

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



**INFLUENCIA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA PERUANA EN EL
DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO DE INMIGRANTES EN LA
CIUDAD DE IQUIQUE, 2016-2020**

Presentada por:

Mag. Gustavo Adolfo Toledo Miranda

Orcid: 0000-0003-2640-2115

Asesor:

Dr. Lucio Walter Manuel Valderrama Pérez

Orcid: 0000-0001-6061-2736

Para obtener el Grado Académico de:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

TACNA - PERÚ

2022

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



**INFLUENCIA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA
PERUANA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS
DE INMIGRANTES EN LA CIUDAD DE IQUIQUE, 2016-2020**

Presentada por:

Mag. Gustavo Adolfo Toledo Miranda

Orcid: 0000-0003-2640-2115

Asesor:

Dr. Lucio Walter Manuel Valderrama Pérez

Orcid: 0000-0001-6061-2736

Para obtener el Grado Académico de:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

TACNA – PERÚ

2022

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Tesis
INFLUENCIA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA
PERUANA EN ELDESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS
DE INMIGRANTES EN LA CIUDAD DE IQUIQUE, 2016-2020**

Presentada por:
Gustavo Adolfo TOLEDO MIRANDA

Tesis sustentada y aprobada el martes 06 de septiembre de 2022; ante el siguiente jurado examinador:

PRESIDENTE: Dra. Norma Constanza Velásquez Rodríguez

SECRETARIO: Dr. Santos Lucio Guanilo Gómez

VOCAL: Dr. Julio César Inchaustegui Torres

ASESOR: Dr. Lucio Walter Valderrama Pérez

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo **Gustavo Adolfo Toledo Miranda** en calidad de **doctorando** del Doctorado en **Administración** de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con RUT 8.196.738-5

Soy autor de la tesis titulada: **INFLUENCIA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA PERUANA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS DE INMIGRANTES EN LA CIUDAD DE IQUIQUE, 2016-2020.**

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Doctor en Administración, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin. Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 24 % de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiénome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Lugar y fecha: Tacna, martes 06 septiembre de 2022



Gustavo Adolfo Toledo Miranda
Cédula de identidad: RUT 8/196.738-5

AGRADECIMIENTOS

Agradecer en primer lugar a mi asesor Dr. Lucio Walter Valderrama Pérez por su sabia experiencia, orientación y apoyo constante que me brindó a lo largo del desarrollo de esta tesis doctoral llevándola por los lineamientos establecidos.

A nuestra Dra. Norma Velásquez Rodríguez por su paciencia y generosidad en la entrega de sus conocimientos y el acompañamiento desde el inicio de esta tesis doctoral.

Finalmente agradecer a los emprendedores por su gran disposición y consentimiento voluntario, que aportaron su experiencia permitiendo reunir información importante que muestra esta tesis doctoral.

DEDICATORIA

Quisiera dedicar esta tesis doctoral a Dios por la sabiduría y fuerza interior que me entregó para tomar la decisión y emprender este estudio, a mi madre Gladys Miranda Bastías (Q.E.P.D) y a mi padre Oscar Toledo Miranda quienes me dieron la vida y los valores.

Además, quiero agradecer a mi esposa Marión Chauvel Spirgatis y a nuestros tres hijos por el apoyo incondicional, los cuales siempre me proporcionaron espíritu de superación y energía para lograr la meta.

TABLA DE CONTENIDO

PÁGINA DEL JURADO.....	IV
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD	V
RESUMEN	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I:	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	31
1.2.1. Interrogante Principal.....	31
1.2.2. Interrogantes Secundarias	31
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
1.4.1. Objetivo general	34
1.4.2. Objetivos Específicos	34
CAPÍTULO II:	35
MARCO TEÓRICO.....	35
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	35
2.1.1. Tesis Doctorales	35
2.1.2. Artículos Científicos	42
2.1.3. Antecedentes Nacionales.....	50
2.2. BASES TEÓRICAS	51
2.2.1 Teorías del Emprendimiento y Modelo de negocio	51

2.2.1.1	Teoría general de sistemas (TGS)	51
2.2.1.2	Teoría de la contingencia.	52
2.2.1.3	Ecosistema emprendedor.....	55
2.2.1.4	Teoría de la cadena de valor de Michael Porter.	58
2.2.1.5	Modelos de negocios.	64
2.2.1.6	Modelos de negocios – CORFO - Chile.....	64
2.2.1.7	Diseñar un modelo de negocio.	65
2.2.1.8	Modelo Canvas de Alex Osterwalder.....	66
2.2.1.9	Modelo NABC	67
2.2.1.10	Modelo Lean Canvas.....	67
2.2.2	Emprendimiento étnico o inmigrante	68
2.2.3	Características de Migrantes	71
2.3.	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	72
	Inmigrante	72
	Emigrante	72
	Cadena de valor.....	72
	Migración.....	72
	Modelo de negocios	73
	CAPÍTULO III:.....	73
	MARCO METODOLÓGICO	73
3.1.	FUENTES DE INFORMACIÓN	73
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	74
3.3.	DISEÑO DE INVESTIGACION	76

3.4. VARIABLES	78
3.5. PARTICIPANTES DE INVESTIGACION	82
3.5.1 ESCENARIO DE ESTUDIO	83
3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	83
3.6.1. Población	83
3.6.2. Muestra	84
3.7. TECNICAS E INSTRUMENTOS	86
CAPÍTULO IV:	90
RESULTADOS	90
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	90
4.1.1. Medición de las variables independiente, dependiente e intervinientes.	91
4.1.1.1. Variable independiente cultura gastronómica	91
4.1.1.2. Variable dependiente emprendimiento	94
4.1.2. Variables intervinientes	99
4.1.3. Análisis dimensional por variable	102
4.1.4. Análisis de las dimensiones del emprendimiento gastronómico	108
4.2. DISCUSION DE RESULTADOS	121
4.2.1. Discusión de resultados objetivo general	121
4.2.2. Discusión de resultados objetivos específicos	122
CAPÍTULO V:	128
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
5.1. CONCLUSIONES	128
5.1.1. Objetivo específico e interrogante A	130

5.1.2. Objetivo específico e interrogante B.....	134
5.1.3. Objetivo específico e interrogante C.....	135
5.2. RECOMENDACIONES	138
5.2.1. RECOMENDACIONES PARA IMPLEMENTAR.....	138
5.2.2. PROPUESTA	140
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	146
APÉNDICES.....	152
APÉNDICE 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	152
APÉNDICE 2: RESTAURANTES DE IQUIQUE.....	155
APÉNDICE 3: GUÍA DE ENTREVISTA AL DUEÑO	158
APÉNDICE 4: GUÍA DE ENTREVISTA AL PERSONAL QUE FORMA PARTE DEL EMPRENDIMIENTO	166
APÉNDICE 5: INFORMACIÓNANALIZADA.....	176
APÉNDICE 6: CARACTERÍSTICAS DE LAS TEORÍAS.....	178
APÉNDICE 7: APLICACIÓN MODELO CANVAS ACTUAL.....	179
APÉNDICE 8: APLICACIÓN MODELO CANVAS PROPUESTA.....	182
APÉNDICE 9: VALIDEZ DE CONTENIDO.....	187

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores de medición de variable independiente.	79
Tabla 2 Indicadores de medición de variable dependiente.	81
Tabla 3 Entrevistas realizadas.	83
Tabla 4 Dimensiones, categorías y descripción.	85
Tabla 5 Entrevistados y restaurantes.	88
Tabla 6 Dimensiones.	102
Tabla 7 Citas por categoría.	103
Tabla 8 Citas por emprendedor.	104
Tabla 9 Categorías por dimensión.	105
Tabla 10 Resumen de citas por dimensión.	105
Tabla 11 Cuadro Análisis FODA.	106
Tabla 12 Distribución física de restaurantes en la ciudad de Iquique.	106
Tabla 13 Número de emprendedores con porcentaje de citas dentro de la categoría.	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ecosistema emprendedor	57
Figura 2 Modelo de Porter general.....	60
Figura 3 Cadena de valor de Porter.....	61
Figura 4 Entorno de empresa según modelo de Porter	63
Figura 5 Dimensión visión estratégica.....	110
Figura 6 Dimensión factores internos y externos.....	114
Figura 7 Dimensión factores motivacionales.....	117
Figura 8 Dimensión factores personales.	119

RESUMEN

La presente tesis doctoral tiene como objetivo determinar la influencia de la cultura gastronómica peruana sobre el emprendimiento de inmigrantes en la ciudad de Iquique, periodo 2016 -2020. En el análisis de la información obtenida a través de la aplicación de las técnicas de encuestas y entrevistas a los dueños o administradores de los restaurantes de gastronomía peruana en el norte de Chile, región de Tarapacá, ¿específicamente en la ciudad de Iquique (zona geográfica cercana al sur del Perú) en el periodo 2016 - 2020? Chile. La investigación es de tipo correlacional y causal. Los indicadores de la variable independiente Cultura Gastronómica son: sexo, edad, emociones, sentimientos, trabajos anteriores, emprendimientos anteriores, conocimientos, estudios relacionados, opiniones de nacionales, arriesgado, emprendedor, innovador, básica, media, técnica y profesional; y los indicadores de la variable dependiente son: balance financiero, estado de resultado, inversiones, paga o no paga impuestos, recibe o no beneficios, invertir, riesgo, cantidad de clientes atendidos, volumen de ventas, cumplimiento de metas por procesos, consultar a los clientes por nuevas necesidades, nuevos gustos, opiniones sobre gastronomía y tipos de maquinarias. El procesamiento estadístico se llevó a cabo en el programa ATLAS TI. Logrando concluir que los inmigrantes peruanos que emprendieron en gastronomía peruana en la ciudad de Iquique Chile muestran similitud de condiciones, donde sus anhelos de cambiar la situación en la que se encuentran junto a su familia, los llevan a tener una idea clara y segura de lo que desean alcanzar. Finalmente, es importante considerar que la gastronomía peruana ha logrado convertirse en uno de los pilares fundamentales de participación y crecimiento de la economía del Perú.

Palabras clave: *Cultura gastronómica, emprendimientos gastronómicos, inmigrantes, cadena de valor Porter.*

ABSTRACT

This doctoral thesis aim is to identify the influence between the Peruvian gastronomic culture and the immigrant entrepreneurship development in the city of Iquique, Chile, from 2016 to 2020. In the information analysis obtained through the application techniques from surveys and interviews to the Peruvian gastronomy restaurants owners or managers in Iquique city, Chile. The research is basic, correlational and causal. The indicators of the independent variable Gastronomic Culture are: sex, age, emotions, feelings, previous jobs, previous undertaking, knowledge, related studies, national opinions, risky, enterprising, innovative, basic, medium, technical and professional; and the dependent variable indicators are: financial balance, income statement, investments, payment or not payment taxes, receive benefits or not, invest, risk, number of clients served, sales volume, fulfillment of goals by processes, consulting customers for new needs, new tastes, opinions about gastronomy and types of machinery. The statistical processing was carried out in the ATLAS TI program. We can conclude that Peruvian immigrants who started the Peruvian gastronomy in Iquique city, Chile show similar conditions in which their desire to change the situation where they find themselves with their family, lead them to have a clear and sure idea of the goals they want to achieve. Finally, it is important to consider that Peruvian gastronomy has managed to become one of the main support of the Peruvian economic growth

Keywords: *Gastronomic culture, gastronomic enterprises, immigrants, Porter value chain.*

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la influencia que existe entre la cultura gastronómica peruana y el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá específicamente en la ciudad de Iquique (zona geográfica cercana al sur del Perú), periodo 2016 -2020, en Chile. Los emprendimientos de la gastronomía peruana llevados a cabo en la ciudad de Iquique describiendo sus inicios hasta el posicionamiento logrado hoy en día, identificando los aspectos más relevantes que han incidido, a través de la integración de los migrantes.

La posición de los inmigrantes peruanos va muy de cerca con la incertidumbre y desconocimiento de las regulaciones del país de destino y no lograr insertarse en un buen trabajo con condiciones laborales favorables.

Por lo tanto, la idea de emprender surge como alternativa posible ante condiciones adversas y se puede contextualizar que los emprendimientos necesitan de una idea y posterior toma de decisión para poner en marcha y aplicar toda la experiencia.

Para que esta investigación pudiese presentar las características de los emprendimientos en gastronomía peruana en la ciudad de Iquique en el periodo establecido. Fue necesario recopilar antecedentes a través de los entrevistados los cuales arrojaron que existen características personales y de esfuerzos que nacen de la esencia de cada emprendedor las cuales sobresalen ante las situaciones desfavorables, con las cuales conviven y que se transforman en fortalezas para dar inicio al emprendimiento.

Son las habilidades, las capacidades, sus conocimientos y sus experiencias las que determinan la base en qué actividad emprender.

En el caso de los inmigrantes peruanos se dan algunas condiciones favorables como hablar el mismo idioma y ser países fronterizos, permitiendo movilidad de la familia en la medida que las condiciones económicas lo justifican.

La presente investigación se estructura de la siguiente manera:

En el capítulo I se describe con detalle el problema de la inmigración y su relación con el emprendimiento y además se plantean las interrogantes y objetivos tanto general como los específicos.

En el capítulo II bajo el Marco teórico se mencionan desarrollos de tesis doctorales y artículos científicos relacionados con el tema de la inmigración y emprendimiento. A su vez dentro de las bases teóricas se desarrollan algunos tópicos principales relacionados a teorías administrativas tales como teoría general de sistemas de contingencia, ecosistema emprendedor y cadena de valor de Michael Porter. Finalizando con la descripción de cinco modelos de negocio.

En el capítulo III referenciado al Marco metodológico de la investigación, comienza con la definición de las hipótesis tanto general como las específicas. Detallando después el tipo, diseño, nivel, ámbito y tiempo de la investigación.

Para luego continuar con la definición de la población y muestra, como también el procedimiento seguido, técnicas e instrumentos aplicados.

Con respecto al capítulo IV denominado Discusión de Resultados. Se inicia describiendo el trabajo de campo realizado y la presentación de los resultados, además de sus respaldos y justificaciones correspondientes.

En el capítulo V muestra las conclusiones, una breve descripción de la relación entre el objetivo e interrogante principal y específicos. La propuesta, recomendaciones e investigaciones futuras.

Finalmente, en el capítulo VI se expone las recomendaciones para implementar, la propuesta y futuras investigaciones.

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años, el mundo considera fundamental el desarrollo de emprendimientos, en esta línea la Unión Europea ha desarrollado una serie de actividades y planes de acción para poner en valor los emprendimientos de las personas inmigrantes a fin de integrarlos de una mejor manera a la economía del territorio. De acuerdo, a la información sobre la migración a nivel mundial proporcionada por el Departamento de Economía y Estudios Sociales de las Naciones Unidas - *Department of Economic and Social Affairs, Population Division* [DESA], basada en la base de datos sobre el stock de migrantes internacionales 2019, indican que el total de migrantes internacionales llegan a 271,6 millones representando el 3,5% del total de la población mundial. Otros datos adicionales indican que el crecimiento anual de la población mundial es de 1,3% y el porcentaje de mujeres migrantes representan el 47,9% a nivel mundial.

Según la información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile [INE], Chile se ha convertido en un destino elegido por muchas personas migrantes de varias nacionalidades. Así, el total de extranjeros estimados llega a 1.251.225 personas, lo que representa un 6,5% del total de la población de Chile. Siendo más específico, se puede mencionar que el total de extranjeros en la región de Tarapacá 60.632 personas representa un 4,8% de la población total de extranjeros en Chile y a su vez, un 16,9% del total de la población de la región

(358 769 habitantes). A nivel de conformación por género, se puede mencionar que del total de extranjeros en la región de Tarapacá 51,7% corresponden a mujeres y 48,3% corresponden a hombres. Desglosando aún más la información se puede indicar que el total de extranjeros residentes en la región de Tarapacá, se concentran mayoritariamente en personas provenientes de Bolivia (27023); Perú (15 504); Colombia (4 886) y Venezuela (2 918), los cuales representan Bolivia (44,6%); Perú (25,6%); Colombia (8,1%) y Venezuela (4,8%), totalizando 50 331 extranjeros (83,1% del total de extranjeros). (INE, 2019).

