católica del Perú – CENTRUM

Negociaciones.

2010 Escuela de Formación Continua

Desarrollo de habilidades directivas.

HÉCTOR ALONSO ESPINOZA GUTIÉRREZ

Magister en Organización y Dirección de Personas por la Universidad ESAN. Bachiller en Derecho por la Universidad San Pablo y con estudios en Educación por la Universidad Peruana Cayetano Heredia. Profesional en Recursos Humanos. Se ha desempeñado en actividades relacionadas a los Recursos Humanos, a la Responsabilidad Social Corporativa y Ciudadana y a la Educación.

FORMACIÓN

2015 – 2017 Ecole Supérieure de Commerce de Clermont-Ferrand
Máster (c.) Europeo en Recursos Humanos

2015 – 2017 Universidad ESAN.
Magister en organización y dirección de personas.

2016 - Universidad ESAN.
Diplomado en Gestión de Recursos

2016 - IESE – Universidad de Navarra
Programa enfocado Negociar con eficacia y creatividad.

2014 - Universidad Católica San Pablo
PED (Programa de Especialización y Desarrollo) en Gestión del Talento Humano.

2012 – 2014 Universidad Peruana Cayetano Heredia
Estudios en Licenciatura en Educación.

2005 – 2011 Universidad Católica San Pablo
Bachiller en Derecho.

EXPERIENCIA

2014 – 2017 INCA TOPS S.A. Empresa Textil productora hilos, tops y slivers.
Jefe de Recursos Humanos (2016 - 2017)
Asistente de Relaciones Industriales (2014 – 2015)

2013 – 2015 INSTITUTO DEL SUR Instituto Superior Tecnológico
Profesor en el Diplomado de Liderazgo empresarial Católico en los cursos: La aportación de la Empresa a la Sociedad, Pacto Mundial, Responsabilidad Social Empresarial, GRI e ISO 26000, Clima Organizacional y Trabajo de Investigador.

- 2012 - 2014** **Centro de Liderazgo para el Desarrollo de la Universidad Católica San Pablo.** Centro dedicado a la capacitación y formación de Profesionales en temas de Liderazgo.
Trainer y coach corporativo.
- 2012 - 2013** **Enseña Perú.** Organización sin fines de lucro dedicada a la mejora de la educación pública escolar.
Profesor público en el Colegio Miguel Grau de Matarani, quinto, cuarto y segundo de primaria en el curso de Comunicación.
- 2013 -** **Microsoft Perú.** Empresa dedicada a la creación y comercialización de software.
Pasante en el área de Citizenship Corporate, integrante del Proyecto para la obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable, otorgado por Perú 2021.
- 2011-** **Cámara de Comercio e Industria de Arequipa y Centro de Estudios Católicos.** Organizaciones dedicadas al desarrollo empresarial y de la cultura.
Director General de la Comisión Organizadora del CARA 2011.
- 2010-** **Cámara de Comercio e Industria de Arequipa y Centro de Estudios Católicos.** Organizaciones dedicadas al desarrollo empresarial y de la cultura.
Coordinador Académico del CARA 2010.
- 2010-** **Conferencia Anual de Ejecutivos.** Organización Empresarial dedicada a la promoción empresarial y el desarrollo del Perú.
Facilitador de los Talleres "Facilidad para hacer negocios" y "Reforma del Mercado Financiero".

CURSOS

- 2012** **Universidad Peruana Cayetano Heredia**
Práctica Docente I
Psicología del Aprendizaje
Psicología del Desarrollo Humano
Teorías y Corrientes Educativas
- 2011** **Universidad Católica San Pablo**
Diplomado en Historia del Perú: Política, sociedad y cultura en el Antiguo Régimen.

Diplomado en Liderazgo y Dirección de Equipos.

2008 Universidad Católica San Pablo
Especialización en Derecho Minero y Ambiental.

Minor en Periodismo.

STEPHANIE DELIA RIVERA PINTO

Magister en organización y dirección de personas de ESAN. Administrador de Empresas egresado de la Universidad Católica de Santa María. Orientado a la gestión de recursos humanos, con experiencia en empresas financieras.

FORMACIÓN

2015 – 2017 Universidad ESAN.

Magister en organización y dirección de personas.

2013 – 2014 Universidad Nacional de San Agustín.

Segunda Especialidad en Recursos Humanos

2014 Universidad ESAN.

Diplomado de gestión del potencial humano, Nuevas tendencias.

2011 Pro Avance S.A.C.

Diplomado de Gestión Estratégica de Recursos Humanos

EXPERIENCIA

2014- 2017

Caja Municipal de Arequipa Empresa financiera líder en el sistema de cajas municipales.

Cargo: Supervisor de administración de personal (2014 -2017)

Funciones:

Responsable de la realización, coordinación y charla de Inducciones del personal nuevo, también tramites respectivos a inducción en ascensos, traslados, así como también de las capacitaciones internas y externas para todo el personal de la caja en todas las sedes a nivel del país.

Manejo de presupuestos por áreas para dichas capacitaciones, reportes mensuales, semestrales y trimestrales.

Medición de la efectividad de las capacitaciones, así como apoyo en distintos proceso de clima laboral.

Manejo de presupuestos por áreas para dichas capacitaciones, reportes mensuales, semestrales y trimestrales, medición de la efectividad de las capacitaciones, así como apoyo en distintos proceso de clima laboral.

Elaboración, seguimiento de proyectos de inducción, desempeño y sucesión.

2012-2013

Caja Municipal de Arequipa Empresa financiera líder en el sistema de cajas municipales.

Puesto: Apoyo administrativo / Área de Riesgos de Mercado.

Funciones:

Apoyo administrativo al analista de riesgos de mercado

Elaboración de documentos propios de esta área, así como documentos requeridos por la SBS.

2009-2012

CSM Asesores S.A.C. – EGASA

Puesto: Asistente de Recursos Humanos

Funciones:

Ejecutar planes y programas pertinentes a la administración el personal, aplicando técnicas administrativas relacionadas con la gestión de recursos humanos

Ejecutar programas para la mejora del clima laboral aplicando diferentes métodos.

Ejecutar sistemas de capacitación, inducción y entrenamiento al personal buscando su logro profesional dentro de la institución, solución de problemas relacionado con el personal y su ambiente laboral, elaboración de contratos, reclutamiento y selección de personal.

2007-2009

Banco de Crédito del Perú Empresa líder en el sistema financiero

Funciones:

Brindar atención personalizada a los clientes en ventanilla, orientándolos a realizar las distintas operaciones bancarias, ofreciéndoles distintos productos del banco y siempre manteniendo la mejor calidad que los caracteriza.

Cursos

2016

Curso Gestión Internacional de Recursos Humanos- ESADE- Barcelona- España. Seminario Innovación y Desarrollo Organizacional- Universidad Externado de Colombia.

TONY JACK ZAVALA DIAZ

Magister en organización y dirección de personas de ESAN. Relacionista Industrial egresado de la Universidad Nacional de San Agustín con experiencia en la gestión del talento humanos en la industria minera.

FORMACIÓN

2015 – 2017 Universidad ESAN.

Magister en organización y dirección de personas.

2008 – 2008 Universidad Nacional de San Agustín

Segunda Especialidad en Ingeniería Informática

2001 – 2006 Universidad Nacional de San Agustín

Licenciado en Relaciones Industriales

EXPERIENCIA

2010- 2017 Sociedad Minera Sociedad Cerro Verde. Empresa minera productora cátodos y concentrado de cobre.

Cargo:

Analista de Desarrollo de Personal (2014 -2017)

Analista Junior de Desarrollo de Personal (2010- 2013)

Funciones:

Gestión e-learning (creación de plataforma, gestión de contenidos, administración y reporte).

Elaboración y desarrollo de plan anual de Desarrollo y Capacitación (Nivel operativo y ejecutivo).

Gestión de Programa de capacitación D.S. 024

Desarrollo de reportes e indicadores de gestión.

Gestión de Evaluación del desempeño.

Responsable temporal de procesos de Selección y Compensaciones.

Responsable temporal de procesos de Administración de Personal.

2009 Southern Peru Cooper Corporation. Empresa minera productora cátodos y concentrado de cobre.

Puesto: Becario Recursos Humanos

Funciones:

Implementación del Sistema de Competencias Técnicas y Corporativas.

Detección de Necesidades de Capacitación, gestión de capacitación en base a competencias.

Administración de Organigramas, planes de sucesión, identificación de personal crítico y clave.

Creación de eventos de entrenamiento basados en multimedia.

Gestión de Indicadores de Competencias y RR.HH.

2007 - 2009 **Xstrata Tintaya** Empresa minera productora de concentrado de cobre.
Puesto: Practicante de recursos humanos
Funciones:
Apoyo como coordinador de Gestión de Calidad ISO 9001:2000
Elaboración de procedimientos de Recursos Humanos.
Elaboración de los Job Descriptions en todas las áreas de la empresa.
Soporte en las Selecciones Masivas.
Administración de Indicadores de Gestión y Desempeño (RR.HH.).
Elaboración de Bases de Datos (Censo Laboral, Perfiles de Puestos).
Administración de Horas Extras, Vacaciones, Files de personal.

Cursos

2016

Curso Gestión Internacional de Recursos Humanos- ESADE- Barcelona- España. Seminario Innovación y Desarrollo Organizacional- Universidad Externado de Colombia.

2014

Curso Seleccionando a los Mejores – Metodología Hay Group.

Simposio Internacional de Recursos Humanos

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis tiene como objetivos conocer la intención de emprendimiento, conocer los factores que explican la intención de emprendimiento e identificar las actividades empresariales que cuentan con la mayor predisposición para concretar un emprendimiento en la ciudad de Arequipa. Para este fin se ha utilizado el cuestionario propuesto por Francisco Liñán y Yi- Wen Chen de su publicación “Desarrollo y aplicación intercultural de instrumentos específicos para medir las intenciones de emprendimiento”, instrumento que se sustenta en la teoría de comportamiento planeado (Fishbein & Ajzen, 1975).