Las principales ciudades de la región de Tarapacá son Iquique y Alto Hospicio las cuales concentran el 91,6% de la población extranjera de la región, Iquique (39 706;65,49%); Alto Hospicio (15 851; 26,14%) (INE, 2019). Con respecto a las principales actividades económicas de la ciudad de Iquique y sus alrededores son los polos atractivos para los extranjeros como el comercio internacional a través de la Zona Franca de Iquique [ZOFRI], Puerto Marítimo - uno de los principales puertos de mayor movimiento portuario de Chile-, gran minería del cobre, turismo, industria pesquera principalmente. En cuanto al comercio, la ZOFRI y el Puerto Marítimo, representan un polo y desarrollo comercial internacional muy importante por la cercanía de países limítrofes, y las grandes tiendas de *Retail* (Falabella, Ripley, Johnson, La Polar). Los sectores productivos, más sobresaliente, son la producción de harina y aceite de pescado y la extracción de cobre de tres grandes empresas mineras Quebrada Blanca, Cerro Colorado y Doña Inés de Collahuasi, en conjunto también con la minería no metálica. Finalmente, la ciudad de Iquique posee características naturales tales como un clima templado con temperaturas, muy agradables, un borde costero extenso con un balneario inserto en la ciudad apto para el baño sin representar riesgos y muchas playas; panorama desértico; atractivos de arquitectura del tiempo de la industria salitrera, muchos hoteles de gran nivel y restaurantes.

A continuación, se indica algunos factores que determinan la migración

internacional que son las mismas que influyen significativamente a la venida de peruanos al territorio de Iquique:

Un motivo principal para migrar es la expectativa de obtener en el extranjero mejores ingresos que en el país de origen» (CEPAL, 2003, p. 64).

Hay otras variables que también influyen de manera importante en la decisión de emigrar, como la fase del ciclo económico, la existencia de redes sociales de apoyo a los migrantes, las políticas migratorias y los costos de migrar, los conflictos bélicos, la discriminación étnica y la persecución política en el país de origen (CEPAL, 2003, p. 64). La migración internacional puede estar influenciada por fenómenos sociales y naturales; puede hacerse de manera voluntaria o por coerción (Gómez Walteros, 2010, p. 84).

En tanto estos factores causales pueden considerarse de la siguiente manera: en primer lugar, los factores que animan la emigración. En la actualidad, el diferencial de rentas per cápita entre países es un factor mucho más determinante de la migración. En segundo lugar, la feminización de la emigración, en muchos casos la migración femenina aparece asociada a actividades relacionadas con las tareas reproductivas en los países de destino, que refuerzan, aunque a escala transnacional, los roles tradicionales de género. En tercer lugar, la presencia de los “sin papeles”. La generalización de este contraste entre la demanda migratoria y su respuesta normativa hace que para un amplio colectivo de personas la experiencia migratoria se despliegue en un marco de desprotección legal. Al tiempo, este hecho facilita que en el entorno de la migración irregular se muevan mafias y redes de delincuencia que abusan de los emigrantes. Quizá el caso más extremo es el de la trata de personas, en el que el desplazamiento del emigrante aparece asociado a fines de explotación sexual,

crimen organizado, abusivo o manifiesta explotación económica.

De otro lado, los avances en la tecnología de las comunicaciones han hecho que el contacto entre las comunidades de origen y destino sea casi cotidiano, dando lugar a toda una gama de transacciones y de iniciativas de comunicación. Las remesas son sólo una parte de esas transacciones: también se han desarrollado otros flujos asociados a las comunicaciones, a las compañías de transporte o al comercio de productos nostálgicos. Toda una red de comunicaciones, iniciativas y emprendimientos aparecen vinculados a las relaciones entre las comunidades de origen y las diásporas en los países de destino» (Alonso, pp. 9-10).

En tanto las redes de confianza en el país de destino, disminuyen el riesgo para el asentamiento del migrante. Las migraciones internacionales afectan tanto en el país de origen como en el destino, se desea superar las condiciones económicas y sociales. Mejorando las condiciones de vida y de trabajo en el país de destino, y superar las condiciones de pobreza en el país de origen. De otro lado, la búsqueda de una vida mejor para uno mismo y su familia. Mientras mayor sea la inestabilidad en el mercado de origen y mayor estabilidad en el mercado de destino, mayor será la presión migratoria. Entre los efectos más importantes encontrados en torno a la migración son:

- La estrategia de la UE para promover los emprendimientos de las personas migrantes reconoce que el emprendimiento es un poderoso motor del crecimiento económico y que las personas migrantes representan un grupo importante de emprendedores potenciales (UNCTAD, 2018, p. 41). Se producen dos efectos con los profesionales con estudios superiores del país origen del que emigran, primero surge el concepto de *brain drain* y en el país receptor se produce *brain waste* por

no aprovechar a esos profesionales, que terminan realizando funciones de menor categoría.

- Las disparidades de ingresos entre distintos países.
- Las diferencias de políticas laborales y migratorias de los países de origen y de destino.
- Los conflictos políticos.
- El continuo envejecimiento de la población y la disolución del núcleo familiar. A raíz del punto anterior ha surgido un nuevo ámbito de trabajo relacionado con el cuidado familiar, y esos oficios son realizados por mujeres inmigrantes. Generándose las “cadenas de afectos” a escala internacional (siendo acogidas en las familias del país de destino).

La experiencia nos indica que los emprendimientos sí contribuyen al desarrollo económico de los países de origen, así como, incentivan la innovación, la creación de empresas y generan empleo. En el aspecto humano, se valora en el país receptor que el migrante domine el idioma y conozca la cultura propia del país produciéndose en forma más rápida su inserción en el ámbito laboral. El emprendimiento se ha transformado en una solución a los grandes movimientos de personas. Así las políticas y los programas desempeñan un papel importante en el apoyo a las actividades de emprendimiento de las personas refugiadas y migrantes y en la eliminación de los obstáculos a los que se enfrentan para participaren actividades económicas. (UNCTAD, 2018, p. 5). Los gobiernos, las instituciones públicas, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado pueden apoyar eficazmente las actividades de emprendimiento de las personas refugiadas y migrantes, con contribuciones significativas a su bienestar y con un impacto social positivo (UNCTAD, 2018, p. 5).

Por los motivos expuestos, es relevante estudiar el desarrollo de emprendimientos que empoderan a los migrantes en Iquique, a la vez, existen escasos estudios sobre este tema siendo un punto a favor de desarrollar la tesis

que permita conocer la cadena de valor usada en el desarrollo de emprendimientos hechos por migrantes en Iquique. En los años 2016 al 2020 se han desarrollado nuevos emprendimientos gastronómicos en la ciudad de Iquique los mismos que van de la mano con el mayor conocimiento y cercanía a la cultura peruana. Para revertir la problemática presentada la presente investigación, pretende demostrar mediante la recopilación y análisis de antecedentes y luego plasmar las conclusiones obtenidas, poder cambiar la opinión que se tiene en mente por la llegada de inmigrantes extranjeros al país y específicamente a la ciudad de Iquique que afectan negativamente a la economía de la ciudad, dificultando las posibilidades de encontrar trabajo a los residentes chilenos en la ciudad de Iquique.

La investigación permitirá respaldar que la llegada de los inmigrantes extranjeros a Iquique si contribuye positivamente a la economía, a través de los emprendimientos en gastronomía peruana, lo que se logra mediante sus habilidades, especialidades, conocimientos y experiencias laborales logran transmitir su cultura y dan ejemplos de negocios reconocidos y destacables. De esta manera el inmigrante logra insertarse laboralmente en la sociedad iquiqueña y a su vez comienza a cimentar su proyecto de vida, cuyos objetivos personales son concretar su emprendimiento mediante la estabilidad y sustentabilidad a través del tiempo, lo que con lleva también a un mejor pasar económico de su familia y proyección. A su vez, el emprendimiento gastronómico peruano, en la medida que se desarrolla crea fuentes de trabajo, al principio a su círculo más cercano, vale decir, familiares, posteriormente a compatriotas que tienen experiencia y conocimientos gastronómicos. El emprendimiento gastronómico le proporciona al inmigrante un empoderamiento de su negocio, de su entorno lo que le permite complementar e innovar en el servicio que está proporcionando.

Características de la gastronomía peruana

La gastronomía peruana es el conjunto de platillos y técnicas culinarias del Perú que forman parte de las tradiciones y vida común de sus habitantes, resultado de la fusión de la tradición culinaria del antiguo Perú con la gastronomía europea y otras

En 2011, la gastronomía peruana fue reconocida como «Patrimonio Cultural de las Américas para el Mundo» por parte de la Organización de los Estados Americanos. La cocina peruana es una de las cocinas más importantes en el mundo y un ejemplo de cocina fusión, debido a su larga historia multicultural, la cual se basa en la mezcla de los conocimientos culinarios del antiguo Perú con sus propias técnicas. La gran variedad de la gastronomía peruana se sustenta en tres fuentes: la particularidad de la geografía del Perú, la mezcla de culturas y la adaptación de culturas milenarias a la cocina moderna. Lima, la capital del Perú, es reconocida como la capital gastronómica de América. Una de las razones por las que se le denomina así, es porque posee el festival de comida más importante de América Latina, la Feria Gastronómica Internacional de Lima, conocida como Mistura. Adicionalmente, posee chefs altamente reconocidos a nivel mundial, entre los que destacan Virgilio Martínez y Pía León quienes han sido galardonados como los mejores del mundo en 2017 y 2021, respectivamente, así como Gastón Acurio, quien ha sido uno de los que más ha contribuido a la revalorización e internacionalización de la culinaria peruana.

A inicios del siglo XXI, la cocina peruana empezó a popularizarse fuera de sus fronteras. En el IV Congreso Internacional de Gastronomía Madrid Fusión 2006, realizado del 17 al 19 de enero de 2006, Lima fue declarada capital gastronómica de América, en tanto que el 12 de diciembre de 2012, el Perú fue distinguido en los *World Travel Awards*.

La gastronomía del país está registrada como una marca mundial, y por ende como producto bandera del Perú. Debido a esta rica variedad, su sabor y los alimentos empleados, la gastronomía peruana es constantemente premiada internacionalmente y sus chefs suelen obtener medallas internacionales que los distinguen. Un elemento destacable es su constante apertura a las innovaciones y el continuo desarrollo de nuevos platos, incorporando a la gastronomía la búsqueda continua de la experimentación y la vanguardia. Así como cada región conserva su riqueza culinaria, en la alta gastronomía destaca la mezcla de colores y de productos alimenticios, una muestra de ello es la llamada cocina Novo andina, un nuevo estilo culinario surgido en el Perú por el interés de los gastrónomos locales de retomar costumbres alimenticias del pasado prehispánico para recrearlas, rescatando y revalorizando así muchos de los ingredientes autóctonos.

La cocina peruana ha sido el punto de encuentro de diversas culturas, gracias a la inclinación por el mestizaje que ha caracterizado la historia del Perú. La cocina clásica peruana suele ser atractiva por su colorido y a veces por su matiz picante por las distintas variedades de ají, siendo este un ingrediente gravitante. Cocina costeña, cocina marina, cocina criolla, cocina andina, cocina de la selva. El 16 de octubre de 2007, la gastronomía del Perú fue proclamada Patrimonio Cultural de la Nación; esta declaratoria manifiesta que la cocina peruana es una expresión cultural que contribuye a consolidar la identidad del país. Con anterioridad a esta declaratoria, otros elementos de la gastronomía peruana fueron declarados Patrimonio Cultural de la Nación:

- El pisco, el 7 de abril de 1988.
- La pachamanca, el 8 de julio de 2003.
- El cebiche, el 26 de marzo de 2004.

- El pisco sour, el 7 de septiembre de 2007.
- La picantería arequipeña, el 23 de abril de 2014.”

“La cocina peruana ahora tiene un valor fundamental de gran atracción turística y cultural. Además, se complementa con su amplia variedad de sabores y fusiones al mismo nivel de las mejores del mundo”.

Perú y su alto aporte gastronómico en el mundo.

Hoy en día la gastronomía peruana es sin duda mucho más que solo un arte. Se trata de una auténtica manifestación cultural que, dada sus propias características, ha sido constituida como un potente atractivo turístico para todo el país y para su gente. De hecho, son muchas agencias de viajes que incluyen dentro de sus itinerarios la visita a determinadas regiones donde se expenden platos oriundos para experimentar el sabor y también conocer su historia ancestral. La gastronomía peruana se ha convertido en un componente esencial dentro de las travesías nacionales, excursiones y paseos de los viajeros locales y extranjeros. A pesar de tener raíces antiguas, es gracias a su reciente expansión ocurrida a mediados del siglo pasado, que se ha dado a conocer a nivel internacional. En fechas recientes, Perú fue designado por múltiples revistas especializadas como el primer destino culinario a nivel global, superando fácilmente a otras naciones competentes y no menos importantes como lo son Francia, España, Australia y la distinguida república China.

Además de su exquisita presentación, cuenta con el respaldo de figuras internacionales, siendo la más representativa de estas el famoso chef, escritor, conductor de televisión y hombre de negocios, Gastón Acurio. Todo un personaje que ha marcado un hito propio en su materia. Graduado en Pontificia

Universidad Católica del Perú, hoy en día lidera una compañía de más de tres mil empleados a nivel nacional. La gastronomía es amplia en todo el país y merece la atención para generar campañas nacionales e internacionales para publicitarlas. Y de esta forma se podrá convertir en un motivo de atracción turística para cada región.” (Medina G. , 2022)

“Perú es reconocido a nivel internacional por su exquisita gastronomía, cuenta con platillos de sabores exóticos, importantes restaurantes y chefs reconocidos. Es por ello, que ha destacado en eventos de talla internacional realizados en Estados Unidos, Barcelona, Milán y diversos países de América....“La gastronomía es hoy reconocida como motor de desarrollo y como el principal factor de identidad cultural, orgullo y optimismo de los peruanos (...) Vemos con optimismo el futuro, pero no podemos permanecer inmóviles, hay muchos aspectos de la gastronomía peruana que aún falta fortalecer para consolidar nuestro liderazgo. Estamos en la tarea, pero necesitamos el compromiso de todos””. (VISA Empresarial, 2022)

El crecimiento empresarial que trajo consigo el “boom gastronómico”, con la creación de empresas, oportunidades de inversión y trabajo para más peruanos en el país y en el exterior, ha tenido como principales factores la diversidad culinaria y la exquisitez de sus platos, que ha conquistado paladares exigentes, la aceptación abrió las puertas para la exportación de nuestros alimentos a diferentes destinos, generando toda una cadena de valor muy productiva con diferentes actores. Si bien es cierto, que la gastronomía ha tenido un constante crecimiento es necesario una mejor organización que se aleje de la

informalidad, con una estrategia clara que permita identificar el camino a seguir y que el desarrollo sea inclusivo y sostenible en el tiempo. La astronomía peruana es un elemento de identidad nacional y cohesión social, esto dio lugar al reconocimiento del potencial de la cocina peruana y que la población valore la gastronomía e hiciera causa común a partir de ella. Si bien la gastronomía constituía un elemento importante del turismo, ahora se ha convertido, en el elemento principal que influye en la decisión del turista, de visitar determinado lugar y disfrutar la gastronomía con todas sus manifestaciones.

La marca Perú.

Conseguir posicionar al Perú y a su industria gastronómica ha sido el resultado de más de tres décadas de trabajo y gestión del sector público y privado orientado a convertir a nuestra gastronomía en un motor de desarrollo, esto impulsado desde la sociedad civil. La Marca Perú, constituye un compromiso con el país, cuya tarea es impulsar el desarrollo mediante la oferta de bienes y servicios al mercado internacional. El fortalecimiento de la imagen del Perú necesita del apoyo de todos los ciudadanos.