De la revisión del marco teórico se ha desarrollado los elementos que conforman la teoría del comportamiento planeado, los cuales son: la actitud personal, la norma subjetiva y el control conductual percibido. Además, se han revisado algunos estudios empresariales en los cuales se ha aplicado la teoría del comportamiento planeado. Finalmente, se ha revisado la situación del emprendimiento a nivel mundial, nacional y local.

La investigación se ha desarrollado de acuerdo a los parámetros de la investigación descriptiva; se aplicó un cuestionario a 384 personas residentes de la ciudad de Arequipa, el instrumento consistió en 21 preguntas que tenían como objetivo conocer y medir los factores que explican la intención de emprendimiento.

Los resultados de la investigación son los siguientes:

- La intención de emprendimiento es explicada en un 50.0% por la actitud personal, la norma subjetiva y el control conductual percibido de manera conjunta.
- La intención de emprendimiento es explicada en un 31.0% por la actitud personal.

- La intención de emprendimiento es explicada en un 16.0% por la norma subjetiva.
- La intención de emprendimiento es explicada en un 36.0% por el control conductual percibido.

Finalmente, a través de las respuestas de las personas que han contestado el cuestionario se ha determinado que las tres actividades económicas en las cuales se muestra una mayor intención de emprendimiento son: servicios turísticos con 15.4%, consultoría y asesoría con 15.1% y servicios de comida con 14.3%, situación que se condice con las fuentes de información secundaria que se han revisado.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Arequipa ha atravesado por una serie de cambios en su estructura social, cultural, política y económica, dichas circunstancias han conseguido cambiar la fisonomía de la ciudad de Arequipa en los últimos años (Ministerio de la Producción, 2014). El desempeño de la actividad económica de la ciudad ha permitido que se constituya en un polo de desarrollo relevante a nivel nacional.

El factor humano tiene una importante relevancia en la situación antes descrita, en Arequipa metropolitana habitan aproximadamente un millón de personas quienes por medio de su trabajo hacen posible la mejora económica de nuestra ciudad. Sin embargo, a pesar de ser una ciudad con distintas opciones de trabajo gracias al desarrollo de distintas actividades, no puede cubrir y otorgar empleo a la totalidad de habitantes y de esta manera ellos mismos buscan distintas formas de subsistir económicamente, para lo cual recurren a la creatividad para obtener recursos económicos.

El emprendimiento se manifiesta de distintas maneras y de forma cotidiana, esto influye a que cada individuo emprendedor llegue al proceso de descubrir, evaluar y explotar oportunidades para ingresar al mercado nuevos productos y servicios.

El objetivo primario de nuestra investigación es conocer la intención de emprendimiento en la ciudad de Arequipa y como objetivos secundarios de la investigación está conocer los factores determinantes de la intención de emprendimiento y las actividades empresariales en las cuales puede existir una mayor intención de emprendimiento.

Consideramos que los resultados obtenidos en nuestra investigación pueden ser de utilidad a las instituciones públicas y privadas relacionadas al emprendimiento en la ciudad de Arequipa. Para tal fin, en la tesis se ha utilizado el cuestionario propuesto por Francisco Liñán y Yi- Wen Chen (Liñán & Chen, 2009), en su publicación “Desarrollo y aplicación intercultural de instrumentos específicos para medir las intenciones de emprendimiento”, basado en la teoría del comportamiento planeado, que busca conocer cómo el entorno tiene influencia sobre la conducta de los individuos en cuanto a la intención de emprender.

El primer capítulo la investigación corresponde al planteamiento del problema, los objetivos primarios y secundarios y la justificación del problema.

El segundo capítulo correspondiente al marco teórico versa sobre el concepto de emprendimiento, tipos de emprendimiento y características del emprendimiento las cuales han sido abordadas desde las diferentes perspectivas de distintos autores que han investigado sobre el tema. Luego en este capítulo se analiza también la situación del emprendimiento a nivel mundial, en el Perú y en la ciudad de Arequipa. Asimismo, en este capítulo se desarrolla los fundamentos teóricos de la teoría de comportamiento planeado y su aplicación en estudios empresariales.

El tercer capítulo versa sobre la metodología utilizada en la tesis. Se ha utilizado el cuestionario propuesto por Francisco Liñán y Yi- Wen Chen (Liñán & Chen, 2009). En el mencionado capítulo se determina el tipo y nivel de investigación, fuentes primarias y secundarias de información, descripción del ámbito de la investigación, población, muestra y el instrumento para la recolección de datos. Además, se muestra la fiabilidad y validez del

instrumento, el análisis estadístico de la muestra y el plan de recolección y procesamiento de datos.

El cuarto capítulo trata sobre los resultados de la investigación, donde se mostrará el análisis de las regresiones obtenidas de la relación de las distintas variables que intervienen en el estudio.

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

Se calcula que existe 3 millones de empresas en el Perú, de las cuales el cincuenta por ciento es informal, dichas empresa se clasifican en pequeñas empresas cuyas ventas llegan a 150 UITs (Unidad Impositiva Tributaria), pequeña empresa cuyas ventas van de 150 a 1700 UITs, mediana empresa cuyo importe por ventas van de 1700 a 2300 UITs y gran empresa cuyas ventas van de 2300 a más UITs (Ministerio de la Producción, 2016).

El desarrollo económico de los próximos años estará signado por un menor crecimiento de la economía china y un mejor desempeño de las economías de Europa y Estados Unidos. Además los expertos concuerdan que en el Perú existen muchas potencialidades para crear nuevas empresas, pero dichas potencialidades exceden al número de personas preparadas para concretarlas. Una mínima parte de ciudadanos saben fundar y dirigir una empresa, por ende, la deficiente capacidad del capital humano genera una alta mortalidad de los nuevos negocios. Los expertos han determinado que la educación primaria, secundaria y superior no estimulan el emprendimiento, inclusive la educación terciaria o superior no ofrece oportunidades de desarrollo a los estudiantes con inquietudes emprendedoras, dado que los currículos enfatizan la dirección y gestión de empresas en detrimento de la creación de nuevas empresas (Seminario, Sanborn, & Alva, 2014).

Existen una serie de programas gubernamentales para fomentar el emprendimiento en el país, tales como: Bono Emprende-Perú, dirigido a fomentar el emprendimiento personas

entre 18 y 35 años que cuenten con secundaria completa; Mi Empresa, impulsa la mejora de la competitividad de las micro y pequeñas empresas para que se desarrollen nuevos emprendimientos; MYPE Competitiva, programa en el cual se dan bonos para financiar servicios de asesoría empresarial. Existen también programas relacionados a la inserción financiera, al turismo rural y agroturismo que buscan impulsar emprendimiento (Seminario, Sanborn, & Alva, 2014).

Desde la perspectiva local, en el año 2016, Arequipa contaba con más de 191 Centros de Educación Técnico-Productiva (CETPROs), según el Ministerio de Educación (MINEDU), la mayoría de ellos son privados. Estas instituciones tienen como misión principal promover una cultura emprendedora que promueva que sus egresados se inserten en la población económicamente activa, quienes además deberán ser capaces de crear sus propios empleos (Ministerio de la Producción, 2014).

La intención empresarial es un tema que requiere mucha atención debido a que el emprendimiento está siendo reconocido popularmente como uno de los principales factores que permite transformar y mejorar la realidad económica y bienestar de los ciudadanos.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo primario:

- Conocer la intención de emprendimiento en la ciudad de Arequipa.

1.2.2 Objetivo secundario:

- Conocer los factores que explican la intención de emprendimiento.

- Identificar las actividades empresariales con mayor intención de emprendimiento.

1.3 Justificación del Estudio

El aporte de esta tesis servirá para que las entidades públicas y privadas relacionadas al emprendimiento puedan implementar acciones y políticas específicas que permitan materializar nuevos negocios y brinden oportunidades laborales a la población, sobre todo a los segmentos vulnerables como los jóvenes recién egresados de las universidades e institutos.

La educación es un factor que influye positivamente en el desarrollo de las empresas. Se conoce que el currículo nacional de educación básica regular no cuenta con cursos de formación empresarial. Una educación con contenidos relacionados al emprendimiento, contribuiría al éxito de los micro negocios, por lo que las personas tendrían mejores recursos para concretar sus emprendimientos (Yamada, 2009).

La contribución académica de nuestra investigación está orientada a fomentar el conocimiento sobre la intención, sus factores y el emprendimiento con el objetivo de fortalecer la cultura de emprendedora, así mismo, aplicar la teoría de comportamiento planificado de la intención de emprendimiento en la ciudad de Arequipa.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del Estudio

2.1.1 Emprendimiento.

El economista Richard Cantillon en su libro: Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, menciona por primera vez el término en francés emprendedor (Entrepreneur) que significa *pionero* (Cantillon, 2011). El término emprendedor está relacionado esencialmente hacia una persona de negocios que administra una empresa en grados de incertidumbre donde tiene conocimientos de los gastos más no de los ingresos.

Peter Drucker, considerado el mayor filósofo de la administración, indica que una persona emprendedora es aquella que está en busca del cambio constantemente explorando sus diferentes oportunidades (Drucker, 1985).

Un considerable resumen sobre la evolución de los diferentes conceptos de emprendimiento es proporcionado por la Gerencia de Estrategia y Estudio de CORFO, Corporación de Fomento de la Producción de Chile. En la tabla 1 podemos apreciar los principales autores, así como también algunas acciones y estrategias propuestas por los mismos.

Tabla 1: Evolución del concepto de emprendedor

	AUTOR	RASGOS DE PERSONALIDAD	ACCIÓN	ESTRATEGIA
SIGLO XVIII	Bruslons y Savary (1726)	Determinado	Hacer y ejecutar una operación considerable y ardua	Actuar con resolución y empeño
SIGLO XIX	Say (1803)		Vincular los factores productivos	Aumentar la productividad
SIGLO XX	Schumpeter (1928)	Innovador	Crear un nuevo producto	Romper el status quo
DE FINES DEL SIGLO XX A COMIENZOS DEL SIGLO XXI	Druker (1985) De Viries y Shields Davison (2005) McKenzie, Ugbah y Smothers (2007)	Innovador Resiliente Definido e Innovador	Crear un producto	Explorar oportunidades económicas

Fuente: Unidad de Estudios, Corfo, 2014

Según la tabla 1 podemos tomar como comparación lo indicado por Schumpeter (1928) quien presenta una estrategia que busca romper el status quo y establece rasgos personales relacionados a la innovación, por otra parte McKenzie, Ugbah y Smothers (2007) indican una estrategia que busca explorar oportunidades económicas , establecen rasgos definidos e innovadores. Ambos autores presentan distintas orientaciones con relación al emprendimiento (Corporación de fomento de la producción, 2014).

2.1.1.1. Tipos de Emprendimiento.

Eliana Pessoa define los diferentes tipos de emprendimiento en tres grupos principales: emprendedor corporativo (emprendedor interno), emprendedor start up (quien crea nuevas empresas) y el emprendedor social (crea emprendimientos con una misión social) (Pessoa, 2005) .

- Emprendimiento corporativo: es determinado como un proceso que busca conocer nuevas oportunidades de negocios en aquellas empresas existentes.
- Emprendimiento start up: busca dar lugar a nuevos emprendimientos sustituyendo demandas existentes en el mercado.
- Emprendimiento social: Requiere el rediseño entre la comunidad, gobierno y sector privado buscando el fomento de la calidad de vida social, cultural, económica y ambiental.

El emprendimiento social difiere del espíritu empresarial es decir no produce bienes y servicios para la venta pero si para poder solucionar inconvenientes sociales (Pessoa, 2005).

Por otra parte según Bennett surgiere otro estilo de emprendedor que corresponde a:

- Eco emprendimiento: Abarca temas relacionados con el recojo de materiales reciclables y la transformación de los mismos, otra actividad es la transformación de envases plásticos que no necesiten mantenimiento, periódicos, restos de alimentos, entre otros.

- **Emprendimiento tecnológico:** Es considerado en el mundo académico como una búsqueda de mejores oportunidades en el ámbito digital y del conocimiento, que busca arriesgarse en el mercado, sus principales características son:
 - Adaptación con el mundo académico
 - Oportunidades en la economía digital
 - Predomina su cultura técnica
 - Falta de visión de negocios (Bennett, 1992)

Luego de revisar los tipos de emprendimiento, procederemos a analizar las características de los mismos.

2.1.1.2. Características del Emprendimiento.

Lopes y Souza en el 2005, utilizaron un instrumento para determinar el perfil de un emprendedor, los autores identificaron cuatro factores: realización, planificación, poder e innovación.

Dentro del análisis realizado, encontraron la existencia de factores compuestos: Prospección e innovación, gestión, persistencia y la existencia un factor denominado actitud emprendedora. (Lopes & Souza, 2005).

Muchos son los autores que plantean conceptos diferentes sobre el significado y enfoque del emprendimiento, en el estudio realizado Serje Schmidt y María Cristina Bohnenberger extraen distintas características comunes propuestas para el perfil de un emprendedor como muestra a continuación la tabla 2.

Tabla 2: Características del emprendedor

Características	Descripción
Auto-eficaz	Es un tipo de comportamiento que está compuesto por: tomar la iniciativa, organizar, organizar y reorganizar dispositivos sociales y económicos aceptando los riesgos que conlleven (Hisrich & Peters, 2004)
Asume riesgos calculados	Aquellos sujetos que busquen tener la certeza en todo lo que realizan será imposible que sean buenos en lo que vayan a emprender (Drucker P. F., 1986)
Planificador	Un emprendedor es aquel que tiene visión sobre lo que quiere lograr, imagina y define lo que busca y en la mayoría lo hace realidad (Filion, 2000)
Detecta Oportunidades	Persona que identifica y explora oportunidades de trabajo (Birley & Muzyka, 2001)
Persistente	Es la capacidad de trabajar intensamente en distintos proyectos de un entorno inseguro y sujeto a aquellas carencias sociales (Markman & Baron, 2003)
Sociable	En la actualidad los distintos empresarios son vistos como personas que asumen riesgos que buscan el crecimiento económico y ya no son vistos solamente como proveedores (Longenecker, Moore, & Petty, 1997)
Innovador	Carland, Hoy y Carland (1988) indican que el emprendimiento está constituido por cuatro elementos fundamentales: rasgos de personalidad, propensión a la innovación, riesgo y postura estratégica. (Carland, Hoy, & Carland, 1988)
Líder	A medida que un emprendedor examina la importancia del contacto personal con los demás, ellos buscan actuar rápidamente (Markman & Baron, 2003)

Fuente: (Schmidt & Bohnenberger, 2009)

Como podemos observar, las características propuestas por Serje Schmidt y María Cristina Bohnenberger buscan identificar el perfil de un emprendedor para apoyarse en temas de medición.

Por otra parte Jeffrey A. Timmons and Stephen Spinell plantean seis categorías referentes a la conducta relacionada con el emprendimiento, lo cual se detallara en la siguiente tabla 3 (Timmons & Spinell, 1994).

Tabla 3: Categorías referentes a la conducta o actitud del emprendedor

Categoría	Actitud o conducta
Compromiso y determinación	Tenacidad y capacidad de decisión Toma y cierre de compromisos con rapidez Disciplina Persistencia para resolver problema Disposición a sacrificarse personalmente
Liderazgo	Iniciativa Altos estándares, sin ser perfeccionista Construcción de equipos de trabajo y de héroes. Inspiración de otros Trata a otros como quieren que lo traten a él Comparte la riqueza con la gente que ayuda a crearla. Integridad y confiabilidad. Construcción de confianza. Práctica la filosofía del juego limpio. Excelente maestro y alumno. Paciencia y urgencia.
Obsesión de oportunidad	Conocimiento profundo de las necesidades de los clientes Impulso por el mercado Obsesión por la creación de valor
Tolerancia al riesgo, ambigüedad e incertidumbre	Toma riesgos calculados Minimiza riesgos Comparte riesgos Maneja paradojas y contradicciones Tolera la incertidumbre y falta de estructuras Tolera la presión y el conflicto Tiene habilidad para resolver problemas
Creatividad, adaptabilidad, autoconfianza	Pensamiento lateral Mente abierta. No acepta statu quo. Se adapta al cambio Soluciona con creatividad los problemas. Aprende con facilidad. No le teme a las fallas. Hábil para conceptualizar y trabajar detalles.
Motivación a la excelencia	Orientación a metas y a resultados Motivación al logro y al crecimiento Poca motivación al estatus y al poder Conoce sus fortalezas y debilidades Provee apoyo interpersonal

Fuente: (Timmons & Spinell, 1994)

Con las características expuestas por ambos autores, que en muchos casos son repetitivas y están ligadas entre sí, se puede manifestar que un emprendedor no posee características específicas.

2.1.2 Emprendimiento mundial.

2.1.2.1. *Emprendimiento a nivel mundial.*

De acuerdo al reporte del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el 2016 indica que a medida que los años transcurren el emprendimiento en los diferentes países a nivel mundial va creciendo, aproximadamente del 60% de personas adultas en las tres grandes economías mundiales, dos tercios creen que el emprendimiento se basa en la eficiencia al iniciar un negocio e indican que es una buena elección de carrera considerando así que esta se encuentra directamente relacionado con el factor emprendimiento.

Así mismo, en el mismo reporte indica que África es la región que reporta las actitudes más positivas hacia los temas empresariales, en el caso de las personas adultas consideran al emprendimiento como una buena elección de carrera, se cree también que los emprendedores son admirados por la sociedad. En América Latina y el Caribe solo un 63% de adultos consideran al espíritu empresarial como una carrera exitosa, mientras que en Europa se presenta la menor creencia con un 58%. A nivel regional las tasas de Actividad emprendedora en edad temprana impulsadas por factores como la innovación son más altas casi el doble en América Latina y el Caribe y África, de la misma manera Europa tiene las tasas más bajas.

Según el reporte del GEM del 2016 existen países que reaccionan al emprendimiento como un factor de eficiencia o innovación, en este caso Perú tiene un alto índice que relaciona el emprendimiento con factores de eficiencia a diferencia Puerto Rico a nivel América Latina (Global Entrepreneurship Monitor, 2016/17).

2.1.2.2. *Emprendimiento en el Perú.*

Como indica Edwin Bardales en su artículo escrito para el diario Gestión, en los años 90 el Perú atravesó una época de hiperinflación lo cual demandó algunos años para poder superarlo, esto generó por mucho tiempo que los habitantes de provincias migren a la capital buscando mejores oportunidades de desarrollo, pero la situación no resultó en todos los casos exitosa, es por ello que la creatividad peruana tomó mayor fuerza con la finalidad de subsistir en aquellos años. Es así como indica Bardales, el emprendimiento surge a través de las necesidades ya que se implementa de manera apresurada sin tener estudios previos o experiencia en el rubro, a la vez existen estudios que indiquen el éxito de dichos proyectos. En su mayoría los emprendimientos se enfocan en los sectores de comercio y servicio (Bardales, 2015).

En la actualidad se tiene el caso de la marca Renzo Costa una empresa peruana en prendas y artículos de cuero, la cual inició desde un contexto informal y ahora está ubicado en centros comerciales importantes en todo el Perú, con presencia también en Chile; de similar manera, se encuentra a Montalvo salón de belleza, la cual en estos días es una empresa sólida y con crecimiento considerable de franquicias a nivel nacional (Bardales, 2015).

En el informe ejecutivo de Global Entrepreneurship Monitor del 2011, se encontró que el Perú está en el tercer puesto en el mundo relacionado al mayor índice en actividad emprendedora temprana, por debajo de China y Chile. En este caso, Perú contiene una tasa emprendedora de 22.9% por lo cual podemos decir que uno de cada cinco peruanos realiza algún tipo de emprendimiento (Monitor, 2011).