La marca Perú es una herramienta promovida por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), cuyo propósito es incentivar el turismo y las exportaciones. Para lograr su cometido, propaga con eficiencia la oferta de valor de nuestro país. La imagen país se da a conocer mediante un símbolo que permite identificarla y lo diferencia de los demás. La revolución gastronómica peruana, trajo consigo un agresivo desarrollo de marcas que luego fueron franquiciadas dando lugar a la apertura de restaurantes dentro y fuera del país cuyos líderes más reconocidos son Gastón Acurio y Daniel Manrique. Otro factor importante es la continua innovación de nuevos platos, fusionando la cocina tradicional peruana con la italiana y

japonesa, dando como resultado una cocina de vanguardia muy atractiva para el turista. La presentación de la carta de platos refleja mucho la riqueza culinaria peruana, la fusión de sabores, la biodiversidad, presentando al mundo una gastronomía envidiable. La cadena de abastecimiento es clave y que es necesario reforzar y ampliar, implica también seguir creciendo con la exportación de productos fundamentales en la cocina peruana como el pisco, el ají amarillo, el rocoto, el ají panca, maíz cancha, etc. Es necesaria una política de crecimiento hacia afuera.” (Mendoza Urbina, 2021)

La pasión de los peruanos por su cocina se transmite a los turistas desde el primer momento que se ingresa a un restaurante, desde el conductor del bus, el taxista, la guía turística, etc. todos transmiten ese conocimiento profundo de la gastronomía de su país, de cuáles son sus mejores platos y qué restaurantes se deben visitar, es a través de estas interacciones en principio cotidianas con los visitantes que se ha desarrollado un factor por el cual en Perú se ha venido incrementando la demanda de servicios de educación gastronómica.

Entro los factores que conforman la propuesta de valor de la gastronomía peruana, se identifican tres aspectos que en conjunto actúan para armar dicha propuesta. El primer aspecto y básico que ha hecho de Perú una potencia gastronómica es la fusión de sabores y culturas: indígena, español y oriental ha generado claramente estos sabores reconocidos a nivel global, desde las chifas, ceviches, comida de mar hasta la famosa chicha morada son referentes mundiales que atraen a los extranjeros a visitar el país, la gran variedad de platos y sus significados son asombrosos. El segundo factor, que igualmente es muy importante es la apropiación de cada ciudadano por entender su propia gastronomía y transmitirla a los públicos, una vez que llegan los

turistas no solo es el cálido trato con el que te recibe si no que cada ciudadano es un embajador sincero que vende la idea de que su comida es la mejor y por lo tanto cada plato que van a disfrutar será deleite para el paladar, y es precisamente que desde marketing uno debe empezar a trabajar y es: hacer que las personas se apasionen por la marca. Todo lo anteriormente mencionado desemboca en que Perú tiene una sólida propuesta de valor para el mundo. Precisamente es lo que ha hecho de Perú un país competitivo” (Contreras Tovar, 2019)

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Interrogante Principal

¿En qué medida la cultura gastronómica peruana influye en el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique, periodo 2016 - 2020?

1.2.2. Interrogantes Secundarias

1. ¿En qué medida las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte influyen en el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes peruanos en la ciudad de Iquique?
2. ¿En qué medida las características personales influyen en la decisión de desarrollar emprendimientos de inmigrantes peruanos en la ciudad de Iquique?
3. ¿En qué medida los factores críticos de la cultura gastronómica peruana influyen en el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes peruanos en la ciudad de Iquique?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La temática de inmigración y emprendimiento se ha convertido en un tema relevante para los países del mundo, generando mucho interés e investigaciones al respecto. Constituyéndose en un pilar fundamental para enfrentar a una sociedad que no es la de su origen y que no le ofrece posibilidad de insertarse en ella. Identificándose dos grandes posiciones los emprendimientos por oportunidad y por necesidad, siendo el de oportunidad del tipo empresarial y el de necesidad por falta de empleo. El inmigrante emprendedor por oportunidad tiene características personales que lo identifican como tal, contar con una profesión muchas veces, conocedor del entorno, con una condición económica solvente. Lo que le permite visualizar con mayor exactitud la toma de decisión. El inmigrante emprendedor por necesidad normalmente no posee una profesión y su condición económica es baja. Y solo debe ejecutar teniendo en mente su situación de vida. El surgimiento de los emprendimientos étnicos se caracteriza por la escasez de recursos, físicos y monetarios especialmente, que les permita desarrollarse en mejores condiciones, recurriendo tanto a la familia como amigos.

Metodológicamente, a partir del uso del enfoque de investigación cualitativa se ha visto a través de entrevistas poder conocer la relación entre la migración peruana y el desarrollo de emprendimientos gastronómicos, usando instrumentos validados y técnicas de recolección y obtención de datos se puedan estudiar y analizar los resultados encontrados de este fenómeno en la ciudad de Iquique. De esta manera poder confrontar y comparar los resultados obtenidos de la investigación con estudios ya investigados.

La investigación sobre inmigrantes y emprendimiento se lleva a cabo por ser un fenómeno que ha ganado visibilidad en los últimos años. La recopilación de información de esta investigación más la bibliografía

concluye que el emprendimiento es una oportunidad de crecimiento personal de los migrantes, logrando mejorar su calidad de vida, percibir ingresos, y adaptación al medio laboral. Con los resultados obtenidos se podrá proponer estrategias que tiendan a: (i) invertir en educación, creando en las personas la motivación de ser emprendedor; (ii) soporte, mediante asesorías, acompañamiento y apoyo financiero; (iii) constar con un marco regulatorio que propenda al surgimiento de emprendimientos de personas inmigrantes.

La investigación sobre inmigración y emprendimientos muestra efectos positivos sobre el crecimiento económico y desarrollo. Contribuyendo a la sociedad de destino en aspectos culturales como en esta investigación la gastronomía, surgidos en un principio como negocios denominados étnicos. Los cuales surgen para atender y satisfacer a las comunidades inmigrantes extranjeras residentes en este caso en la ciudad de Iquique. El lugar de destino se ve beneficiado porque adquiere nuevos conocimientos. Erradicar en forma definitiva el pensamiento que toda la inmigración sea percibida como negativa cuando se le relaciona con la pobreza y delincuencia. El país de origen del inmigrante se verá beneficiado por las remesas que recibirá desde el país de destino que lo recibió, una vez que haya emprendido. Surge también el concepto del retorno de la migración. Cuando el inmigrante retorna a su país llevando consigo experiencias que no las tendría si no hubiese emigrado.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

Determinar la influencia entre la cultura gastronómica peruana y el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes en la ciudad de Iquique periodo 2016-2020.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Identificar las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en la ciudad de Iquique.
2. Determinar las características personales que influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes en la ciudad de Iquique.
3. Identificar la influencia de los factores críticos de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en la ciudad de Iquique.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

La presente investigación se complementa con un dossier de diez tesis doctorales y treinta artículos científicos, de los cuales en las referencias han sido enunciadas solo aquellos autores, informes, artículos de revistas, actas de conferencias relacionadas a las citas que se incorporaron en el proyecto de tesis. Investigar la influencia de la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique, es un tema relevante, porque se busca encontrar la forma de cómo la gastronomía del Perú ha logrado traspasar las fronteras y posicionarse desplazando otros tipos de gastronomía. Se busca entender cómo han sido las distintas estrategias, motivaciones y oportunidades utilizadas para emprender en el negocio de la Gastronomía Peruana, atrayendo clientela que difunden y traspasan entre sus redes esta nueva experiencia gastronómica.

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

2.1.1. Tesis Doctorales

En la tesis doctoral de José Antonio Vásquez Medina titulada “De la nostalgia culinaria a la identidad alimentaria transmigratoria: la preparación de alimentos en restaurantes mexicanos en Estados Unidos” del año 2015 tuvo por finalidad explorar las dinámicas sociales suscitadas a partir de la expresión de la

nostalgia culinaria entre los sujetos que participan en la preparación y elaboración de alimentos en restaurantes mexicanos en Estados Unidos. En este trabajo se analiza cómo la nostalgia dictamina los discursos y las prácticas operativas que se llevan a cabo al interior de las cocinas de los restaurantes mexicanos en tales localidades. Entre las principales conclusiones destaca que el sujeto es capaz de utilizar la memoria y la experiencia sensorial para desarrollar la labor culinaria y replicar los sabores de las preparaciones que se elaboraban en México. Así el migrante desarrolla habilidades culinarias que pueden ser observadas como un medio de agencia a través del desarrollo de la sazón. Se muestra cómo la nostalgia interviene en la regulación y operativización del conocimiento culinario empírico en los restaurantes familiares y cómo en este proceso están implícitos acuerdos y negociaciones de poder y de género en la organización laboral. Asimismo, se expone cómo la nostalgia se puede percibir en las maneras de gestión de este tipo de establecimiento. Esta investigación proporcionó un concepto que ha sido considerado para este proyecto de tesis, que es la nostalgia cómo influye en las costumbres y cultura de un país en lo gastronómico, para los inmigrantes.

En la tesis de Jonnathan David Loja Lojano; Verónica Gabriela Nugra Nugra que lleva por título “Factores psicosociales que influyen en los emprendimientos de personas inmigrantes en Cuenca” tuvo por finalidad del trabajo explorar los factores que dificultan y posibilitan que los inmigrantes residentes en Cuenca puedan crear y desarrollar sus emprendimientos. Por lo tanto, es relevante estudiar este fenómeno social, por dos razones: (i) desde la parte académica, existe una necesidad de profundizar la problemática social en Ecuador y en Cuenca y (ii) ofrecer información pertinente para crear, modificar o fortalecer las políticas sociales para la inclusión social de inmigrantes en Cuenca. Entre las principales conclusiones destacan que las motivaciones para emprender se relacionan con las motivaciones para salir de su país de origen, en

el caso del grupo de estudio, son motivaciones de subsistencia o por necesidad. Sin embargo, las ideas de negocio de los inmigrantes convierten su motivación por necesidad en una motivación por oportunidad, porque pretenden ayudar a otros inmigrantes y habitantes locales con plazas de empleo. Por otro lado, el contexto cuencano dificulta el desarrollo de emprendimiento por parte de inmigrante, principalmente por factores contextuales legales y culturales. Por el contrario, los factores que posibilitan que un inmigrante pueda emprender son las habilidades y experiencias que han refinado con la confianza de sus propias capacidades, el desarrollo de un plan de negocio y la creación de nuevas redes de trabajo. Dentro del desarrollo del proyecto de tesis, se considera estudiar cuáles son las motivaciones que determinan emigrar y emprender fuera de su país. Interesante haber conocido los conceptos *push* y *pull* asociados a la motivación.

En el trabajo de Zhikun Yu titulado “La actividad emprendedora de los inmigrantes: Un estudio de los emprendedores chinos en Andalucía” tuvo por finalidad estudiar los motivos de interés, entre los que se encuentran su capacidad de trabajo, su estilo de vida frugal, su carácter tranquilo o su alta propensión hacia la actividad emprendedora. Realizar este trabajo de investigación y poder contribuir con él a un mejor conocimiento de la realidad de la actividad emprendedora de los chinos en Andalucía, profundizando más allá de los tópicos y prejuicios convencionalmente aceptados o discutidos. Dando énfasis al capital social y lo consideramos como un posible factor determinante de la actividad emprendedora de los inmigrantes chinos en Andalucía, analizando cómo influye en el proceso de creación de empresas y qué efectos tiene en la calidad de la actividad emprendedora de los inmigrantes chinos. Entre las conclusiones indica que los inmigrantes suelen presentar una alta actividad emprendedora. Los resultados muestran que el capital social y el “*guanxi*” facilitan que los inmigrantes chinos se conviertan en empresarios y favorecen la innovación, la

asunción de riesgos, la proactividad y el crecimiento de las empresas chinas.

En la tesis de Bribilia Cota Cabrera, titulada “La creación de pequeños negocios de inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona”. Tuvo por finalidad enfocarse en analizar aquellos inmigrantes que deciden o se ven en la necesidad de trabajar por cuenta propia creando pequeños negocios. Desde esa perspectiva, las investigaciones se enfocan en los factores que inciden en la creación de negocios por parte de inmigrantes de distintos orígenes nacionales. Entre las conclusiones indica que los recursos étnicos forman parte de la cultura del grupo e incluyen valores, actitudes, liderazgo, solidaridad e instituciones mientras que los recursos de clase hacen referencia al estratosocial de donde provienen los inmigrantes y al grado de educación con el que cuentan. Muchos son los factores que de alguna manera han influido en la creación de negocios por parte de inmigrantes en Estados Unidos. Sin embargo, la puesta en marcha de un negocio muy difícilmente se explica a partir de factores aislados, sino que es el resultado de la interacción de distintos componentes y de la manera en la que el inmigrante hace uso o tiene acceso a ellos. El argumento principal de esta investigación desde mi punto de vista es que la creación de negocios por parte de inmigrantes se relaciona con tres aspectos: (i) las características propias del individuo, entre ellas sus habilidades y conocimientos, (ii) las redes sociales en las que se ve inmerso a su llegada al país de destino y, (iii) las estructuras de oportunidad que le ofrece dicho país o ciudad destino.

En el trabajo de tesis Doctoral de Alejandra Arroyo Martínez Sotomayor titulado «Migración y Emprendizaje: El caso de los emigrantes españoles emprendedores en México», tuvo como finalidad estudiar las empresas creadas por inmigrantes españoles en México, encontrándose a lo largo de la investigación que varias fueron creadas durante la época del exilio cuando

llegaron amigos y familiares o bien coterráneos que se incorporaron o iniciaron actividades empresariales. Tratando de estudiar los procesos de creación de empresas en el contexto migratorio su desarrollo y crecimiento. Y también estudiar además los procesos de exportación e internalización de sus empresas facilitados por los acuerdos políticos y comerciales entre las naciones. Entre las conclusiones destacan que mayoría de las empresas han sido heredadas, continuadas y expandidas hacia la internalización hacia otros países en Europa o EE. UU. porque los nietos poseen estudios profesionales. Lo difícil que es exportar debido a los trámites. Las características más representativas de las empresas estudiadas son de carácter eminentemente familiar. Los empresarios están conscientes de que las asociaciones y los clubes constituyen foros para ideas, lugares de encuentro para los económicamente poderosos y espacios generadores de conciencia de clase. La innovación es la herramienta más efectiva para conquistar nuevos mercados, pero con mucho riesgo por la incertidumbre. Para ser competitivo en el panorama internacional es necesario establecer procesos orientados a la innovación tecnológica en el ámbito empresarial I+D+i donde el fomento de la cultura de la innovación se presenta como un reto cada vez mayor en el sector empresarial.

En la tesis doctoral de Mirian Jiménez Sosa, titulada «El emprendimiento social ¿Un mecanismo de integración de la población inmigrante?» tiene como finalidad dar respuesta a las siguientes preguntas, que guiaron esta investigación: *¿Cuáles el factor de activación del emprendimiento social, que aumenta la integración sociolaboral, educativa y de participación social de los colectivos de inmigrantes? ¿Es diferente ese factor al de la población española?* La presente investigación ha tenido el objetivo de analizar el efecto del emprendimiento social, en el proceso de integración de los inmigrantes. Y para ello, eligieron trabajar en el análisis de tres variables el nivel educativo, la

inserción laboral y la participación social. Como conclusión se determina que mediante el emprendimiento social y desde su propia experiencia, el sujeto inmigrante trata de combinar sus aspiraciones y sus talentos para favorecer su integración, en una sociedad que no está preparada para incluirlo y que de otra forma lo dejaría al margen. Por lo tanto, se propone que falta aprovechar la capacidad de agencia de estos colectivos, para impulsar el emprendimiento social. Ahora bien, esto requiere que los inmigrantes tengan acceso al mismo, no como una opción de autoempleo en situación de precariedad, sino como una disposición que activa su desarrollo humano.