El Perú es un país con mayores oportunidades para emprender negocios pero a la vez con mayor temor al fracaso, una de los principales puntos en los cuales debe centrarse el gobierno peruano es en la formalización de las pequeñas empresas, para lo cual debe buscar promover dicha formalización buscando marcos jurídicos amigables y dispersando la desconfianza existente hacia el gobierno, la informalidad genera que los peruanos en muchos casos no accedan a beneficios sociales entre otros (Global Entrepreneurship Monitor, 2011/12).

2.1.2.3. Emprendimiento en Arequipa.

De acuerdo al estudio realizado sobre el crecimiento de la Región Arequipa del Ministerio de Producción (Ministerio de la Producción, 2014), en Arequipa se encuentra un gran número de empresas familiares con poco interés en el desarrollo internacional. A la vez la región de Arequipa muestra una identidad que busca luchar contra el centralismo y ha mostrado gran capacidad empresarial para buscar nuevas oportunidades.

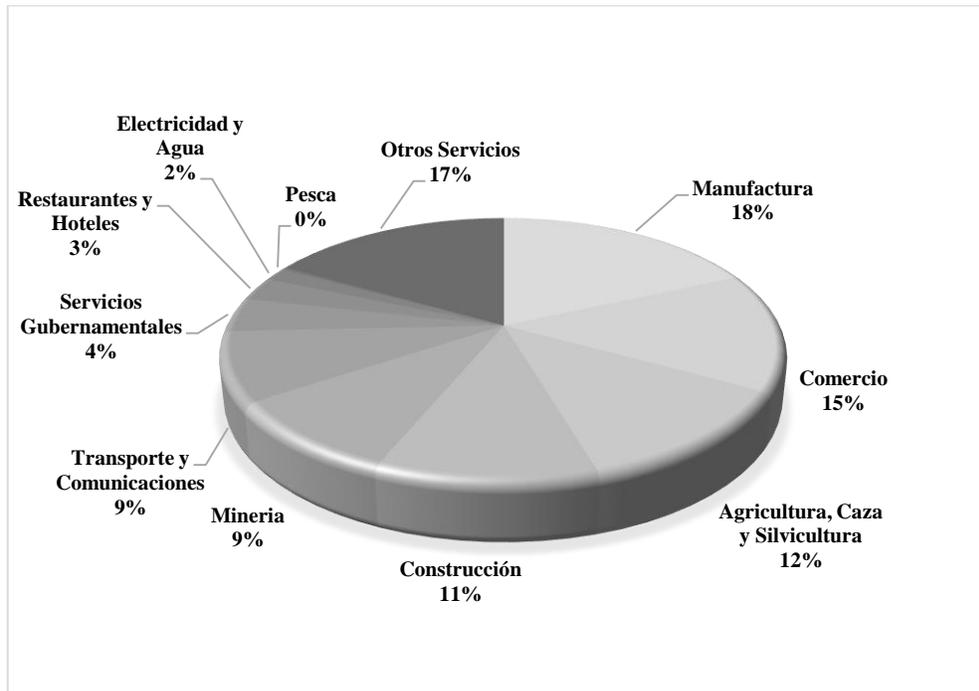
En el siglo XVIII surgió la industria del aguardiente, esto gracias al desarrollo de la actividad minera y de los pobladores de los valles de Majes y Vítor.

A fines del siglo XVIII, existió una sociedad que buscaba ampliar las distintas minas de la región, con la finalidad de buscar un mayor desarrollo en la ciudad (Ministerio de la Producción, 2014).

En el 2015 el Banco Interamericano de Desarrollo en su filial del Perú dio a conocer que los emprendedores arequipeños se encontraban dentro de los 100 emprendedores a nivel nacional con mayor desarrollo de empresas de alto rendimiento, quienes fueron elegidos entre 900 emprendedores peruanos quienes tenían como principal objetivo: solucionar y satisfacer sus distintas necesidades. Dichas empresas seleccionadas tuvieron la oportunidad de mejorar y promover sus negocios (Cobarrubia, 2015).

De acuerdo al diagnóstico del Observatorio Socioeconómico Laboral (OSEL) las actividades económicas más destacadas en la ciudad de Arequipa son la construcción y la minería aportando un 65.8% del valor agregado bruto, seguidas por la manufactura, el comercio, la agricultura, caza y silvicultura tal y como lo muestra en el siguiente gráfico (Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, 2011).

Gráfico 1: Región Arequipa: Valor Agregado Bruto (VAB) según Actividad Económica, 2011



Fuente: INEI – Producto Bruto Interno por Departamento 2001 - 2011

Entre el 2012 y el 2013 según el INEI se crearon empresas enfocadas principalmente en los sectores comerciales, servicios y de persona natural dentro de ellos destacan las microempresas como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 4: Creación de Empresas 2012

CATEGORÍA	2012	2013	VARIACIÓN	PORCENTAJE
Total empresas	90,691	100,070	10.30%	100.00%
Microempresa	87,331	96,067	10.00%	96.00%
Pequeña empresa	3,000	3,552	18.40%	3.55%
Mediana y gran empresa	360	451	25.30%	0.45%
Empresas manufactureras	8,682	9,371	7.90%	100.00%
Microempresa manufacturera	8,400	9,027	7.50%	96.33%
Pequeña empresa manufacturera	230	291	26.50%	3.11%
Mediana y gran empresa manufacturera	52	53	1.90%	0.57%
Empresas comerciales	43,797	47,661	8.80%	100.00%
Microempresa comercial	42,406	46,059	8.60%	96.64%
Pequeña empresa comercial	1,230	1,399	13.70%	2.94%
Mediana y gran empresa comercial	161	203	26.10%	0.43%
Empresas de servicios	33,160	37,574	13.20%	100.00%
Microempresa de servicios	31,896	35,979	12.80%	95.76%
Pequeña empresa de servicios	1,154	1,458	26.30%	3.88%
Mediana y gran empresa de servicios	110	137	24.60%	0.36%
Empresas constituidas como sociedad anónima	5,996	6,818	13.70%	100.00%
Microempresa constituida como sociedad anónima	5,087	5,719	12.40%	83.88%
Pequeña empresa constituida como sociedad anónima	723	879	21.60%	12.89%
Mediana y gran empresa constituida como sociedad anónima	186	220	18.30%	3.23%
Empresas registradas como persona natural	67,446	74,833	11.00%	100.00%
Microempresa registrada como persona natural	66,887	74,140	10.80%	99.07%
Pequeña empresa registrada como persona natural	541	666	23.10%	0.89%
Mediana y gran empresa registrada como persona natural	18	27	50.00%	0.04%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2013)

De acuerdo al reporte de INEI en el 2012 se crearon aproximadamente 90,691 empresas, a diferencia del 2013 donde el número ascendió a 100,070 empresas, en ambos años también se puede notar que se presentó una mayor preponderancia hacia la creación de empresas constituidas como sociedad anónima y las empresas de

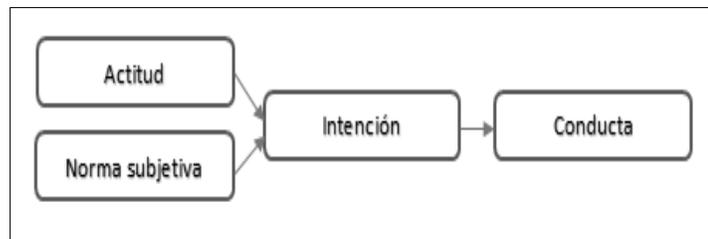
servicios presentan una variación entre los años 2012 al 2013 de 13.70% y 13.20% respectivamente.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de acción razonada.

La teoría de la acción razonada indica que el comportamiento de un individuo está determinado por la intención conductual de realizar un comportamiento en particular. La intención conductual, a su vez, es una consecuencia de dos factores: la actitud del individuo hacia el comportamiento y la norma subjetiva (Fishbein & Ajzen, 1975).

Imagen 1: Teoría de Acción Razonada



Fuente: Teoría de Acción razonada de Ajzen & Fishbein, 1980

A diferencia de las actitudes generales hacia las personas, instituciones u objetos, en la teoría de acción razonada esta actitud se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable de la realización del comportamiento en particular.

La norma subjetiva, el segundo determinante de la intención, se refiere a la percepción individual de la presión social para realizar o no realizar el comportamiento (Fishbein & Ajzen, 1975).

La teoría de la acción razonada ha sido ampliamente utilizada en varios campos para explicar y predecir las conductas incluyendo temas como la donación de sangre (Bagozzi, 1982), durante elecciones democráticas (Bowman & Fishbein, 1978), al momento de solicitar un préstamo (Ryan & Bonfield, 1975), entre otros.

Esta teoría considera relaciones entre actitudes, intenciones, comportamiento, creencias, los cuales están vinculados a la toma de decisiones, por lo tanto, el modelo afirma que la intención de las personas es causado por dos determinantes: Una evaluación personal o actitud y una evaluación social. A manera de ejemplo, una persona intenta realizar una conducta cuando considera que es positiva, pero también cuando considera que su grupo social relevante (pareja, familia, amigos, etcétera) estaría de acuerdo con esta conducta.

Las actitudes hacia la conducta son una función de las creencias personales o experiencias, las normas subjetivas nacen de la influencia de una persona o el grupo social que son importantes para la persona que realiza esa conducta.

2.2.2 Teoría del comportamiento planeado.

La teoría del comportamiento planificado o planeado es una ampliación o versión actualizada de la teoría de la acción razonada, esta teoría considera que los seres humanos nos comportamos de una manera sensible, donde las personas tenemos

en cuenta la información y las consideramos implícita o explícitamente al momento de efectuar una conducta, la teoría también indica que el desempeño de un comportamiento específico es una función de la intención de realizar tal comportamiento (Ajzen I. , 2011).

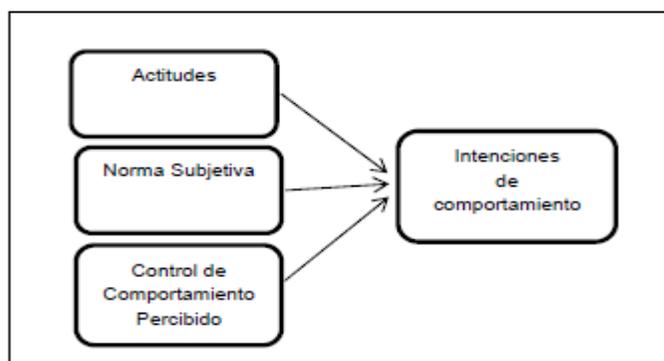
El concepto fue propuesto también por Icek Ajzen en 1985 (Ph.D. University of Illinois at Urbana-Champaign, profesor emérito de Psicología en la Universidad de Massachusetts) en colaboración con Martin Fishbein (ex profesor de Comunicación y Director del Health Communication Program en el Annenberg Public Policy Center, de la Universidad de Pennsylvania) con la finalidad de mejorar la predicción de la teoría de la acción razonada, incluyendo a esta, el control percibido del comportamiento.

Se puede considerar que la principal diferencia entre la teoría de la acción razonada y la teoría del comportamiento planeado o planificado es que este último tiene en cuenta situaciones o momentos donde que una persona puede tener intención de realizar un comportamiento, pero no acceso a oportunidades y / o recursos (por ejemplo: no contar con tiempo, no contar con presupuesto o falta de dinero, no contar con habilidades o conocimientos). Tales oportunidades y los recursos se consideran colectivamente como el control conductual percibido del individuo sobre el comportamiento o simplemente control del comportamiento. El control conductual percibido entonces, se refiere al sentido de autoeficacia o sentirse capaz para realizar un comportamiento (es decir, la percepción de la facilidad o dificultad de realizar el comportamiento).

Por lo tanto, esta teoría afirma que en la medida en que una persona tenga las oportunidades, recursos, y tiene la intención de realizar el comportamiento, debería tener éxito. (Serida & Morales, 2011).

La teoría del comportamiento planificado postula tres determinantes conceptualmente independientes de la intención. La primera es la actitud hacia el comportamiento y se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable de una conducta. El segundo determinante es un factor social, denominado por los autores norma subjetiva; se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento. El tercer determinante de intención es el grado de control de comportamiento percibido que se refiere a la facilidad o dificultad percibida de realizar el comportamiento. (Ajzen I. , 1991).

Imagen 2: Teoría del Comportamiento Planeado



Fuente: Adaptado de Ajzen (1991)

Varios investigadores han comenzado a utilizar la teoría del comportamiento planificado con la finalidad de predecir y comprender las intenciones. La imagen 3 resume algunos resultados de 15 estudios. En estos estudios se evaluaron los tres determinantes, es decir: las actitudes, las normas subjetivas y los controles

comportamientos percibidos. La inspección de la última columna de la imagen 3 revela que una cantidad de variación en las intenciones puede ser explicada por los tres predictores en la teoría del comportamiento planificado. Las múltiples correlaciones variaron desde un mínimo de .43 a un máximo de .94, con una correlación media de .71. Así mismo, la incorporación del control de comportamiento percibido muestra mejoras considerables en la predicción de intenciones; los coeficientes de regresión del control de comportamiento percibido fueron significativos en cada estudio. (Ajzen I. , 1991).

Tabla 5 Predicción de Intención (I) desde la actitud del comportamiento (AP), Norma Subjetiva (NS) y Control del Comportamiento Percibido (CCP)

Estudio	Intención	Correlaciones			Coeficiente de regresión			R
		AP	NS	CCP	AP	NS	CCP	
Van Ryn & Vinokur (1990)	Buscar un trabajo	.63	.55	.20	.48	.35	.07	.71
Doil & Ajzen (1990)	Jugar 6 video juegos	.92	.54	.87	.46	.17	.43	.94
Schlegel eta). (1990)	Estar drogado	.63	.41	.58	.41	.15	.36	.72
Aizen & Driver	Cinco intenciones libres	.59	.70	.80	.28	.09*	.62	.85
Watters (1989)	Participar en elecciones	.39	.13*	.30	.32	.03*	.20	.43
	Elección de votos	.91	.67	.89	.54	.06*	.39	.94
Netemeyer, Burton, & Johnson (1990)	Participar en elecciones	.33	.34	.62	.10	.10*	.54	.64
	Perder peso	.33	.14	.31	.24	-.02	.47	.56
Schifter & Ajzen (1985)	Perder peso	.62	.44	.36	.79	.17	.30	.74
Madden, Ellen, & Aizen	10 Actividades comunes	.52	.36	.37	.43	.22	.26	.63
Aizen & Madden (1986)	Asistencia a clases	.51	.35	.57	.32	.36	.44	.68
	Conseguir A en un curso	.48	.11*	.44	.50	-.09*	.45	.65
Beck & Ajzen	Trampa, hurto, mentira	.68	.40	.77	.29	.05*	.59	.81
Netemeyer, Andrews & Durvasula	Entregar un regalo	.51	.38	.44	.36	.08*	.20	.56
Parker et al (1990)	Cometer infracciones de tránsito	.26	.48	.44	.15	.28	.33	.60
Beale & Mansted (1991)	Limite en la ingesta de azúcar infantil	.43	.33	.52	.26	.16*	.40	.60
Goldin, Vezina, & Leclere (1989)	Ejercicio después del parto	.50	.01*	.60	.76	-.24	.84	.94
Otis, Godin, & Lambert	Uso del condón	.62	.42	.29	.52	.26	.17	.69

* No significante

Fuente: Adaptado de la teoría del comportamiento planeado. Ajzen (1991)

En el sector de los negocios, algunos investigadores consideran que las intenciones juegan un papel muy importante en el proceso de decisión de emprendimiento (Liñán & Chen, 2009), de ahí el interés por conocer más sobre este entorno que ha ido incrementándose significativamente en los últimos tiempos.

El proceso de emprendimiento tiene varias fases o etapas que involucra intenciones (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda, & Morales, 2016) , Ajzen (2005) argumenta que las intenciones son aquellos comportamientos que las personas pueden ejecutar primordialmente bajo un control voluntario, por lo tanto, para convertirse en un emprendedor se requiere de un comportamiento intencional.

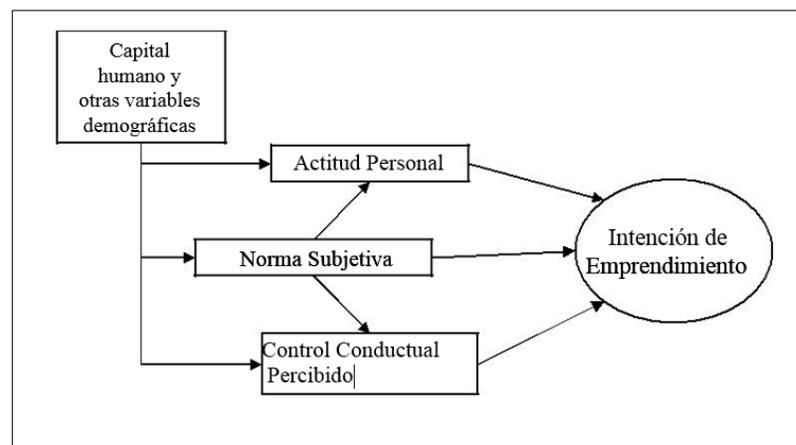
Considerando la teoría del comportamiento planificado, la intención de emprendimiento es indicativo del esfuerzo que la persona hará a fin de satisfacer su conducta de emprendedor. De modo que esto captura los tres determinantes que influyen en la conducta (Ajzen I. , 1991):

- Actitud (AP), respecto a la intención de emprendimiento, se refiere al grado en el que una persona tiene una valoración personal positiva o negativa en relación a ser un emprendedor (Autio, Keeley, Klofsten, Parker, & Hay, 2001). Esto no sólo incluye consideraciones afectivas (esto me gusta, es atrayente), sino que también del tipo evaluativo (esto tiene sus ventajas y me conviene).
- Norma subjetiva (NS) mide la presión social percibida a fin de concretar –o no – conductas de emprendimiento. De modo particular, hace referencia a la percepción de que “las personas tomadas como referentes” aprobarían o no la decisión de convertirse en un emprendedor (Ajzen I. , 1991).

- Control conductual percibido (CCP) se define como la percepción sobre la facilidad o dificultad para convertirse en un emprendedor. Es, por tanto, un concepto bastante similar al de autoeficacia (Bandura, 1977) y al de viabilidad percibida (Shapero & Sokol, 1982).

Los tres determinantes anteriormente mencionados hacen referencia al sentido de capacidad en relación con la plena realización de conductas de emprendimiento.

Imagen 3: Influencia de la NS en AP y CCP



Fuente: Interpretación de la Teoría según Liñán y Santos (2007)

De otro lado, algunos autores indican que las personas y otros factores demográficos tienen una influencia en las intenciones (Berríos & Espina, 2014).

Autores como Moriano, Palací, y Morales (2006) comparten la idea de que las necesidades de mejoras laborales y el reconocimiento, son algunos de los factores que

promueven que una persona tome la decisión de emprender, este argumento también fue propuesto anteriormente (Shapero & Sokol, 1982).

Según Krueger y Carsrud (1993) la aplicación de la teoría del comportamiento planificado crea una plataforma consistente relacionada al emprendimiento. Y efectivamente, esta teoría brinda tres determinantes en relación a la intención. Los dos primeros se enfocan en el deseo percibido para desarrollar el comportamiento (actitudes y normas sociales percibidas), el tercer determinante: control conductual percibido, resalta la opinión de la persona sobre su conducta y viabilidad.

Durante los últimos años, algunos investigadores han comenzado a aplicar la teoría del comportamiento planificado en el contexto del espíritu empresarial, por ejemplo:

Kolvereid (1996) aplicó la teoría del comportamiento planificado para predecir las intenciones de elección de empleo entre los estudiantes de primer año en una escuela de negocios noruega. Encontró que los tres determinantes: actitud, norma subjetiva, y control percibido del comportamiento, contribuyeron significativamente a la explicación de intenciones.