En el trabajo de tesis doctoral de Virginia Navajas Romero, titulada «Emprendimiento y migración: análisis del proceso y factores críticos», tuvo como finalidad abordar el estudio de la inmigración que emprende por cuenta propia, centrándose en la inmigración internacional, es decir, aquella que corresponde a personas de otros países que, en nuestro caso, vienen a España. Además de conocer las principales dificultades a las que se enfrentan los inmigrantes que inician una actividad por cuenta propia, convirtiéndose en emprendedores. Se logra concluir que una caracterización de las características del emprendedor inmigrante en España se constata que los problemas a los que se enfrentan los inmigrantes que quieren desarrollar una actividad económica por cuenta propia se intensifican tras la crisis económico-financiera que se inició en el año 2008.

En la tesis doctoral desarrollada por Pablo Baeza Virgilio, titulada «Dinámicas migratorias transnacionales: el caso de los inmigrantes sudamericanos en Santiago de Chile». Se centró en la inmigración sudamericana en la ciudad de Santiago de Chile. Donde se analizan los elementos políticos, económicos y sociales que conforman el espacio social de incorporación en el

que los inmigrantes se insertan. En esta investigación se plantean los siguientes objetivos: (i) Analizar los elementos políticos, económicos y socioculturales que configuran el espacio social de incorporación que recibe a los inmigrantes sudamericanos en la ciudad de Santiago de Chile, (ii) identificar las características, magnitud y sentido de las prácticas transnacionales que los inmigrantes sudamericanos despliegan en Santiago de Chile, (iii) Comprender el impacto que las prácticas transnacionales generan tanto en los sujetos migrantes sudamericanos como en el espacio social de incorporación de la ciudad de Santiago de Chile. Como conclusión la investigación contribuyó a conocer empíricamente aspectos de los flujos migratorios más relevantes en Santiago: la inmigración intrarregional sudamericana. Además, la investigación brindó una nueva perspectiva al conocimiento de la realidad migratoria que vive Chile en general y la ciudad de Santiago en particular.

La investigación titulada «Influencia de la Gastronomía Peruana a nivel mundial» de Marlon David Guzmán Martínez aborda el tema de la gastronomía peruana y el gran aporte que ha tenido para contribuir con el desarrollo económico sostenible del país. Los diversos platos típicos son considerados en el mundo unos de los mejores, es por esto, que muchos visitantes y locales le apuestan a la cocina peruana esperando de ellos calidad y servicio, así fortaleciendo la gran fama mundial y acogida que tiene la gastronomía de este hermoso país debido a sus platos. En los últimos años la gastronomía peruana ha encontrado un espacio muy importante para el reconocimiento mundial todo esto se debe a la diversidad y buen sabor de sus platos, pero también hay que preguntarse qué tanto provecho les ha sacado a estas ventajas. El objetivo de esta investigación fue abordar la dimensión gastronómica peruana desde la administración de los recursos y su incidencia en el desarrollo sostenible.

En la actualidad, la gastronomía peruana ha sido reconocida y galardonada a nivel mundial a través de festivales gastronómicos realizados en

Europa, América del Norte y América del Sur, considerado uno de los más importantes en el mundo, donde ha tenido oportunidad de presentar sus mejores platos y bebidas por reconocidos chefs peruanos, consiguiendo fortalecer su fama culinaria pues la ciudad de Lima fue declarada capital gastronómica de América Latina. Como conclusión, de la indica que la gastronomía peruana ha sido influyente en el crecimiento económico de este país, debido a que ha impulsado la visita de turistas a nivel nacional y/o restaurantes peruanos a nivel mundial por la variedad de platillos, ingredientes diversos, mixtura de sabores.

En la investigación denominada «La gastronomía peruana y su aporte para el mundo», caso práctico de Mendoza Urbina, Luis Alberto, indica que la gastronomía peruana, como instrumento de identidad, representa también un contacto poderoso con diferentes culturas que nos han heredado valiosos saberes. En ese sentido nuestra gastronomía con sus ajustes puede convertirse en principal exponente a nivel mundial. La riqueza culinaria del Perú es consecuencia del trabajo minucioso de nuestros ancestros y de su interacción con un medioambiente difícil y procesos históricos cambiantes, así como también del desarrollo constante y flujo de valores, sabores y valores por miles de años. La evolución pudo lograrse con un concepto culinario atractivo y de alto valor, basado en elementos como la diversidad de insumos, la influencia del mestizaje y su reconocimiento como centro de domesticación de alimentos y haber convertido nuestra gastronomía en un elemento de identidad nacional y cohesión social, esto dio lugar al reconocimiento del potencial de la cocina peruana y que la población valore la gastronomía e hiciera causa común a partir de ella.

2.1.2. Artículos Científicos

En la “*Guía Informática sobre políticas de emprendimiento para personas migrantes y refugiadas*” realizada por los organismos internacionales OIM ONU MIGRACIÓN - UNHCR ACNUR - UNITED NATIONS, en el año 2018 tuvo por finalidad conocer los objetivos de las seis esferas prioritarias del Marco de Políticas de Fomento de la Iniciativa Emprendedora: (i) formulación de una estrategia nacional de fomento de la iniciativa emprendedora; (ii) optimización del marco regulador; (iii) fomento de la educación emprendedora y el desarrollo de habilidades; (iv) facilitación del intercambio de tecnología y la innovación; (v) mejora del acceso a la financiación y (vi) fomento de la concienciación y el establecimiento de redes. Entre las conclusiones se encuentran las iniciativas centradas en cambiar activamente el estigma al que se enfrentan las personas migrantes y refugiadas. Programas de apoyo a la adaptación de productos, servicios y tecnologías de los países de origen. Fomentar el comercio nostálgico y los bienes del patrimonio cultural de los países de origen. Esta guía es un tremendo trabajo que proporciona información relacionada con la migración y el emprendimiento, como motor de progreso económico.

En el documento denominado “Globalización y migración internacional: la experiencia latinoamericana” desarrollado por Solimano Andrés en el año 2003. Tuvo por finalidad examinar cuales son los factores que determinan la migración internacional y los regímenes políticos. Llegó como conclusión que el avance de la globalización de capitales y bienes se ha traducido en un enorme aumento de la movilidad internacional de las personas más calificadas y con altos niveles educativos. El documento permite conocer y analizar en el proyecto de tesis propuesto el rol de algunos determinantes económicos, sociales y políticos de la migración, como diferenciales salariales entre países, redes sociales de apoyo a migrantes, fases del ciclo económico, costos de migrar, políticas migratorias y regímenes políticos.

En el documento denominado “La Migración Internacional: Teorías y enfoques, Una mirada actual” desarrollado por Gómez Walteros, Jaime Alberto en el año 2010 tuvo por finalidad examinar las principales teorías y explicaciones conceptuales de la migración internacional bajo las escuelas económicas, sus causas y efectos. Llegó a la conclusión que la discrepancia sobre los efectos tanto en el país de origen como en el de destino puede estar fundamentada en la metodología, fuentes, rubros de valoración, espacio geográfico y período de análisis. De la misma forma, algunos de los resultados obtenidos en el corto plazo no se pueden garantizar en el largo plazo y lo mismo ocurre con las valoraciones realizadas en períodos de prosperidad y de crisis. Este artículo ha permitido profundizar en las causas y efectos, aspectos relevantes porque se produce la migración y el emprendimiento.

En el artículo sobre “Migración internacional y desarrollo: una revisión a la luz de la crisis” publicado por José Antonio Alonso en el año 2011 tuvo por finalidad conocer la dimensión y alcance, las migraciones constituyen en la actualidad una poderosa fuerza de cambio social e interacción cultural, pudiendo ser, al tiempo, un factor de desarrollo para los países implicados. Por lo tanto, cómo los gobiernos emisores y receptores pueden aprovechar las oportunidades que brinda la emigración, tratando de potenciar sus impactos positivos y de atenuar los negativos. La migración internacional puede ser un factor poderoso de desarrollo tanto para los países emisores como para los receptores, abriendo oportunidades también, y de forma muy importante, para los propios emigrantes. La migración puede enriquecer culturalmente a una sociedad, siempre que se trabaje en la mutua adaptación y en su más plena integración social. Tema muy difícil de llevar a cabo, por las barreras existentes.

Walter Alejandro Imilan en el trabajo «Restaurantes peruanos en Santiago de Chile: construcción de un paisaje de la migración» del año 2013 aborda la relación entre migración, estrategias de inserción y transformaciones del espacio urbano. El texto argumenta que la proliferación de restaurantes de gastronomía peruana en Santiago da forma a un paisaje de la migración, que opera como estrategia de inserción transversal para diferentes segmentos de la población peruana y como una forma de reconocimiento como “otro” por parte de la sociedad chilena. El documento concluye que la proliferación de restaurantes de gastronomía peruana en Santiago permite observar la relación entre migración y globalización a través de la formación de un paisaje de la migración, que sintetiza tanto elementos materiales como simbólicos en la ciudad de Santiago.

En el artículo denominado «Localizaciones para una espacialidad: Territorios de la migración peruana en Santiago de Chile», desarrollado por Alejandro Garcés H, del año 2012, tuvo por finalidad abordar algunas transformaciones del espacio urbano de Santiago de Chile que son inducidas o producidas a partir del proceso de incremento del flujo migratorio peruano de los últimos 15 años. Desde una perspectiva etnográfica y a través de las biografías y trayectorias individuales de los migrantes y de la observación de sus usos y apropiaciones de los espacios urbanos, se ha detectado la configuración de éstos como locus proveedores de recursos para las nuevas comunidades migratorias (Garcés, 2012). El artículo concluye con la presentación de tres formas de localizar la diferencia que la migración peruana introduce en la ciudad, localizaciones que en su interior anidan tanto dimensiones relativas a la reproducción social y económica del grupo migrante, como otras de orden simbólico, relacionadas con la construcción de sentidos de lugar y la producción

de espacios para la denotación y estigmatización de la migración peruana en Santiago. Sin embargo, antes de entender de manera mecanicista la emergencia de estos emprendimientos como respuesta a una supuesta necesidad cultural, parece más plausible comprender estos emprendimientos como formaciones condicionadas por la actuación de las redes migratorias.

En el documento denominado “Las motivaciones del emprendedor inmigrante: El efecto en la gestión de negocios y en los resultados financieros” desarrollado por Luís E. Valdez-Juárez, Elba A. Ramos-Escobar en el año 2018, tuvo por finalidad, analizar las motivaciones de los inmigrantes emprendedores y cómo influyen en la gestión empresarial y en la rentabilidad de las empresas establecidas en la ciudad de Tucson Arizona en EEUU. Para un gran número de gobiernos la inmigración representa un problema social, económico y político. Sin embargo, este hecho puede representar una oportunidad para impulsar el desarrollo y crecimiento. Una de las formas en las que los inmigrantes contribuyen en el desarrollo y crecimiento de estas naciones es a través del emprendimiento. Las conclusiones muestran que las motivaciones negativas y positivas influyen de forma significativa en la gestión empresarial y en la rentabilidad de las empresas. Además, la gestión empresarial tiene efectos significativos sobre la rentabilidad financiera de las empresas durante su periodo de vida.

En el artículo denominado “Vínculos transfronterizos: vida, movilidad y comercio en el barrio boliviano de Iquique, Chile”. El estudio del Barrio Boliviano de Iquique permite captar los vínculos laborales e interacciones económicas que dan lugar a prácticas sociales fronterizas y que se expresan en movibilidades en el territorio que no siempre implican el establecimiento o

sedentarización en el lugar de destino. El objetivo de este trabajo fue mirar cómo se constituye un espacio transfronterizo en la ciudad debido a la circulación de comerciantes y migrantes que llegan al barrio y que gracias a sus prácticas producen procesos de vinculación que conectan al norte de Chile con Bolivia. El estudio del barrio boliviano de Iquique ha supuesto un desafío desde el punto de vista teórico puesto que ha obligado a poner en relación los aportes de las teorías migratorias y de los estudios de frontera para buscar los puntos de convergencia que permitan caracterizar y definir lo que ocurre en dicho espacio.

En el documento titulado “La contribución de los inmigrantes a las economías de los países en desarrollo: Perspectiva general y recomendaciones de políticas”. Da una perspectiva general del proyecto de evaluación de la contribución económica de la migración laboral en los países en desarrollo como países de destino. Trata de explicar a los responsables de la elaboración de las políticas públicas en los países en desarrollo conocer mejor los efectos económicos de la inmigración laboral. Concluyendo que los inmigrantes tienen un desempeño relativamente mejor que los trabajadores nacionales en el mercado laboral, pero sus condiciones de trabajo son a menudo más deficientes. Es improbable que la migración laboral tenga efectos fuertes en factores estrechamente asociados con el crecimiento económicos. Recomendando adaptar las políticas de migración a las necesidades del mercado laboral. Además de crear sistemas de gestión de la migración que faciliten la movilidad laboral.

El artículo “El panorama de la inmigración: Tendencias, factores y políticas”, presenta una síntesis del panorama de la inmigración en los diez países socios del proyecto, evaluación de la contribución económica de la migración laboral en los países en desarrollo como países de destino. Presentando las principales tendencias de la migración en cada país, en particular comparando los volúmenes y flujos tanto de inmigrantes como de emigrantes y mostrando algunas de las características de los migrantes laborales. Tuvo como conclusión

un alto grado de informalidad en el mercado laboral puede fomentar la inmigración. La cercanía geográfica facilita la inmigración, la estabilidad política relativamente grande atrae inmigrantes. Coordinar mejor la gestión de la inmigración laboral, con los Ministerios de Trabajo y el Interior y los representantes de los trabajadores, puede mejorar los efectos de la inmigración.

El documento “Integración de los inmigrantes: Desempeño en el mercado laboral y capital humano”. Estudia los indicadores sobre el volumen del empleo de los inmigrantes en los diez países miembros del proyecto evaluación de la contribución económica de la migración laboral en los países en desarrollo como países de destino. Después pasa a los indicadores sobre la naturaleza y la calidad del empleo. La atención se centra en el cambio sectorial y ocupacional tanto de los trabajadores autóctonos como de los nacidos en el exterior. Es importante explicar que el nivel educativo y la experiencia de trabajo son factores que deben considerados para calcular las competencias de un trabajador. Se concluye que los inmigrantes tienen un desempeño distinto en el mercado laboral que los autóctonos. Los trabajadores inmigrantes suelen ser más activos en el mercado laboral se emplean con mayor frecuencia, y en ocupaciones de bajo grado de competencias. Se propone explorar como se relacionan los flujos de emigración con los de inmigración y con el desempeño de los trabajadores autóctonos no emigrantes en el mercado laboral. Examinar si los inmigrantes tienden a entrar en los sectores y ocupaciones que los trabajadores salientes dejaron vacantes, o si ocupan puestos totalmente distintos.

En el artículo “Aproximación teórica a la evolución, teorías, enfoques y características que han sustentado el desarrollo de las organizaciones” (Segredo, 2016) indica que en la organización existen tres elementos de vital importancia, el recurso financiero, el de sistemas, y los recursos humanos, éstos tienen que estar en constante cambio, buscando la actualización continua, al inducir la nueva reestructuración de la organización de acuerdo con los cambios internos y

externos. Las organizaciones se definen como “sistemas abiertos cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medioambiente. La naturaleza de esta relación es de interdependencia debido a que todas las partes del sistema afectan y son afectados mutuamente. Es decir, un cambio en una parte del sistema (subsistema) afectará a otras partes del sistema.

De acuerdo con el reporte “El contexto para emprender en Chile 2012” de GEM (GEM, 2012), indica que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente las economías son heterogéneas. Otro punto destaca que son los individuos quienes a través de su motivación y capacidad inician los nuevos negocios y éstos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, y las minorías desfavorecidas. Y por último que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y a su vez la única parte importante de la competitividad nacional que depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

En el ensayo “la gastronomía peruana como impulsora estratégica del turismo” de Angélica María Corredor Martín, describe que el Perú es un país que cautiva a sus visitantes por innumerables atractivos llenos de cultura, historia, y principalmente por el inmenso recorrido culinario de primer nivel que ofrece, representando concretamente un símbolo de peruanidad a lo largo de su historia experimentando un crecimiento turístico que aumenta cada año. El objetivo principal fue generar una reflexión en cuanto a la importancia gastronómica, el turismo e identificar la estrategia que permitió que la gastronomía impulsara el turismo en Perú, ya que estas variables lo avalan en

un lugar privilegiado teniendo en cuenta la imagen que perciben actualmente los turistas y de cómo de distintos enfoques de marketing es posible articular un país como punto de referencia turístico en donde la gastronomía juega un papel fundamental en el contexto peruano.

La investigación titulada “Factores que conforman la propuesta de valor de la gastronomía peruana” de Oscar Daniel Contreras Tovar, analiza la gastronomía peruana para conocer como los factores que conforman la propuesta de valor que no son fáciles de identificar y que finalmente son factores de éxito para las empresas, por eso se hablará desde la experiencia vivenciada en Perú, para desentrañar y entender qué los hace una potencia gastronómica a nivel mundial y por qué dicha propuesta de valor se mantiene vigente hoy en día, identificar estos aspectos son muy importantes para los profesionales de mercadeo, porque el analizar dicha propuesta de valor ayudará a entender cómo de los pequeños detalles, procesos, estrategias e ideas se forma y estructura el valor que toda empresa anhela transmitir al mercado y a sus clientes.

2.1.3. Antecedentes Nacionales

En la tesis de Miguel Piaggio Canivillo sobre la “Inmigración de peruanos en Chile y emprendimiento: El negocio gastronómico” del año 2006. Tuvo por finalidad tratar de conocer casos exitosos de emprendimientos peruanos en Chile, específicamente en el sector gastronómico. Entre las conclusiones indicó la importancia de describir la historia, visión y misión, estructura organizacional, análisis de la empresa, proceso de emprendimiento, biografía del emprendedor, puesta en marcha y la gestión percepciones del negocio por parte

de los trabajadores y clientes. Esta tesis se relaciona mucho con el proyecto de tesis propuesto, porque describe la trayectoria de un emprendedor inmigrante peruano que a fuerza de trabajo, esfuerzo, dedicación, constancia y superación logra su negocio gastronómico exitoso.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1 Teorías del Emprendimiento y Modelo de negocio

2.2.1.1 Teoría general de sistemas (TGS)

La TGS trata de aportar proposiciones que puedan ser aplicadas a la realidad. La TGS basa sus fundamentos en la interacción o interdependencia entre sus subsistemas que lo componen, teniendo límite con el entorno o medio ambiente donde se encuentra inserto, siendo un sistema cerrado (sin intercambio de información) o sistema abierto (con intercambio de información). En la TGS se consideran los siguientes factores:

- Entrada o insumo: es la materia prima.
- Salida o producto: es el resultado.
- Procesamiento: es el proceso de transformación de las entradas en salidas.
- Retroalimentación: es la información recibida desde el medio ambiente, que nos hace analizar nuestro producto.
- Entorno o medio ambiente: lo que envuelve al sistema.

Una de las características relevantes del sistema abierto es que le permite estar actualizado de los constantes cambios e informaciones generadas en el medio ambiente donde se encuentra, e incorporándolas en su proceso de transformación manteniendo un equilibrio. De esa manera el sistema abierto tendrá la capacidad de adaptarse al ambiente donde se encuentra y mantenerse

a través del tiempo desarrollando el producto por el cual surgió. Todo sistema debe considerar los siguientes elementos:

- Insumos: materiales para procesar, financiamiento, máquinas y personas.
- Proceso: transformación de los insumos.
- Respuesta al entorno: todo sistema debe adaptarse al entorno que lo rodea ya sea a sus insumos, recursos financieros, proceso y salidas.
- Indicadores: compras de insumos, nivel de producción, nivel de ventas, información procesada.
- Reestructuración: Tanto de personas como de maquinarias (obsolescencia).
- Coordinación: el sistema requiere de una administración general que coordine las funciones, toma de decisiones y planifique con el objetivo de lograr la misión.

2.2.1.2 Teoría de la contingencia.

De acuerdo con lo planteado por John Jairo Lozano la Teoría Contingencial plantea que hay una relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas apropiadas para alcanzar eficazmente los objetivos de la organización. En esta relación funcional, las variables ambientales se consideran variables independientes en tanto que las técnicas administrativas se toman como variables dependientes (Lozano, 2013). La teoría de la contingencia destaca la eficacia de las acciones administrativas emprendidas en una situación y reprueba de cierta forma la estandarización. Así pues necesariamente la tecnología, el tamaño y el ambiente son factores

imprescindibles en un plan contingente debido a que una diferencia mínima en la verificación de las empresas marca pauta inicial en la elección adecuada de la tecnología en sus producciones y procesos y de esto se deriva a su vez la estructura de la organización gracias a las diferencias y categorías tecnológicas, de esta manera es posible asegurar la correcta administración de los recursos evitando desperdiciarlos ya que de no ser así estaría en peligro su supervivencia para lo cual influye en gran medida el ambiente.

Es la posibilidad de que una cosa suceda o no suceda. Algo incierto o eventual, proposición cuya verdad o falsedad solamente puede conocerse por la experiencia o por la evidencia y no por la razón. Siendo los principales factores que afectan a la organización:

Ambiente

Es todo aquello que rodea externamente una organización o un sistema. Es el contexto dentro del cual ésta se halla inserta. En tanto sistema abierto, la organización mantiene transacciones e intercambio con su ambiente, lo cual permite que todo lo que ocurre externamente en el ambiente influya internamente en lo que sucede en la organización.

Tecnología

Junto con el ambiente, la tecnología es otra variable independiente que influye poderosamente sobre las características organizacionales (variables dependientes). Además del impacto ambiental (para muchos autores, imperativo ambiental) existe el impacto tecnológico (para muchos autores imperativo tecnológico) sobre las organizaciones. La estructura y el comportamiento organizacional son variables dependientes. Las variables

independientes son el ambiente y la tecnología. El ambiente impone desafíos internos. Para enfrentarse con estos dos tipos de desafíos, las organizaciones, independiente de su naturaleza o tamaño, se dividen en tres niveles organizacionales:

Nivel estratégico:

En este nivel se toman las decisiones y se establecen los objetivos de la organización.

Nivel Intermedio:

Compuesto de la administración media de la empresa, son personas que transforman las estrategias elaboradas para alcanzar los objetivos empresariales en programas de acción.

Nivel Operacional:

También denominado nivel o núcleo técnicos, es el nivel donde el trabajo básico está relacionado directamente con la producción de los productos o servicios de la organización. En este nivel se encuentran las máquinas y equipos, las instalaciones físicas, las líneas de montaje, las oficinas y determinadas rutinas y procedimientos programados dentro de una regularidad y continuidad que asegure el uso de los recursos disponibles y la máxima eficiencia de las operaciones.

También destacan factores externos que pueden originar contingencia a las empresas, son la tecnología y el ambiente, que al interactuar con los factores internos de la organización hacen que ésta adopte ciertas formas de estructura y comportamiento para su adaptación al medio externo. Así como

factores internos que pueden originar contingencias a las empresas:

- Recursos Humanos: la especialización necesaria para la operación.
- Recursos Materiales: equipo computacional y mobiliario necesario.
- Inversiones: equipos especializados y tecnología.
- Tiempo: establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.

El enfoque de contingencia busca comprender las relaciones dentro y entre los subsistemas, como también entre las organizaciones y su ambiente y definir los estándares de relaciones o configuraciones de las variables”.

2.2.1.3 Ecosistema emprendedor.

El emprendimiento es la actividad que involucra el proceso de creación de nuevas empresas, el repotenciamiento de las actuales y la expansión de las firmas en los mercados globales, entre otros aspectos clave. Guarda una estrecha relación con la dinámica productiva de los países, el crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de una fuerte cultura empresarial necesaria para el progreso. Ahora se utiliza frecuentemente el término espíritu empresarial como sinónimo de emprendimiento (Cueva, 2007, p. 46). Se puede argumentar que el emprendimiento es resultado de varios factores, entre los que podemos indicar incertidumbre ante las condiciones laborales de una persona, oportunidades que se logran detectar, mejoramiento de la situación económica, motivaciones personales, superación, por tradición familiar, entre otras. A su vez el emprendedor posee ciertas características, poseer la visión de anticiparse a las

oportunidades antes de ser vistas por otras personas. Por la condición económica que pueden poseer teniendo capacidad de financiamiento.

Desde el punto de vista de la administración estratégica, cuando hablamos de una idea de negocio, nos referimos a la formulación de una propuesta que implique la creación de valor para los clientes. (Cueva, 2007, p. 46).

De acuerdo con lo planteado por Andy García Peña un ecosistema emprendedor. Es la combinación de variables, que influyen al surgimiento del emprendimiento en una determinada zona geográfica, por lo que, a mayor desarrollo del ecosistema emprendedor, mayor probabilidad de que puedan surgir emprendimientos exitosos (García, 2019). Considera como variables del ecosistema emprendedor al gobierno que debe tener determinación, decisión y visión en las autoridades de los gobiernos regionales y locales para el desarrollo de los emprendimientos. El marco regulatorio e infraestructura que aporta al Acceso a infraestructura, laboratorios, y servicios básicos (internet, y otros) para favorecer el surgimiento del emprendimiento. Los fondos y financiamiento que son clave para el surgimiento del emprendimiento en un alto volumen. La cultura permite que el emprendedor debe ser valorado, deseado, y reconocido por la cultura/sociedad de un país, es decir revalorar el rol del emprendedor y su impacto en la sociedad, para permitir que más personas se atrevan a generar emprendimientos. El acceso a mentores, asesores y sistema de soporte donde el acceso al conocimiento a través de mentores, asesores, y un sistema de soporte para acceder a la “experiencia y conocimiento” en temas de emprendimiento. Las universidades como catalizadoras que aportan a la ciencia, investigación, y desarrollo de nuevas tecnologías genera un efecto multiplicador en el desarrollo del emprendimiento. Otros factores que se consideran como parte del ecosistema emprendedor son:

- Educación y entrenamiento. Trabajar desde las bases, es decir enfocados desde la educación básica hasta la educación superior.
- Capital humano y fuerza laboral.
- Capital humano: Un elemento importante, que depende de la ambición, visión y capacidades (idiomas, conocimientos) de los emprendedores para escalar con sus emprendimientos a nivel global.
- Fuerza laboral: desde especialistas hasta científicos, es necesario contar con estos recursos humanos, que permitan ejecutar los emprendimientos.
- Acceso al mercado local y global. La meta es el mundo, pero las barreras no deben frenarlo, por ello deben tener acceso al mercado local, a nivel nacional e internacional con el apoyo de su ecosistema.

Figura 1

Ecosistema Emprendedor



Nota: Diagrama del Ecosistema. Fuente: García, 2019.

2.2.1.4 Teoría de la cadena de valor de Michael Porter.

El modelo de gestión de Michael Porter llamada la Cadena de Valor. Recibe este nombre porque toma en consideración las principales actividades de una empresa, y el valor que aporta al producto final en la medida que éste se va desarrollando. Este modelo permite describir a la empresa detallando todas sus actividades e identificando sus fortalezas y debilidades. La Cadena de Valor de Porter, centra su análisis en las actividades desarrolladas por la empresa, que crean valor para ella, mediante el desarrollo de un producto final, el cual es transferido al mercado.

El modelo de Michael Porter se divide en dos tipos de actividades en Primarias o de línea y las actividades de Apoyo o Soporte. A continuación, describiremos como se conforman cada uno de estos dos grupos de actividades:

Las actividades primarias o de línea son aquellas que están relacionadas directamente con la generación del producto y su asistencia en la venta.

- Logística interior
Contar con los recursos, habilidades, capacidades, conocimientos, insumos necesarios para la puesta en marcha y partir la operación.

- Operaciones

Conocer los procedimientos que determinan la forma de operar de cada uno de los procesos.

- Logística exterior
Conocer el proceso de abastecimiento, saber quiénes son nuestros proveedores, cuáles son las fuentes de donde obtendremos los insumos, para procesar dentro del negocio.

- Mercadotecnia y ventas
Son los medios de difusión disponibles de nuestro negocio.

- Servicios
Cuáles son las fortalezas sobre la competencia. Determinar quiénes son nuestros competidores directos.

Las actividades de apoyo o de soporte sustentan a las actividades primarias apoyándose entre sí.

- Infraestructura de la Empresa
Detallar nuestros edificios, muebles, propiedades que sustentan nuestro negocio.

- Gestión de Recursos humanos
Saber cuál es nuestro know How, del capital humano que hace posible que nuestro negocio sea viable en el tiempo.

- Desarrollo de la Tecnología
Detallar cuáles son nuestros equipamientos tecnológicos que nos

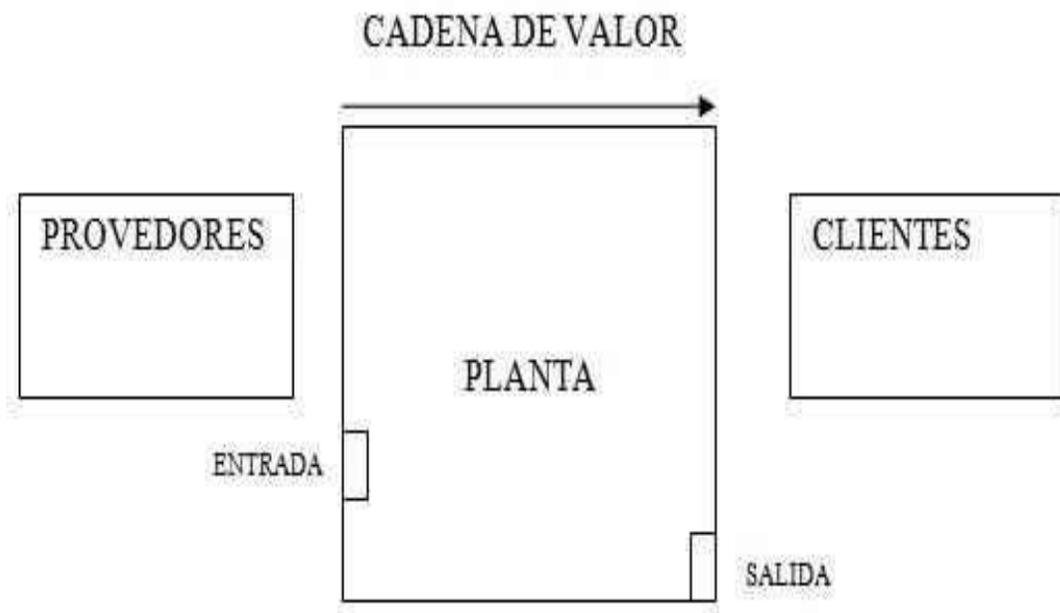
permiten ahorrar tiempo, disminuir costos y ser proactivos.

- **Aprovisionamiento**

Mantener un sistema de compras y de reposición de stock de insumos. soportado con bodegas y frigoríficos que nos permita controlar y reponer con prontitud nuestros insumos.

Figura 2

Modelo de Porter general.



Nota: Diagrama de modelo de Porter general.

Fuente: Gestipolis, 2005.

La esencia del análisis de la Cadena de Valor consiste en establecer el valor tanto en costo como en tiempo de cada una de estas actividades y su implicancia en las fortalezas y debilidades y de qué manera pueden contribuir en convertirse en una ventaja o desventaja competitiva. A partir de las conclusiones

resultantes de este análisis interno, podemos establecer una estrategia que nos permita mejorar nuestro valor como empresa y a su vez lograr un mejor posicionamiento en el mercado, en el cual la empresa está inserta. Aplicar cada una de las actividades de la Cadena de Porter en los Emprendimientos gastronómicos a estudiar, nos permitirá detallar y describir cómo se desenvuelven internamente y cómo se interrelacionan entre sí para ser viables en el tiempo.

La cadena de valor de Porter es un instrumento de gestión que permite posicionar de mejor manera a la empresa con respecto a la competencia, mediante un análisis de las operaciones que se realizan al interior de la empresa, lo que permite corregir y fortalecer aquellas debilidades que se detectan en pos de ser más eficientes. Estudiar la eficiencia de las empresas actualmente se ha transformado en un tema importante, basado en la gran cantidad de información y tecnología existente que contribuye a mejorar los procesos internos.