Tkachev y Kolvereid (1999) estudiaron las intenciones de empleo entre los estudiantes universitarios médicos y técnicos en Rusia, encontraron que la actitud, la norma subjetiva y el control de comportamiento percibido determinaban las intenciones de elección del estado de empleo.

Liñán y Chen (2006) aplicaron también la teoría del comportamiento planificado, incluyendo a las personas y las variables demográficas como antecedentes de los determinantes de la intención empresarial.

Estudiantes universitarios de España y Taiwán completaron un cuestionario. Los resultados mostraron que tanto la actitud como el control comportamental percibido tenían efectos significativos en la intención empresarial. Aunque la norma subjetiva no tuvo un efecto directo significativo sobre la intención, tuvo un efecto indirecto sobre la intención a través de la actitud y el control percibido del comportamiento.

Las variables demográficas y la persona, por otro lado, ejercieron influencia sobre la actitud, la norma subjetiva o el control del comportamiento percibido, pero no directamente en la intención.

Fayolle, Gailly, y Lassas-Clerc (2006) utilizaron la teoría del comportamiento planeado para probar el impacto de un programa de enseñanza de emprendimiento, participaron en el estudio estudiantes de maestría de una escuela de negocios francesa. Los autores encontraron que los tres determinantes tuvieron una influencia significativa en las intenciones empresariales.

En su estudio de fundadores de empresas noruegas, Kolvereid y Isaksen (2006) aplicaron una versión ligeramente diferente de la teoría del comportamiento planificado. Utilizaron la construcción de autoeficacia de (Bandura, 1977) en lugar del control percibido del comportamiento. Encontraron que tanto la actitud como la norma subjetiva tenían una influencia significativa en la intención de convertirse en

trabajadores autónomos y que la intención de trabajar por cuenta propia estaba fuertemente relacionada con el ingreso hacia el autoempleo. Sin embargo, encontraron que la autoeficacia no agregó a la explicación de la variación de la intención o el comportamiento del autoempleo.

Souitaris, Zerbinati, y Al-Laham (2007) utilizaron un diseño cuasi-experimental para evaluar el impacto de los programas de emprendimiento sobre la intención hacia el autoempleo y el origen del comportamiento empresarial. Su muestra estaba conformada por estudiantes de ciencias e ingeniería de dos universidades europeas, uno en Londres, Reino Unido, y el otro en Grenoble, Francia. Encontraron que la actitud, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento tenían efectos significativos sobre la intención de convertirse en trabajadores independientes.

Serida y Morales (2011) utilizaron la teoría del comportamiento planeado para predecir el comportamiento empresarial. Los resultados del estudio apoyan parcialmente la teoría del comportamiento planificado. De hecho, sólo la actitud hacia el espíritu empresarial (basada en la percepción de las oportunidades) y el control percibido del comportamiento tenían efectos significativos en el comportamiento empresarial. La norma subjetiva sobre el comportamiento se volvió no significativa.

La tabla 6 resume los estudios detallados anteriormente, la mayoría de los estudios empíricos publicados que han aplicado la teoría del comportamiento planificado para predecir la conducta emprendedora encontraron que la actitud, la

norma subjetiva y el control del comportamiento percibido tenían efectos significativos en la intención empresarial.

Sin embargo, dos de los estudios revisados encontraron sólo apoyo parcial de la teoría del comportamiento planificado. En estos estudios sólo la actitud y el control percibido del comportamiento tenían un efecto directo significativo sobre la intención.; el efecto de la norma subjetiva no fue significativo.

Tabla 6 Comparación de estudios de intención emprendedora con Teoría del Comportamiento Planeado

Autor(año)	Muestra	Hallazgos
Kolvereid (1996)	Estudiantes noruegos de escuela de negocios	La actitud, norma subjetiva, y control percibido del comportamiento, contribuyeron significativamente a la explicación de intenciones.
Tkachev y Kolvereid (1999)	Estudiantes universitarios en Rusia	La actitud, la norma subjetiva y el control de comportamiento percibido determinaban las intenciones de elección del estado de empleo.
Liñan y Chen (2006)	Estudiantes universitarios de España y Taiwan	La actitud como el control percibido del comportamiento tenía efectos significativos en la intención. Sin embargo, el efecto de la norma subjetiva no fue significativo.
Fayolle et al. (2006)	Estudiantes universitarios	Los autores encontraron que los tres determinantes tuvieron una influencia significativa en las intenciones empresariales.
Kolvereid e Isaksen (2006)	Empresarios naciotes de noruega	Las actitudes y las normas subjetivas determinaban la intención de emprendimiento.
Souitaris et al (2007)	Estudiantes universitarios de Londres (UK) y Grenoble (Francia)	Encontraron que la actitud, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento tenían efectos significativos sobre la intención de convertirse en trabajadores autónomos.
Serida y Morales (2011)	Personas mayores de edad en Perú	La norma subjetiva sobre el comportamiento se volvió no significativa.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

Para determinar la intención de emprendimiento en la ciudad de Arequipa, se realizó una investigación descriptiva. Se obtuvo información tanto de fuentes primarias como secundarias.

3.1.1 Fuentes primarias.

La fuente primaria de información fue cuantitativa.

Para el estudio cuantitativo se aplicó el cuestionario propuesto por Francisco Liñan y Yi – Wen Chen (Liñán & Chen, 2009), en su publicación “Desarrollo y aplicación intercultural de instrumentos específicos para medir las intenciones emprendimiento”. Al cuestionario se agregaron preguntas referentes a la edad, a la residencia en Arequipa y a qué actividad estaría relacionada su intención de emprendimiento. Este cuestionario se aplicó con el objetivo de obtener información estadística respecto a la intención de emprendimiento.

3.1.2 Información secundaria

Con referencia a fuentes secundarias se recurrió a base de datos gubernamentales como es el INEI, donde se accedió a información precisa de estadística poblacional. Asimismo se recurrió a información del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), donde se analizó información estadística sobre el emprendimiento.

3.2 Descripción del Ámbito de la Investigación

La investigación se basó en información de personas con residencia en la ciudad de Arequipa con una edad mayor o igual a 18 y menor igual a 65.

3.3 Población y Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra del estudio cuantitativo se consideraron las siguientes variables:

$p=q= 50\%$

Nivel de confianza: 95%

Error muestral: 5%

El tamaño de muestra que se obtiene es 384.

3.4 Instrumento para la Recolección de Datos

El instrumento utilizado para recopilar la información es el cuestionario. Las preguntas han sido tomadas por Francisco Liñan y Yi – Wen Chen (Liñán & Chen, 2009), basado en la teoría de la conducta planificada de Ajzen.

Al cuestionario se adicionaron 3 preguntas relacionadas a la edad, a la residencia en Arequipa y a qué actividad estaría relacionada su intención de emprendimiento (Anexo 1).

Las preguntas del cuestionario están direccionadas a evaluar cada uno de los factores motivacionales propuestos por Ajzen (Ajzen I. , 1991) y adicionalmente la

intención de emprendimiento. A continuación, se detalla las preguntas del cuestionario y su enfoque.

Tabla 7: Enfoque de las preguntas del Cuestionario

N°	Pregunta	Enfoque
1	Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	Actitud personal
2	La carrera como emprendedor es atractiva para mí	Actitud personal
3	Si tuviera la oportunidad y los recursos, iniciaría una empresa.	Actitud personal
4	Ser un emprendedor me traería muchas satisfacciones	Actitud personal
5	A pesar de contar con varias opciones, elegiría ser un emprendedor.	Actitud personal
6	Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis familiares	Norma subjetiva
7	Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis amigos	Norma subjetiva
8	Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis colegas.	Norma subjetiva
9	Iniciar una empresa y continuar trabajando sería fácil para mí	Control conductual percibido
10	Estoy preparado para crear una empresa	Control conductual percibido
11	Me siento en la capacidad de controlar el proceso de creación de una nueva empresa	Control conductual percibido
12	Conozco lo básico para poder crear una empresa.	Control conductual percibido
13	Sé cómo desarrollar un proyecto de emprendimiento	Control conductual percibido
14	Si decido iniciar una empresa, tengo grandes probabilidades de tener éxito.	Control conductual percibido
15	Estoy listo para ser una persona emprendedora.	Intención de emprendimiento

16	Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.	Intención de emprendimiento
17	Haré todo el esfuerzo para fundar y manejar mi propia empresa.	Intención de emprendimiento
18	Estoy decidido en crear mi empresa a futuro	Intención de emprendimiento
19	Yo he pensado seriamente en crear una empresa	Intención de emprendimiento
20	Tengo una seria intención de empezar mi empresa algún día.	Intención de emprendimiento

Fuente y elaboración: Adaptado de Liñan y Chen, 2009

3.5 Fiabilidad y Validez del Instrumento

La fiabilidad y validez del instrumento ha sido comprobada por Francisco Liñán y Yi – Wen Chen. La fiabilidad del instrumento se demostró a través del Alfa de Cronbach, los valores se encontraban entre 0.773 y 0.943 los cuales superan el umbral del 0.7, en tal sentido el instrumento es fiable. La validez del instrumento se demostró con la prueba Kaiser–Meyer–Olkin cuyo resultado fue 0.912, valor que demuestra la validez del instrumento.

3.6 Análisis Estadístico de la Muestra

La información estadística se obtuvo haciendo uso del software IBM SPSS Statistics 24

3.6.1 Matriz de componente rotado.

A continuación, se muestra la matriz de componentes rotados.