Figura 3

Cadena de valor de Porter.



Nota: Diagrama del modelo de la cadena de valor de Porter.
Fuente: Aiteco, 2020.

La teoría general de sistemas nos indica que los enfoques de las empresas deben necesariamente considerar hoy en día la opinión de los consumidores (retroalimentación), quién es en definitiva el que recibe y consume el producto fabricado y elaborado por la empresa. El entorno juega un papel crucial en su sustentabilidad en el mercado. Además, la evolución del mercado en el tiempo también se debe considerar relevante y estar atento a otros sectores tanto competitivos como influenciadores que determinan la permanencia de la empresa. Algunos intervinientes como el gobierno con sus políticas económicas, condiciones de los factores muy especializados de muy difícil imitación, la innovación está cada vez más involucrada, la estructura y la estrategia interna de la empresa debe adaptarse constantemente a los cambios que presenta el medio del mismo rubro, las condiciones de la demanda existente, todo influye para la empresa la cual no debe funcionar como una isla, sino más bien debe estar vinculada.

Figura 4

Entorno de empresa según modelo de Porter



Nota: Diagrama del entorno de empresa.

Fuente: Quispe, 2016.

2.2.1.5 Modelos de negocios.

¿Por qué es importante que las empresas de hoy cuenten con un modelo de negocios?. Se debe considerar los continuos cambios que afectan a las empresas de hoy, tales como nuevos competidores, cambios tecnológicos, reformas regulatorias, cambios en el comportamiento del consumo, nuevos clientes. Las empresas que no innovan en su modelo de negocio tienden por lo general a desaparecer.

2.2.1.6 Modelos de negocios – CORFO - Chile

CORFO es la agencia del Gobierno de Chile, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a cargo de apoyar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país junto con fortalecer el capital humano y las capacidades tecnológicas. Teniendo como principal objetivo, el de promover una sociedad de más y mejores oportunidades para todos (as) y contribuir al desarrollo económico del país.

“Un desafío de las organizaciones es generar ofertas de valor (en forma de procesos, productos y/o servicios) que les permitan diferenciarse de la competencia y ser preferido por sus clientes. Esto se hace cada vez más difícil en un mundo más globalizado, conectado y tecnologizado. En este contexto, los modelos de negocios son una herramienta para crear, capturar y desarrollar ofertas de valor atractivas “.
(Corfo,s.f.)

Una propuesta de valor atractiva no está limitada sólo al producto o

servicio que una organización pueda producir, también se debe diseñar como se piensa generar y entregar la solución, y la lógica económica que sustente esta nueva propuesta en el tiempo (Corfo, s.f.). El modelo de negocio debe establecer como las capacidades existentes de la empresa se orientan hacia una solución efectiva de las necesidades del cliente.

2.2.1.7 Diseñar un modelo de negocio.

Para desarrollar un modelo de negocio es necesario considerar las siguientes actividades identificar y orientar el trabajo para resolver la necesidad del cliente. Donde es importante reconocer cuáles son las capacidades que tiene la organización para resolver la necesidad. En relación con la oportunidad a enfrentar evaluar las posibilidades de cambio del modelo de negocio actual. Surgen cuatro dimensiones claves en un modelo de negocio, interrelacionadas y dependientes entre sí, para lograr generar ventajas competitivas.

- Propuesta de valor, basada en “problema/oportunidad”. Como definir la captura de valor.
- Recursos de la organización, personal, tecnología, instalaciones, equipamiento y capital.
- Procesos claves para gestionar y operar orientada al cliente”. (Corfo, s.f.)

“Las personas o colaboradores deben ser capaces de pensar en que los diferentes componentes de un modelo de negocio son parte de un sistema en el cual cada una de sus partes se condicionan entre sí y por esta razón, deben ser entendidas cada una en particular y al mismo tiempo interpretar la serie de relaciones que existen entre ellas”. (Corfo, s.f.)

Se cuenta con dos herramientas que buscan generar un marco para el

diseño y validación de las hipótesis propias en la generación de un nuevo modelo de negocios.

2.2.1.8 Modelo Canvas de Alex Osterwalder.

Modelo Lean Canvas, el cual corresponde a una versión adaptada de la metodología de Alex Osterwalder. En el repositorio de las universidades chilenas, se puede encontrar investigaciones relacionadas con modelos de negocios centrados principalmente en modelo Canvas, Lean Canvas, FODA y Cadena de Valor de Porter. Es una herramienta visual para analizar empresas ya instauradas y proponer nuevos escenarios. Y muy útil para la valoración de empresas que ya tienen una dinámica conocida en funcionamiento, pero no tan útil en el caso de startups o de pequeñas empresas que empiezan.

El modelo Canvas como herramienta contempla a la empresa como un todo, más que en funciones administrativas y actividades operacionales desconectadas que considera segmentos de mercado, propuestas de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos claves, actividades claves, asociaciones claves y estructura de costos.

- Factibilidad de modelo de negocio para la instauración de la comida étnica boliviana en Chile (Medrano Chulbert, 2014)
- Modelo de Negocios para CPI CHILE - Repositorio USM (Espinoza Ibarra, 2018)
- Diseño de un modelo de negocio para un servicio de análisis e indicadores sobre un contenido visual, asociado a proyecto AKORI. (Ruiz Moreno, 2014)
- Inmigración de peruanos en Chile y emprendimiento: el negocio gastronómico. (Piaggio Canivillo, 2006)

2.2.1.9 Modelo NABC

“El modelo NABC (Necesidad, Enfoque y diferenciación, beneficios y Competencia) es utilizado como primer filtro para la toma de decisiones en innovación, luego se presentan dos herramientas que buscan generar un marco para el diseño y validación de las hipótesis propias en la generación de un nuevo modelo de negocios”...“Una de estas herramientas es el modelo Canvas de Alex Osterwalder. Otra herramienta es el modelo Lean Canvas, el cual corresponde a una versión adaptada de la metodología de Alex Osterwalder”. (Corfo, s.f.)

El problema principal radica en responder las siguientes preguntas para cualquier tipo de innovación y en el orden correcto:

- ¿Cuál es el problema o necesidad que estoy resolviendo (Need)?
- ¿Cuál es mi enfoque o punto de vista para resolver este problema (Approach)?
- ¿Cuáles son los beneficios que tendría resolver el problema desde este punto de vista (Benefits)?
- ¿Cuál es el valor percibido y de costo respecto de las soluciones existentes (Costs)?

2.2.1.10 Modelo Lean Canvas

Es una herramienta que sirve para conceptualizar y diseñar el modelo de negocio de un proyecto, centrándose únicamente en aspectos claves como: la búsqueda de necesidades, las soluciones de problemas y la aplicación en los emprendimientos. Es

una de las herramientas estratégicas utilizada con negocios relacionados con la innovación, startups, proyectos en lo que hay mucha incertidumbre, nuevas formas de comercialización. Permite visualizar en forma completa las diferentes áreas de la empresa y cómo se relacionan entre ellas. El modelo es un sistema dinámico, no una colección de partes independientes y el cambio de un elemento tendrá impacto sobre uno o más elementos restantes. El modelo se compone de nueve módulos constituyendo la base de la herramienta llamada lienzo de modelo de negocio. Crean un diseño interrelacionado para la innovación. Segmento de clientes, propuestas de valor, canales, relaciones con los clientes, flujos de ingreso, recursos claves, actividades fundamentales, asociaciones claves y estructura de costos.

2.2.2 Emprendimiento étnico o inmigrante

En términos generales las teorías acerca de la noción de “economía étnica” o de “negocios étnicos”, así mismo como la de “enclave étnico”, tienen su origen o asiento empírico en los fenómenos migratorios que tienen lugar en los países desarrollados como sociedades de destino de los flujos de población. La economía étnica es la configuración de un proceso económico que se cierra sobre sí mismo, un proceso en que tanto capital, trabajo y mercancías son puestos en circulación por parte de unos empresarios de origen extranjero, y que apuntan a proveer de un conjunto de bienes y servicios para un grupo étnico o migrante. Así, podría entenderse que la economía étnica es un tipo de economía que se distingue por la fijación de una identidad cultural de quienes son titulares de estos negocios y su potencial clientela donde, como señalan algunos autores, los empresarios son aquellas personas dueñas de unos medios de producción que ponen en juego para extraer de ellos beneficio económico o un valor de mercado por los bienes y servicios que ofrecen (Garcés, 2011, p. 3).

Las iniciativas empresariales por parte de los inmigrantes están extendiéndose rápidamente en todo el mundo, esto se trata de un fenómeno en plena expansión, que está transformando productiva y fisonómicamente nuestra sociedad y que pone de manifiesto que la fuerza de trabajo inmigrante no sólo ocupa los puestos de trabajo vacantes en la sociedad receptora, sino que constituye por sí misma una fuente de creación de empleo (Parella, 2005). En este sentido, el desarrollar actividad empresarial por parte de los migrantes, genera una serie de características que facilita el generar desarrollo no sólo en el país de origen sino también del destino. En este sentido, el emprendimiento étnico también facilita la formalización no solo de la actividad económica sino del inmigrante dentro del territorio de acogida.

Tanto los estudios sobre mercado de trabajo como la investigación sobre inmigración han abordado el empresariado étnico y la auto ocupación de los colectivos inmigrantes y de las minorías étnicas como si se tratara de un fenómeno anómalo, confinado a posiciones periféricas, con escaso potencial de crecimiento, rasgos preindustriales y asociado a prácticas ilegales (Parella, 2005, p. 11)... Se destaca la propia capacidad de los inmigrantes para generar oportunidades de empleo en la sociedad de llegada, abriéndose el debate en torno a la llamada empresarialidad inmigrante; en concreto, a las razones que explican la mayor presencia de los inmigrantes —y, más concretamente, de determinados grupos étnicos— en el trabajo autónomo y el autoempleo (p. 12).

Entender que el emprendimiento o negocio étnico, son oportunidades que son vislumbradas por los inmigrantes en los países de destino haciendo uso de sus experiencias y habilidades logradas en sus países de origen y que logran surgir, crecer y consolidarse en el país de destino, tomando en consideración todas las regulaciones legales establecidas para la formación del emprendimiento. También son oportunidades por la falta de negocios del rubro, que son añorados por los demás inmigrantes, que

extrañan sus costumbres, principalmente su gastronomía y les produce nostalgia y recuerdos de su país. Y existiendo un gran conglomerado que anhelan desde el extranjero sentir que su cultura está presente en el país de destino, se convierte en un nicho laboral independiente del cual pueden generar recursos económicos y puestos de trabajo.

Además, el emprendimiento étnico surge como una necesidad del inmigrante ante la situación de no poder encontrar una fuente laboral que le permita sobrevivir, como también de las aspiraciones que deseen lograr en el país de destino. El emprendimiento étnico se crea como una unidad familiar, donde toda la familia realiza una función generalmente se inicia con poco capital, y que se difunde por las mismas redes de inmigrantes en el país de destino. El emprendimiento étnico, surge por lo general, en un espacio, que es habitado por una comunidad de inmigrantes provenientes de un mismo país, lo que facilita su creación y desarrollo.

El emprendimiento étnico en la era de la globalización tiene una relevancia fundamental, la movilidad de las personas entre países es hoy un tema común, traspasar las fronteras de un país llevando consigo una riqueza de aporte tanto social como de desarrollo económico. Permitiendo conocer nuevos aspectos y características de otro país que son creados en el país de destino por los inmigrantes sobre la base de los conocimientos adquiridos en su país de origen, los cuales desarrollan en beneficio propio y de su familia inicialmente porque se constituyen en una fuente laboral que les provee de ingresos económicos y estabilidad y que con la visión se va transformando en una actividad próspera y segura de mantención.

2.2.3 Características de Migrantes

El concepto Migración es una palabra que describe los desplazamientos de personas o familias por razones y circunstancias diversas, producto de situaciones políticas, económicas, invasiones, conquistas, conflictos armados, desastres naturales, entre otras. Por lo general, los migrantes se caracterizan por que provienen de naciones fronterizas o de países muy cercanos al país de destino:

- Son atraídos por el desarrollo económico del país de destino.
- Viajan con aspiraciones de mejorar su bienestar y condición económica, para su familia. Aspiración que no ha podido ser alcanzada en su país de origen.
- Buscan nuevas oportunidades laborales en el país de destino, siendo los emprendimientos culturales aportes económicos en el país de destino.
- A través de sus emprendimientos pueden contribuir al desarrollo de la ciudad donde se instalan.
- Generan fuentes de trabajo ya sea para sus propias familias como para sus contemporáneos.
- Logran instaurar su Cultura, cómo es el objetivo de la investigación de esta tesis, destacar como la Cultura Gastronómica Peruana se ha posicionado en la ciudad de Iquique.
- Los migrantes emprendedores pueden ser un mentor para los nuevos migrantes que llegan al país de destino, transmitiendo su experiencia.

Los emprendimientos de migrantes deben ser estudiados y analizados por instituciones de gobiernos, para que dictaminen leyes que permitan disminuir los obstáculos y propender a beneficiar la autogeneración de negocios.

2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Inmigrante

La definición de la Real Academia Española dice inmigrante relacionado a una persona: Llegar a un país extranjero para radicarse en él. O instalarse en un lugar distinto de donde vivía dentro del propio país, en busca de mejores medios de vida (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2018)

Emigrante

La definición de la Real Academia Española dice Emigrante relacionado a una persona: Abandonar su propio país para establecerse en otro extranjero. O Abandonar la residencia habitual en busca de mejores medios de vida dentro de su país (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2018)

Cadena de valor

Consiste en aquella herramienta de gestión, que nos permite analizar internamente una determinada empresa en forma integral, describiendo detalladamente cada una de las actividades que realizan estableciendo su interacción como sistema.

Migración

La definición de la Real Academia Española dice Migración, corresponde al desplazamiento geográfico de individuos o grupos, generalmente por causas económicas o sociales (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2018).

Modelo de negocios

El modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Existen distintos modelos de negocio, dependiendo de la etapa y tipos de empresas.

CAPÍTULO III:**MARCO METODOLÓGICO**

En el capítulo III se basa en el enfoque metodológico de la tesis doctoral. En este sentido se trabajó sobre el enfoque de investigación cualitativa que se ocupa de analizar los fenómenos sociales, a fin de entender de una mejor manera los problemas en el mundo en que vivimos. En ese sentido, se busca responder a preguntar sobre el comportamiento de personas migrantes del Perú hacia Chile en especial Iquique que a través de sus vivencias desarrollaron modelos de negocios interesantes de estudiar. Por tanto, escuchar y entender sus opiniones y actitudes de cómo se ven afectados los sucesos alrededor de sus emprendimientos es importante de estudiar. Este proceso de investigación se basa en un adecuado uso de procedimientos que permitan adquirir y crear nuevo conocimiento en base a la información recabada de los emprendedores encuestados.

3.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la tesis doctoral y siguiendo el enfoque cualitativo se vio por conveniente recopilar información sobre las dos variables a analizar: cultura gastronómica y emprendimiento de inmigrantes. Esta búsqueda de información se desarrolló considerando primero información secundaria publicada en los repositorios institucionales de las principales universidades tanto del Perú como en Chile principalmente. Tomando como periodo de análisis los últimos cinco años. La información se obtuvo de distintas bibliotecas virtuales y de organismos internacionales encontrando en cada una de ellas, como se ha visto en el capítulo del Marco Teórico argumentos y metodologías cualitativas para determinar las relaciones de estas variables. Las lecturas de los textos de investigación académica permitieron tener una mejor visión de las categorías o dimensiones a estudiar contribuyendo a enriquecer más la tesis doctoral.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación de tipo doctoral se desarrolla desde la perspectiva del enfoque o tipo cualitativo, el cual se eligió porque permite una mirada más amplia al basarse en experiencias en este caso del grupo de peruanos migrantes a la ciudad de Iquique y actitudes que les permitieron emprender y contar en este momento con restaurantes que tienen mucha acogida en la ciudad; además, el enfoque permite comprender las relaciones complejas en torno a la realidad estudiada.

Autores como Blasco y Pérez (2007) señalan que la investigación cualitativa supone la aproximación al sujeto que está en un mundo real para que nos ofrezca información sobre sus experiencias, opiniones, valores, etc., en un ámbito del saber determinado (p.34) Por su parte Hernández (2018) determina que la elección de un diseño o enfoque cualitativo va a responder al planteamiento del problema encontrando argumentos más abiertos y flexibles sin fronteras ni límites que a través de la codificación de datos producen teorías, generan categorías y temas, y se descubren

patrones que describen el fenómeno de interés y su significado para el investigador.

De igual manera, posibilita analizar los hechos relacionados con las interacciones sociales entre los protagonistas del desarrollo de emprendimientos fuera su país.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACION

En diseño de investigación proporciona el marco para la tesis de tipo cualitativa y esta referida para desarrollar el proceso de investigación. Al ser de un enfoque cualitativo este tiende a desarrollarse de una manera flexible y abierto y se ajusta en función a las condiciones del ambiente o escenario. El diseño de la investigación realizada fue de tipo explicativo. Dado que a partir de la experiencia vivida por los inmigrantes peruanos en la ciudad de Iquique y que tienen por característica contar con un restaurante que nace de un emprendimiento, trata de responder a los factores que contribuyen con la construcción de modelos de negocios interesantes de imitar y generar un tejido empresarial interesante en la zona de estudio. Según Hernández, et al (2018), está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta. Siendo el propósito de un estudio explicativo el poder establecer, a partir de los relatos obtenidos en las entrevistas con los participantes, para nuestro caso peruanos inmigrantes con restaurante en Iquique, formas de conducta, actitudes, comportamientos concretos de los inmigrantes que favorecen al desarrollo de emprendimientos gastronómicos. También busca profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados. La tesis se centra en este estudio en una de las interacciones más importantes al momento de desarrollar y mantener un negocio, es decir la relación entre el emprendedor y sus decisiones para lograr un negocio con valor donde la dedicación, cultura, y otros aspectos intrínsecos del inmigrante se vuelven preponderantes en el logro de una buena convivencia en el lugar de destino.

En la tesis doctoral buscamos evidenciar las interacciones más importantes que ha tenido en emprendedor inmigrante en la ciudad de Iquique y como sus elementos culturales, profesión entre otros han influido en sus decisiones y le han dado valor a su negocio. La intención de la tesis es generar reflexión sobre estos factores que

contribuyen a desarrollar un negocio en el país de acogida. En la investigación se describe la experiencia llevada a cabo por emprendedores inmigrantes en el ámbito de la gastronomía peruana. Tratando de responder preguntas que han surgido de un fenómeno social y cultural que llama la atención de la sociedad. La investigación se centrará en aquellas personas que han sido los actores de estas vivencias, los cuales mediante sus propias palabras narraron sus historias de vida, describiendo hechos y eventos, donde su opinión es el respaldo del fenómeno acontecido.

El diseño elegido para la investigación ha sido el etnográfico puesto que se parte de un análisis de preguntas sobre las características como estructura y funcionamiento de un sistema social, desde una familia o hermandad, hasta una mega ciudad (Hernández, 2018), en este sentido, el diseño etnográfico permitirá reconocer como han sido desarrollados los emprendimientos gastronómicos de inmigrantes peruanos en Iquique. El uso del diseño etnográfico permitirá tener una descripción y explicación de los elementos y categorías que integran el desarrollo de emprendimientos gastronómicos realizados por inmigrantes en la ciudad de Iquique, contando su historia y evolución de sus emprendimientos; entendimientos de las estructuras interacciones, lenguaje, reglas y normas como patrones de conducta, mitos y ritos, entre otros. La estrategias de análisis de datos se basa en el desarrollo de una triangulación con integración de las evidencias obtenidas en el desarrollo de las entrevistas a profundidad de los inmigrantes peruanos que tienen un emprendimiento gastronómico en Iquique.

Hernández (2018) también se refiere a que los diseños etnográficos pretenden describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades. La etnografía implica la interpretación profunda del grupo a estudiar, en este caso los inmigrantes peruanos que tienen un emprendimiento gastronómico en Iquique. Es estudio se baso en un diseño etnográfico de un estilo micro-etnográfico.

3.4. VARIABLES

Gastronomía peruana. variable independiente. Se caracteriza por ser:

- Exquisita.
- Variada, cada ciudad presenta platos típicos.
- Sabor, sazón y aromas únicos.
- Se entrelaza campo y cultura vivas.
- Cocina de Lima, Costa, Amazonía, Arequipa y Andina.
- Valoración y respeto de los insumos.
- Fusión cultural y conservación de técnicas ancestrales
- Posee reconocimientos mundiales:
 - World Travel Awards.
 - Mejor destino culinario del mundo en los últimos seis World Travel Awards. (Perú Travel, 2020)
 - Organización de Estados Americanos
 - Motivo de orgullo, resume gran parte de la historia del Perú.
 - Reconocida como Patrimonio Cultural de las Américas para el mundo (Perú Travel, 2020)
 - Food and Travel Magazine Reconocida por su calidad y creatividad. Mejor destino del año 2013 (Perú Travel, 2020)

En el capítulo IV Resultados, se encuentran registradas las observaciones de parte de los emprendedores en relación con la operacionalización de la

variable gastronomía peruana sobre la aplicación en el modelo.

Tabla 1

Indicadores de medición de variable independiente.

Aspecto	Indicador	¿Por qué medir?
Condiciones personales	Sexo, edad.	Para establecer rangos y segmentos.
Nostálgico	Emociones, sentimientos.	Para determinar la influencia.
Experiencia	Trabajos anteriores, emprendimientos anteriores.	Para evaluar la competencia en la viabilidad del emprendimiento.
Habilidad	Conocimientos, estudios relacionados.	Para evaluar la innovación en el emprendimiento.
Percepción	Grado de aceptación de los iquiqueños.	Para detectar el grado de aceptación
Características personales	Arriesgado, emprendedor, innovador.	Para determinar los rasgos más repetitivos.
Nivel de educación	Básica, media, técnica, profesional.	

Nota: Tabla de indicadores de medición de variable independiente.

Fuente: Elaboración propia.

Escala de medición

Al tratarse de una investigación cualitativa, la medición de cada uno de los aspectos de la variable independiente, han sido obtenidos de las propias grabaciones, las que son explicadas en forma detallada en el capítulo IV Resultados la variable independiente cultura gastronómica.

Emprendimiento variable dependiente.

Tratarse de una actividad de negocios que consiste en una intersección de conductas y acciones relacionadas a la creación del negocio, administración general, innovación, aceptación del riesgo y mejora continua. Además, se explica que el emprendedor es una persona con características muy particulares como el compromiso total, determinación, perseverancia, capacidad para alcanzar metas, orientación a las metas y oportunidades, iniciativa y responsabilidad. Las características pueden clasificarse en 3 grupos:

- *Factores motivacionales*: necesidad de logro, necesidad de desarrollo personal, necesidad de independencia y necesidad de escape, refugio o subsistencia.
- *Características personales*: Iniciativa personal, capacidad de decisión, aceptación de riesgos moderados, orientación hacia la oportunidad, estabilidad emocional, confianza, perseverancia, constancia y responsabilidad personal.
- *Características intelectuales*: Creatividad, imaginación, innovación, capacidad para analizar el ambiente.

Por último, el emprendimiento puede clasificarse según su razón:

- Por aprovechar una oportunidad: encontrar una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido o por una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
- Por necesidad: el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable o porque necesita de algún ingreso económico o por independencia. (Peña, 2019).

En el capítulo IV Resultados, se encuentran registradas las observaciones de parte de los emprendedores en relación con la operacionalización de la variable emprendimiento sobre la aplicación en el modelo.

Tabla 2*Indicadores de medición de variable dependiente.*

Aspecto	Indicador	¿Por qué medir?
Recursos financieros	Balance financiero, Estado de resultados, inversiones.	Para conocer la situación financiera del emprendimiento.
Tributación	Paga o no paga impuestos.	Emprendimiento ajustado a la ley o informal
Beneficios del Gobierno	Recibe o no beneficio	Para conocer que aportes del marco regulatorio existen.
Oportunidad	Invertir, riesgo.	Para identificar condiciones del mercado
Competencia	Cantidad de clientes atendidos, volumen de ventas.	Conocer cantidad de restaurantes del mismo nivel.
Gestión	Cumplimiento de metas por procesos.	Retroalimentar los procesos.
Visión de futuro	Consultar a los clientes por Nuevos gustos, opiniones sobre gastronomía.	Para conocer las preferencias de los clientes en el ámbito gastronómico y anticiparse a esos cambios.
Tecnología e innovación	Tipos de maquinarias	Saber si la tecnología mejora el emprendimiento.

Nota: Tabla de indicadores de medición de variable dependiente.

Fuente: Elaboración propia.

Escala de medición

Al tratarse de una investigación cualitativa, la medición de cada uno de los aspectos de la variable dependiente, han sido obtenidos de las propias grabaciones de los entrevistados, las que son explicadas en forma detallada en el

capítulo IV Resultados la variable dependiente emprendimiento. Mediante la utilización del programa ATLAS TI, cada una de las grabaciones se transcribieron a un Word donde se obtuvieron citas las cuales fueron categorizadas en: amenazas; apoyo externo; apoyo familiar; aprendizaje; debilidad; decisión de emprendimiento; emprendimiento en desarrollo; equipamiento; estadía en Chile; fortalezas; infraestructura; *insight*; logística; logros; logros familia; motivación; nivel de estudios; oportunidad. Y posteriormente, estas categorías de acuerdo con su pertenencia se agruparon en dimensiones: Visión estratégica – Factores internos y externos – Factores Motivacionales – Factores personales.

De toda la información recopilada han surgido los análisis cualitativos descritos.

3.5. PARTICIPANTES DE INVESTIGACION

Emprendedor inmigrante peruano del rubro gastronómico. La búsqueda de los restaurantes en la ciudad de Iquique cuya especialidad es la gastronomía peruana se concentró en una primera fuente la web (internet). De allí se obtuvo información de las direcciones, números de teléfonos y correos. Mediante llamados telefónicos se contactó a emprendedores explicando el objetivo de la investigación, logrando obtener consentimientos voluntarios de algunos de ellos para llevar a cabo la entrevista. De esa manera, se trabajó las entrevistas con la muestra seleccionada. Las entrevistas fueron realizadas de la siguiente manera:

Tabla 3*Entrevistas realizadas.*

Fecha	Hora	Nombre Entrevistado	Nombre Restaurante	Duración de Entrevista
03.03.2020	14:00 horas	Iván Medina Gallardo	Restaurante Kiru	2 horas
07.03.2020	19:00 horas	Ronald Carlos Villasante	La Picada de Ramesh	2 horas
15.04.2020	15:00 horas	Rubén Paolominos López	Queen Pollo	1,5 horas
18.04.2020	18:30 horas	Yury Huamanzana	Chef de restaurante	1,5 horas
24.11.2020	20:00 horas	Yarela Chia	El Tercer Ojito	2 horas
25.11.2020	20:00 horas	Mario González	Restaurante Neptuno	2 horas
26.11.2020	20:00 horas	Yony Pary	Chef de restaurante	1,5 horas
27.11.2020	21:00 horas	Francisco Sepúlveda	Restaurante Don Pancho	1.5 horas
28.11.2020	15:30 horas	Raúl Buena	Restaurante Rayu	2 horas
28.11.2020	18:00 horas	Fabio Fang	Restaurante Sol Oriental	1,5 horas
29.11.2020	12:00 horas	María Chumacero	Restaurante Sabor del Inca	1,5 horas
29.11.2020	15:00 horas	Miguel Vega	Chef de restaurante	1,5 horas

Nota: Tabla de entrevistas realizadas.

Fuente: Elaboración Propia.

3.5.1 ESCENARIO DE ESTUDIO

La presente investigación se aplicó en el norte de Chile, región de Tarapacá específicamente en la ciudad de Iquique, considerando los emprendimientos de inmigrantes peruanos, a partir del año 2016 hasta 2020, que han posicionado la cultura de la gastronomía peruana, más allá de sus fronteras. La investigación se comenzó a desarrollar a partir del mes de marzo del año 2020.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1. Población

Dentro de la ciudad de Iquique existen diferentes barrios dedicados a la venta de comida de diferentes nacionalidades. El gran número de establecimientos gastronómicos que ofrecen comida peruana, surgidos en distintos sectores en la ciudad de Iquique, dan cuenta de la gran aceptación por

parte de la clientela. Para seleccionar la población a estudiar, se recorrió los diversos sectores de la ciudad identificando los lugares de venta de comida de gastronomía peruana.

Se estableció una segmentación del mercado existente, concentrándonos en los establecimientos cuya ubicación era central y sur, infraestructura formal, publicidad radial o en otro medio comunicacional, con reconocimiento por parte de clientes, información de opiniones obtenidas por la página web (internet) del establecimiento, referencias proporcionadas por amigos. Logrando determinar 29 establecimientos gastronómicos que cumplieran con esas características. Los cuales se presentan en el Apéndice 2.

El investigador de esta tesis se contactó tanto telefónica como personalmente con cada uno de los establecimientos, explicando el objetivo de la presente investigación, para lograr una respuesta positiva y voluntaria de su participación. Recibiendo solamente la confirmación de 12 establecimientos, lo que se tradujo en la muestra sobre la cual se trabajó.

3.6.2. Muestra

Usando la técnica de bola de nieve, que es una técnica no probabilística utilizada por los investigadores para identificar a los sujetos potenciales de estudios, donde los sujetos son difíciles de encontrar, la selección de los doce restaurantes gastronómicos se fundamenta en una búsqueda dirigida a aquellos emprendedores que poseen una trayectoria, y una experiencia de vida que respalda el fenómeno cultura gastronómica peruana en la ciudad de Iquique.

Al estudiar solamente doce restaurantes gastronómicos se está definiendo una muestra de tipo finita (no aleatoria), que a través del contacto telefónico con los dueños o administradores se les plantea el objetivo de la investigación que se

está llevando a cabo, proporcionando ellos su consentimiento voluntario a contar su proyecto de vida mediante el agendamiento de una entrevista. Los restaurantes corresponden a:

Tabla 4

Entrevistados y restaurantes.

Nombre Entrevistado	Nombre Restaurante
Iván Medina Gallardo	Restaurante Kiru
Ronald Carlos Villasante	La Picada de Ramesh
Rubén Paolominos López	Queen Pollo
Yury Huamanzana	Chef de restaurante
Yarela Chia	El Tercer Ojito
Mario González	Restaurante Neptuno
Yony Pary	Chef de restaurante
Francisco Sepúlveda	Restaurante Don Pancho
Raúl Muena	Restaurante Rayu
Fabio Fang	Restaurante Sol Oriental
María Chumacero	Restaurante Sabor del Inca
Miguel Vega	Chef de restaurante

Nota: Tabla de entrevistados y restaurantes.

Fuente: Elaboración Propia.

Por lo tanto, la población y muestra se reduce a doce restaurantes. Del total de restaurantes gastronómicos existentes en la ciudad de Iquique, estos doce presentan una relación directa con inmigrantes peruanos, ya sea que son los propios gestores de su emprendimiento o que han consolidado su trayectoria trabajando con inmigrantes peruanos que aportaron su experiencia, expertise, conocimientos y habilidades.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La presente investigación pretendió responder a preguntas específicas que fueron la base del por qué se desea estudiar este tema. La influencia de la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique es un fenómeno cultural relevante y significativo que ha ido tomando un posicionamiento fuerte. Por lo tanto, determinar y describir conductas, actitudes, comportamientos y valores que incidieron en el desarrollo de este fenómeno lo convierte en un tema interesante de estudiar. Una vez definido el nombre del fenómeno, se debió establecer el procedimiento de cómo abordarlo en su integridad. Es así como a través de las preguntas que se enunciaron comienzan a aflorar aspectos asociados tanto al emprendedor como relacionados al fenómeno gastronómico. Estructurando una secuencia de preguntas asociadas por una parte con las motivaciones, habilidades, aspiraciones, condiciones y experiencia y por otra parte relacionadas a la gestión del emprendimiento.