Tabla 8: Matriz de componente rotado

	Componente			
	1	2	3	4
Preg. 18	0.844			
Preg. 20	0.837			
Preg. 19	0.823			
Preg. 17	0.813			
Preg. 16	0.747			
Preg. 12		0.895		
Preg. 13		0.865		
Preg. 11		0.860		
Preg. 10		0.764		
Preg. 07			0.893	
Preg. 08			0.850	
Preg. 06			0.733	
Preg. 03				0.842
Preg. 04				0.805
Preg. 01				0.700

Fuente y elaboración: Propia

Las preguntas que se retiraron en cada componente son:

- Intención de Emprendimiento: Pregunta 15
- Control Conductual Percibido: Pregunta 9 y pregunta 14
- Norma Subjetiva: Ninguna
- Actitud personal: Pregunta 2 y pregunta 5

El primer componente está referido a la variable dependiente, es decir la intención de emprendimiento. Las preguntas que caen dentro de este componente son la 16, 17, 18, 19 y 20. Todas ellas muestran un valor por encima de 0.5 por lo que son significativas para la matriz. La pregunta con mayor valor en este componente es la pregunta 18 con un valor de 0.844 la cual está referida a la afirmación: Estoy decidido a crear mi empresa a futuro.

El segundo componente está referido al control personal percibido, las preguntas pertenecientes a este componente son las 10, 11, 12, y 13; dentro de las cuales la pregunta con mayor valor por encima de 0.5 es la pregunta 12 con un valor de 0.895: Conozco lo básico para poder crear una empresa.

El tercer componente se refiere a la norma subjetiva, las preguntas que pertenecen a este componente son la 6, 7, y 8; la pregunta que muestra un valor superior a las demás es el número 7 con el valor de 0.893 referida a: Si decidiera crear una empresa contaría con el apoyo de mis amigos.

Por último, el cuarto componente se refiere a la actitud personal y las preguntas pertenecientes a este componente son la 1, 3 y 4, en este grupo el mayor valor es 0.842 correspondiente a la pregunta 3 referida a: Si tuviera la oportunidad y los recursos, iniciaría una empresa.

3.6.2 Fiabilidad

La fiabilidad del instrumento se demuestra con el Alfa de Cronbach cuyo valor debe superar el 0.7 para demostrar su fiabilidad.

En primer lugar se analizaron las preguntas correspondientes a la variable actitud personal y el valor de Alfa de Cronbach obtenido fue de 0.788 por lo cual las escalas usadas para medir las preguntas 1, 3 y 4 son fiables.

En segundo lugar se analizaron las preguntas correspondientes a la variable norma subjetiva y el valor de alfa obtenido fue de 0.825 por lo cual las escalas usadas para medir las preguntas 6, 7 y 8 son fiables.

En tercer lugar se analizaron las preguntas correspondientes a la variable control conductual percibido y el valor de alfa obtenido fue de 0.923 por lo cual las escalas usadas para medir las preguntas 10, 11, 12 y 13 son fiables.

Por último, se analizaron las preguntas correspondientes a la variable intención de emprendimiento y el valor de alfa obtenido fue de 0.936 por lo cual las escalas usadas para medir las preguntas 16, 17, 18, 19 y 20 son fiables.

3.7 Plan de Recolección y Procesamiento de Datos

Los datos se recopilaron remitiendo 316 instrumentos de manera virtual compartiendo el link a través de las redes sociales y mensajería instantánea; de igual manera se remitieron 68 instrumentos de forma impresa para su llenado. Cabe destacar que al enviar los cuestionarios se comentó el objetivo de conocer la intención de emprendimiento de las personas que radican en la ciudad de Arequipa. El trabajo se desarrolló entre los meses de marzo y mayo del año 2017 en la ciudad de Arequipa. Los instrumentos donde los participantes indicaron que no radicaban en la ciudad de Arequipa, no fueron considerados para el procesamiento de la data; de igual forma, los instrumentos donde los participantes indicaban tener una edad menor a 18 o mayor a 65, no fueron considerados.

Finalmente se completaron los 384 instrumentos. Cabe destacar que la recepción de los instrumentos completos, tanto de manera virtual como impresa, fue realizada de forma anónima.

Los resultados del cuestionario fueron procesados haciendo uso de software Microsoft Excel 2013.

3.8 Limitaciones

La limitación del estudio está en la selección de la muestra, la misma que no fue realizada conforme a las características demográficas de la ciudad de Arequipa.

CAPITULO IV: RESULTADOS

El objetivo primario y el primer objetivo secundario de la investigación se responden en base a un análisis de regresión realizado a 4 modelos los cuales se describen en los puntos que siguen a continuación. El segundo objetivo secundario de la investigación se responde en base a estadística descriptiva de la pregunta: Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿a qué actividad estaría relacionada?

4.1 Primer Modelo

Tiene las siguientes características:

- Se considera como variable dependiente la intención de emprendimiento.
- Se considera como variables independientes la actitud personal, la norma subjetiva y el control conductual percibido de manera conjunta.
- Se considera como variable de control la edad.

Los coeficientes obtenidos para el modelo se detallan en la tabla que sigue a continuación:

Tabla 9: Coeficientes del primer modelo

Coeficientes	Valor
R cuadrado ajustado	0.500
Significancia (actitud personal)	0.000
Significancia (norma subjetiva)	0.000
Significancia (control conductual percibido)	0.000
Coefficiente no estandarizado B (actitud personal)	0.306
Coefficiente no estandarizado B (norma subjetiva)	0.142
Coefficiente no estandarizado B (control conductual percibido)	0.367

Fuente y elaboración: Propia

De los coeficientes se interpreta:

- La intención de emprendimiento se debe en un 50.0% a la actitud personal, a la norma subjetiva y al control conductual percibido (teoría del comportamiento planificado), siendo esta la respuesta al objetivo primario de la investigación.
- El modelo explica la intención de emprendimiento.
- La actitud personal, la norma subjetiva y el control conductual percibido son directamente proporcionales a la intención de emprendimiento.

4.2 Segundo Modelo

Tiene las siguientes características:

- Se considera como variable dependiente la intención de emprendimiento.
- Se considera como variable independiente la actitud personal.
- Se considera como variable de control la edad.

Los coeficientes obtenidos para el modelo se detallan en la tabla que sigue a continuación:

Tabla 10: Coeficientes del segundo modelo

Coeficientes	Valor
R cuadrado ajustado	0.310
Significancia (actitud personal)	0.000
Coefficiente no estandarizado B (actitud personal)	0.535

Fuente y elaboración: Propia

De los coeficientes se interpreta:

- La intención de emprendimiento se debe en un 31.0% a la actitud personal siendo esta la respuesta a uno de los factores del primer objetivo secundario de la investigación.
- El modelo explica la intención de emprendimiento.
- La actitud personal es directamente proporcional a la intención de emprendimiento.

4.3 Tercer Modelo

Tiene las siguientes características:

- Se considera como variable dependiente la intención de emprendimiento.
- Se considera como variable independiente la norma subjetiva.
- Se considera como variable de control la edad.

Los coeficientes obtenidos para el modelo se detallan en la tabla que sigue a continuación:

Tabla 11: Coeficientes del tercer modelo

Coeficientes	Valor
R cuadrado ajustado	0.160
Significancia (norma subjetiva)	0.000
Coefficiente no estandarizado B (norma subjetiva)	0.363

Fuente y elaboración: Propia

De los coeficientes se interpreta:

- La intención de emprendimiento se debe en un 16.0% a la actitud personal siendo esta la respuesta a uno de los factores del primer objetivo secundario de la investigación.
- El modelo explica la intención de emprendimiento.
- La norma subjetiva es directamente proporcional a la intención de emprendimiento.

4.4 Cuarto Modelo

Tiene las siguientes características:

- Se considera como variable dependiente la intención de emprendimiento.
- Se considera como variable independiente el control conductual percibido.
- Se considera como variable de control la edad.

Los coeficientes obtenidos para el modelo se detallan en la tabla que sigue a continuación:

Tabla 12: Coeficientes del cuarto modelo

Coeficientes	Valor
R cuadrado ajustado	0.360
Significancia (control conductual percibido)	0.000
Coefficiente no estandarizado B (control conductual percibido)	0.504

Fuente y elaboración: Propia

De los coeficientes se interpreta:

- La intención de emprendimiento se debe en un 36.0% al control conductual percibido siendo esta la respuesta a uno de los factores del primer objetivo secundario de la investigación.
- El modelo explica la intención de emprendimiento.
- El control conductual percibido es directamente proporcional a la intención de emprendimiento.

4.5 Pregunta: Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿a qué actividad estaría relacionada?

Los resultados estadísticos de la pregunta se detallan a continuación, cabe destacar que esta información responde al segundo objetivo secundario de la investigación.

Tabla 13: Resultados de la pregunta: Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿A qué actividad estaría relacionada?

Si tuviera la intención de empezar una empresa ¿a qué actividad estaría relacionada?	%
Servicios Turísticos	15.4%
Consultoría o asesoría	15.1%
Servicio de comidas	14.3%
Enseñanza	9.9%
Otras actividades de servicios personales	8.3%
Comercio al por mayor	4.2%
Construcción	4.2%
Transporte	4.2%
Tecnología de Información	3.9%
Otros	20.6%

Fuente y elaboración: Propia

CONCLUSIONES

- La teoría del comportamiento planeado explicó en un 21 % la intención de emprendimiento en las investigaciones como la de Kolvereid e Isaken (2006), 35% en la investigación de Souitaris et al. (2007), 45% en la investigación Tkachev y Kolvereid (1999) y 55,5% en la investigación dirigida por Liñán y Chen (2006); los resultados de presente investigación alcanzó el 50%.
- Considerando los resultados obtenidos, podemos notar que de los tres factores de la intención de emprendimiento (actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido), el que ejerció mayor influencia fue el control conductual percibido, el cual está enfocado a la percepción que tuvieron los participantes sobre la facilidad para convertirse en un emprendedor.

RECOMENDACIONES

- Con la información obtenida en la investigación, recomendamos a las entidades públicas o privadas relacionadas al emprendimiento que se implementen medidas específicas en las tres actividades económicas en las cuales las personas que contestaron el cuestionario dijeron que desean concretar sus emprendimientos, las cuales son los servicios turísticos, consultoría y asesoría y servicios de comida.
- Consideramos que la ciudad de Arequipa cuenta con ventajas competitivas para el desarrollo de las mencionadas actividades. Para que se desarrollen estas tres actividades se necesita formar al capital humano con las competencias necesarias, asimismo se deben implementar los proyectos de infraestructura que permitan mejorar los servicios en la ciudad.
- Recomendamos efectuar este tipo de investigación en otras ciudades del Perú y en distintos momentos, con la finalidad de conocer la intención de emprendimiento específico (según el momento y lugar) para orientar políticas y recursos necesarios que permitan fortalecer la cultura emprendedora como fuente importante de desarrollo.

REFERENCIAS

- Centro de Emprendimiento e Innovación. (2016). *Centro de Emprendimiento e Innovación*.
Obtenido de <http://www.upao.edu.pe/empresas/>
- ¿Cómo trabaja una Incubadora de Negocios? (s.f.). *Entrepreneur*, Recuperado de
<https://www.entrepreneur.com/article/268323>.
- Admin. (2015). Funcionamiento de las Incubadoras de Negocios. *Destino Negocio*, Recuperado de
<http://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/funcionamiento-de-las-incubadoras-de-negocios/>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes Vol 50*, 179-211.
- Ajzen, I. (2011). *Attitudes, personality and behavior*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press.
- Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas. (14 de febrero de 2006). *Peruincuba*. Obtenido de <http://www.peruincuba.net/portal/>
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies* 2(2), 145-160.
- Bagozzi, R. (1982). A field investigation of causal relations among cognitions, affect, intentions, and behavior. *Journal of Marketing Research* 19(4), 562-583.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bardales, E. (30 de Agosto de 2015). El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad. *Gestión*, pág. 1.
- Bennett, S. J. (1992). *Ecoempreendedor: oportunidade de negócios decorrentes da revolição ambiental*. Sao Paulo: Makron Books.
- Berríos, J., & Espina, M. (2014). Factores Determinantes para el Desarrollo de la Actividad Emprendedora: Un Estudio Correlacional. *Esic Market Economics and Business Journal Vol 45(1)*, 161-174.
- bioincuba. (2014). *bioincuba*. Obtenido de <http://proyectos578.wixsite.com/bioincuba>

- Bowman, C., & Fishbein, M. (1978). Understanding public reaction to energy proposals: An application Fishbein model. *Journal of Applied Social Psychology* 8(4), 319-340.
- Cantillon, R. (2011). *Essai sur la nature du commerce en général*. París: Intitut Coppet.
- Centro de innovación y desarrollo emprendedor. (Julio de 1995). *Centro de innovación y desarrollo emprendedor*. Obtenido de <http://cide.pucp.edu.pe/index.php?pg=incubacion>
- Centro de innovación y emprendimiento de la UNMSM. (2012). *Centro de innovación y emprendimiento de la UNMSM*. Obtenido de <http://www.unmsm.edu.pe/>
- Cobarrubia, R. (27 de Octubre de 2015). 50 de Arequipa en el TOP 100 de los más emprendedores. *Correo*, pág. 1.
- Contreras. (01 de Enero de 2017). *2017: la economía peruana en el punto de despegue*. Obtenido de <http://larepublica.pe/impresa/economia/835562-2017-la-economia-peruana-en-el-punto-de-despegue>
- Corporación de fomento de la producción, C. (2014). Emprendimiento en Chile: Hacia un modelo de segmentación. *Unidad de estudios, Gerencia de estrategia y estudios CORFO* , 23-24.
- Correo. (27 de Octubre de 2015). *50 de Arequipa en el TOP 100 de los más emprendedores*.
- Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria. (2016). *Sumario Regional Arequipa*. Lima: Ministerio de la Producción.
- Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Barcelona: Edhasa.
- Emprende UP. (Enero de 2017). *Emprende UP*. Obtenido de <http://emprendeup.pe/>
- ESAN. (2015). *ESAN*. Obtenido de <http://cde.esan.edu.pe/index.php>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading MA: Addison Wesley.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2011/12). *Global Report*. London: Global Entrepreneurship research Association.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016/17). *Global Report*. London: Global Entrepreneurship research Association.
- Global Report. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor*, Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/report>.
- Gutiérrez, A. (2012). INCUBACIÓN EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS: UNA ESTRATEGIA PARA EFECTIVIZAR SU COMPROMISO CON EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PAÍS. *QUIPUKAMAYOC*, 131-144.

- gutierrez, L. g. (26 de Abril de 2015). *garaygutierrez5a.blogspot.pe*. Obtenido de <http://garaygutierrez5a.blogspot.pe/2015/04/historia-del-emprendimiento-en-el-peru.html>
- Huaruco, L. (24 de Julio de 2015). El Rol de las incubadoras en el éxito de los Emprendedores. *Gestión Diario de Economía y Negocios de Perú*, págs. Recuperado de <http://gestion.pe/empresas/rol-incubadoras-exito-emprendedores-2138103>.
- Huaruco, L. (24 de Julio de 2015). El Rol de las incubadoras en el éxito de los Emprendedores. *Gestión Diario de Economía y Negocios de Perú*, pág. 1.
- Incubadora de negocios tecnológicos del grupo Telefónica. (2011). *Wayra Perú*. Obtenido de <https://www.openfuture.org/es/space/wayra-lima>
- Incubadoras de Negocios. (2010). *La guía para poner tu negocio*.
- Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario de la Universidad de San Martín de Porres. (2010). *Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario de la Universidad de San Martín de Porres*. Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2013). *Compendio Estadístico del Perú*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Krueger, N. F. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. . *Journal of business venturing* 15 (5-6), 411-432.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 33(3), 593-617.
- Lopes, G. S., & Souza, E. C. (2005). Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. *Revista Electronica de Administracao*, 1-21.
- Luis Lupiañez Carrillo, Tiziana Priede Bergamini, Cristina López-Cozar Navarro. (11 de julio de 2017). *EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO*. Obtenido de www.revistasice.com/.../bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf
- Maubert, I. (27 de Enero de 2010). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263097>
- mercado, a. c. (Marzo de 2016). *aurum consultoría & mercado*. Obtenido de http://mercadosyregiones.com/informes/AURUM_Informe%20Perspectivas%20Econ%C3%B3micas%202022.03.16.pdf

- Ministerio de la Producción. (2014). *Estudio diagnóstico de Crecimiento Región Arequipa*. Lima: Apoyo Consultoría.
- Ministerio de la Producción. (2016). *Libro amarillo del emprendimiento- emprendedor peruano* . Lima: Ministerio de la Producción.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo. (2011). *Disgnóstico Socio Económico Laboral de la Región Arequipa*. Arequipa: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.
- Monitor, G. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/report>
- Pessoa, E. (27 de Junio de 2005). *administradores.com.br*. Obtenido de [administradores.com: http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993/](http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993/)
- Pina E Cunha, M. (2007). Entrepreneurship As Decision Making: Rational, Intuitive And Improvisational Approaches. *Journal of Enterprising Culture* 15(01), 1-20.
- RedTransfer. (s.f.). <http://www.redtransfer.org/blog/informe-del-banco-mundial-el-emprendimiento-en-america-latina-muchas-empresas-y-poca-innovacion/>.
- Ryan, M., & Bonfield, E. (1975). The Fishbein extended model and consumer behaviour. *Journal of Consumer Research* 2(2), 118-136.
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. (2009). Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *Revista de Administracao Contemporanea*, 451-465.
- Seminario, B., Sanborn, C., & Alva, N. (2014). *Cuando despertemos en el 2062 : visiones del Perú en 50 años*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Serida, J., & Morales, O. (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia, revista latinoamerica de administración num 46*, 55-71.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2016). Global Report. *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2015-2016*, 13.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. En Shapero, *Encyclopedia of entrepreneurship* (págs. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hal.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneursh*ip. New Jersey: Prentice Hall.
- Startup Perú. (2012). *Startup Perú*. Obtenido de Startup Perú: <http://www.start-up.pe/>
- StartUPC. (2014). *StartUPC*. Obtenido de <http://www.startupc.pe/>

Timmons, J. A., & Spinell, S. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. California: Mc Graw Hill.

Yamada, G. (2009). Determinantes del desempeño del trabajador independiente y la microempresa familiar en el Perú. *Documentos de discusión*, 41-42.

ANEXO

Intención de Emprendimiento

Estimado(a) participante. El siguiente cuestionario tiene por finalidad recoger información real sobre sus preferencias, agradeceremos pueda contestar las siguientes preguntas con sinceridad.

*Obligatorio

Edad *

Elige ▼

¿Radica usted en Arequipa? *

- Sí
- No

Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La carrera como emprendedor es atractiva para mí *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si tuviera la oportunidad y los recursos, iniciaría una empresa. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Ser un emprendedor me traería muchas satisfacciones *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

A pesar de contar con varias opciones, elegiría ser un emprendedor. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis familiares *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis amigos *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si decidiera crear una empresa, contaría con el apoyo de mis colegas. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Iniciar una empresa y continuar trabajando sería fácil para mí *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Estoy preparado para crear una empresa *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Me siento en la capacidad de controlar el proceso de creación de una nueva empresa *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Conozco lo básico para poder crear una empresa. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Sé cómo desarrollar un proyecto de emprendimiento *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si decido iniciar una empresa, tengo grandes probabilidades de tener éxito. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Estoy listo para ser una persona emprendedora. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Haré todo el esfuerzo para fundar y manejar mi propia empresa.

*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Estoy decidido en crear mi empresa a futuro *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Yo he pensado seriamente en crear una empresa *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Tengo una seria intención de empezar mi empresa algún día. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Un poco en desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- Un poco de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Si tuviera la intención de empezar una empresa, ¿a qué actividad estaría relacionada? *

- Agricultura
- Ganadería
- Pesca
- Explotación de minas y canteras
- Industrias manufactureras
- Electricidad, gas y agua
- Construcción
- Venta y reparación de vehículos
- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Transporte
- Actividades de alojamiento
- Servicio de comidas
- Tecnología de información
- Actividades inmobiliarias
- Enseñanza
- Salud
- Salones de belleza y spa
- Actividades artísticas, de entretenimiento
- Consultoría o asesoría
- Veterinaria
- Servicios turísticos
- Actividades deportivas
- Otras actividades de servicios personales

ENVIAR