Una vez diseñados los cuestionarios de entrevistas a aplicar a los emprendedores, los cuales fueron validados por el juicio experto del doctor en Administración Juan Parra Gálvez, ex director de investigación y desarrollo de la universidad Tecnológica de Chile, Inacap sede Iquique. Con los instrumentos (cuestionarios) adjuntos en los Apéndices 3 y 4, se programó la ejecución de las entrevistas de campo, contactando a los emprendedores.

Durante el desarrollo de la tesis, se trabajó en el análisis y efectos de las variables crisis institucional, política y social y pandemia COVID-19 en la investigación del proyecto. Contando ya con la selección de los emprendedores a entrevistar a través de una guía de entrevista semi estructurada. Además, el investigador dispuso de una pauta como guía para orientar la entrevista incorporando

en el momento preguntas que se derivaban de los comentarios del emprendedor, en la medida que la conversación avanzaba, para lograr información que sería útil analizar. Este tipo de entrevista semiestructurada permitió flexibilidad tanto para preguntar como para responder. Hay que recordar también que para haber logrado estas entrevistas se contemplaron varias consideraciones de carácter respetable como las siguientes:

Después de haber explicado el objetivo de la entrevista y logrado el consentimiento del emprendedor. Se fijó día, hora y lugar de la entrevista. En todos los casos la entrevista se realizó en los restaurantes donde ellos trabajan y en un lugar tranquilo. Se dispuso de un tiempo prudente sin preocupación de algún aspecto laboral y de mucha concentración. Al tratarse de una conversación se solicitó permiso para grabar la que fue concedida. Se obtuvo permiso para tomar fotografías. Y al finalizar se agradeció la oportunidad. Con toda la grabación, se procedió a escuchar cada una de ellas para transcribirlas en Word y así escribir la experiencia de vida de cada uno de los emprendedores.

Posteriormente, las entrevistas transcritas fueron cargadas en el software Atlas ti, creándose doce archivos independientes para cada uno de los emprendedores entrevistados. Mediante la lectura de cada uno de los archivos se fueron destacando citas que identificaban una categoría. La reportabilidad del software Atlas ti, permitió establecer 18 categorías y además durante el desarrollo de las lecturas se destacaron 827 citas asociadas al tema de investigación. En la Tabla 4 se presenta la descripción de cada categoría y de la agrupación de categorías en dimensiones:

Tabla 5*Dimensiones, categorías y descripción.*

Dimensión	Categoría	Descripción de la categoría
Visión estratégica	<i>Insight</i>	Es la visión de cada emprendedor.
	Decisión de emprendimiento	Es el momento situacional de la oportunidad.
	Emprendimiento desarrollo	Es la puesta en marcha, operación y crecimiento del emprendimiento.
Factores internos y externos	Infraestructura	Son los tangibles estructurales del emprendimiento.
	Logística	Consiste en todos los procesos de operación.
	Oportunidad	Factor externo positivo del emprendimiento.
	Equipamiento	Son los tangibles complementarios para el emprendimiento.
	Apoyo externo	Corresponden a aportes de terceros.
Factores motivacionales	Amenaza	Factor externo negativo del emprendimiento.
	Motivación	Impulsos del emprendedor.
	Logros	Metas alcanzadas por el emprendedor.
	Logros de familia	Metas alcanzadas por el vínculo familiar a través del emprendimiento.
	Apoyo familiar	Soporte al emprendimiento.
Factores personales	Nivel de estudios	Formación educacional.
	Estadía en Chile	Permanencia en el país.
	Debilidad	Factor interno negativo del emprendedor.
	Fortalezas	Factor interno positivo del emprendedor.
	Aprendizaje	Conocimientos, habilidad y experiencia adquiridas del emprendimiento.

Nota: Tabla de dimensiones, categorías y descripción respectiva.

Fuente: Información extraída de software Atlas ti.

La Tabla 5 fue completada mediante la revisión y búsqueda en las transcripciones de cada una de las categorías que han sido nombradas en relación con las variables principales, asociadas con los objetivos del proyecto de investigación. Las entrevistas han sido transcritas a Word mediante la escucha de las grabaciones, aproximadamente 7 horas por cada una de ellas.

Instrumentos

Guía de entrevistas semi estructuradas dirigido al dueño del Restaurante.

- Capítulo 1: Características del emprendedor, total 6 preguntas.
- Capítulo 2: Dueño del restaurante, total 20 preguntas.

Cuestionario de preguntas dirigido al Restaurante.

- Capítulo 1: Datos geográficos del restaurante, 5 preguntas.
- Capítulo 2: Infraestructura, 10 preguntas.
- Capítulo 3: Descripción de procesos:
 - Infraestructura, 7 preguntas.
 - Gestión recursos humanos, 5 preguntas.
 - Tecnología, 3 preguntas.
 - Abastecimiento, 4 preguntas.
 - Administración de
 - bodega, 5 preguntas.
- Capítulo 4: Servicios, 11 preguntas.
- Capítulo 5: Reglamentación y Normativa legal, 4 preguntas.

CAPÍTULO IV:

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

La presentación de los resultados se resume en la siguiente información:

- Medición de las variables independiente, dependiente e intervinientes.
- Tabla de dimensiones.
- Tabla de número de citas por categorías y porcentajes relativos (orden descendente).
- Tabla de citas por emprendedor.
- Tabla de categorías por dimensión relativa.
- Tabla de resumen de citas por dimensión
- Cuadro análisis FODA.
- Tabla de distribución física de restaurantes en la ciudad de Iquique.
- Tabla de número de emprendedores con porcentaje de citas dentro de la categoría.
- Análisis de las dimensiones.

4.1.1. Medición de las variables independiente, dependiente e intervinientes.

4.1.1.1. Variable independiente cultura gastronómica

Según los emprendedores, en relación con los aspectos asociados a la variable independiente especificados en la Tabla 1, se concluye:

1. Condiciones Personales, Sexo, Edad.

Ambas características no influyen en emprender, entre los casos estudiados tenemos hombres y mujeres.

Para establecer rangos y segmentos.

La edad de los emprendedores estudiados fue a partir de los 27 años, podría mencionarse que la madurez de las personas es un factor relevante que influye y condiciona para atreverse a tomar decisiones de iniciar o emprender un nuevo camino personal.

2. Nostálgico Emociones, sentimientos

En dos casos estudiados, las vivencias y recuerdos de su infancia afloran en el caso de La Picada de Ramesh, don Ronald Carlos rememora hechos cuando su padre cocinaba para ellos y para sus amigos y era toda una ceremonia paso a paso, donde la dedicación puesta en la preparación era una virtud innata y la paciencia del tiempo que se debía dar a los alimentos para macerarlos y cocerlos a leña y a fuego lento.

En el caso del Queen Pollo, preparar el asado del pollo al carbón, es un conocimiento aprendido de familia y que a través de generación en generación se ha ido traspasando, se trae en la sangre, por eso tiene un valor intrínseco.

Para determinar la influencia

Las reuniones familiares y con amigos, los ingredientes adecuados, la sazón, los diferentes aromas, los olores de las comidas, las tradiciones familiares las cuales se vienen observando desde la niñez, son los factores relevantes y constituyentes que propician la base de las diferentes preparaciones de comidas que se ofrecen a los clientes.

3. **Experiencia**

Trabajos anteriores. Emprendimientos anteriores.

Necesariamente la experiencia siempre será uno de los factores determinantes para la realización de un proyecto gastronómico, según las opiniones de los emprendedores entrevistados.

Para evaluar la competencia en la viabilidad del emprendimiento.

En el emprendimiento gastronómico no se puede improvisar, es un rubro muy exigente que, si a la primera no es del agrado del cliente, éste ya no volverá y es un cliente perdido que transmitirá su opinión negativa en su círculo más cercano donde se relaciona.

Por lo tanto, la experiencia en el rubro gastronómico es fundamental al momento de tomar la decisión de emprender, conocer de ingredientes, tiempo de cocción, combinación de aromas, temperaturas, presentación de platos, es un arte.

4. **Habilidad**

Conocimientos, estudios relacionados

Según la opinión de los emprendedores entrevistados el contar con instituciones especializadas en gastronomía que impartan técnicas y conocimientos específicos dadas las tecnologías imperantes hoy en día proporcionarán siempre mayores destrezas y serán un gran aliado para

aquellas personas que han adquirido sus conocimientos mediante las vivencias de la observación transmitidas por sus familiares, de esa manera logran ser más valorables.

Para evaluar la innovación en el emprendimiento.

El poseer experiencia práctica complementada con estudios específicos en el rubro, se transformará en una fortaleza porque le permitirá a través de la creatividad, innovar en su emprendimiento y no solamente en lo gastronómico, sino también en aspectos, como la remodelación del establecimiento, dar la sensación de encontrarse en un restaurante campestre o de ciudad en el mismo Perú, innovar en la presentación de los platos típicos, entre otros.

5. Percepción Opiniones de nacionales

Si bien ya ha sido mencionado en algunas partes del proyecto de investigación que la llegada de inmigrantes siempre es vista como una amenaza, estos casos de emprendimientos gastronómicos de personas peruanas marcan la diferencia. Y la opinión de muchas personas nacionales es que la gastronomía peruana está inserta en la ciudad de Iquique, con una preferencia altísima con respecto a otras gastronomías de otros países.

Para detectar el grado de aceptación.

El gran número de establecimientos gastronómicos que ofrecen comida peruana, surgidos en distintos sectores de la ciudad de Iquique, dan cuenta de la gran aceptación por parte de la clientela.

Prestigio ganado con esfuerzo y perseverancia de ofrecer una gastronomía de mucha calidad de muy buen nivel y acompañada de una muy buena atención.

6. Características personales

Arriesgado, Emprendedor, Innovador.

Algunas consideraciones asociadas a las respuestas de los emprendedores entrevistados se resumen en pocos recursos financieros en el inicio, orientado principalmente a clientes conocidos, centrado en un solo aspecto (comida peruana), que el emprendimiento de hoy sea pensado para el futuro, el riesgo forma parte inherente de la persona, la motivación para lograr el emprendimiento, fortaleza y fuerza interior.

Para determinar los rasgos más repetitivos.

Los rasgos más sobresalientes de los emprendedores entrevistados son la constancia y perseverancia que tuvieron de lograr lo anhelado pese a encontrarse con obstáculos (el incendio del local en el caso de Queen Pollo) y tener la fuerza para levantarse nuevamente y seguir. En el caso de La Picada de Ramesh conseguir el dinero necesario para cumplir con el emprendimiento anhelado.

4.1.1.2. Variable dependiente emprendimiento

Según los emprendedores, en relación con los aspectos asociados a la variable dependiente especificados en la Tabla 2, se concluye:

1. Recursos Financieros.

Balance Financiero; Estado de Resultado; inversiones.

Información no proporcionada, por tratarse de datos confidenciales.

Para conocer la situación financiera del emprendimiento.

Información no proporcionada, por tratarse de datos confidenciales.

2. **Tributación**

Paga o no paga impuesto

Cumple con los impuestos establecidos por ley.

Emprendimiento ajustado a la ley o informal.

Emprendimientos legales cumplen con todos los permisos sanitarios y legales exigidos por ley.

3. **Beneficios del Gobierno Recibe o no beneficio**

Los emprendimientos no reciben ningún tipo de beneficios por parte del gobierno.

Para conocer que aportes del Marco regulatorio existen.

No existen aportes del marco regulatorio que reciban los emprendimientos.
Sonesfuerzos de lucha, constancia y de persistencia.

4. **Oportunidad Invertir, Riesgo**

Las respuestas de los emprendedores entrevistados demuestran que su convicción sobre sus conocimientos gastronómicos y habilidades logradas de su experiencia anterior fueron fundamentales para pensar en invertir en el emprendimiento.

Sin duda que en todo ámbito siempre ha estado presente el riesgo, tratándose de un factor inherente a cualquier actividad, la existencia de una gran de cantidad de establecimientos del rubro gastronómico hace pensar que la competencia es fuerte. Pero en eso consiste aprovechar la

oportunidad, operar eficientemente y desarrollar eficazmente el emprendimiento para sobresalir, usando el expertise que poseen.

Para identificar condiciones de mercado.

Para conocer las características y condiciones del mercado gastronómico se hace necesario a comentarios de los emprendedores entrevistados, recorrer los diversos sectores donde se da la existencia de establecimientos del rubro gastronómico peruano y observar tanto los productos como los servicios que ofrecen.

Establecer comparaciones entre lo que ofrece la competencia y los emprendimientos estudiados, para reorientar las estrategias del negocio.

5. Competencia

Cantidad de clientes atendidos, volumen de ventas.

Los emprendedores entrevistados comentan que efectivamente han logrado posicionarse en el mercado gastronómico peruano en la ciudad de Iquique, donde la cantidad de clientes en el caso de La Picada de Ramesh es de 150 personas diarias, Restaurante Kirú 60 personas diarias a la hora del almuerzo, cantidad que aumenta durante la atención nocturna, y en cuanto a la venta de pollos asados al carbón por Queen Pollo durante la semana es estable entre 250 y 300 pollos diarios cantidad que sube sustancialmente los fines de semana.

Conocer cantidad de Restaurantes del mismo nivel.

Los emprendedores entrevistados coinciden que existe variedad de establecimientos de gastronomía peruana en la ciudad, de los más variados estilos, que cada uno tiene sus características positivas como negativas, pero prefieren reconocer las fortalezas de sus emprendimientos

y la forma como tratan de mantenerse y cada día mejorar para seguir posicionándose en el mercado gastronómico, como lo han hecho hasta hoy. Emprendimientos que son conocidos, que cuentan con una clientela estable, logrando posiciones de liderazgo en el mercado.

6. Gestión

Cumplimiento de metas por procesos.

La administración de Queen Pollo está centrada en las manos de Don Rubén Palomino, hijo de la dueña del emprendimiento. Su experiencia basada en trabajos administrativos anteriores le permitieron conocer procesos y poder aplicarlos en el emprendimiento. La situación del emprendimiento familiar, lo motivó a estudiar y lograr el título de Ingeniero de Administración y hoy día es el Administrador general y dedicado a la operación de los tres locales con que hoy cuentan.

La administración de La Picada de Ramesh recae enteramente en don Ronald Carlos que concentra toda la administración, logística y operación de su emprendimiento. En tanto, la administración del Restaurante Kirú, bajo la experiencia de años de don Iván Medina, permite una operación y funcionamiento de acuerdo con los procesos que se requieren y su presencia le permite observar los procesos y mejorarlos. Con respecto a Don Yuri, su experiencia lo ha llevado a tal nivel que su involucramiento y participación en todas las etapas es fundamental.

Retroalimentar los procesos.

Por supuesto que, en la administración de la totalidad de los emprendimientos bajo la supervisión mencionada anteriormente, es revisada constantemente para mejorar aquellos procesos que deben ser controlados más eficaz y eficientemente.

7. **Visión de Futuro**

Consultar a los clientes por nuevas necesidades nuevos gustos, opiniones sobre gastronomía.

La opinión de los emprendedores entrevistados proporciona matices que reflejan que el nivel de la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique es bueno, pero requiere de mucha más inversión, como mejorar la atención al cliente, las pasantías en restaurantes de renombre del Perú, contratación de Chefs peruanos con larga trayectoria. Permitiría traer nuevas tecnologías, nuevas experiencias, nuevas preparaciones, nuevos ingredientes, nuevas sazones, nuevos aromas y olores.

Para conocer preferencias de los clientes en el ámbito gastronómico y anticiparse a esos cambios.

Los clientes siempre esperarán algo más y esa es una gran oportunidad que tiene la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique y que debe ser aprovechada positivamente, mientras existan clientes deseosos de degustar nuevos platos, se debe invertir.

8. **Tecnología e Innovación. Tipos de Maquinarias.**

Las maquinarias que se disponen en los emprendimientos estudiados son simples, congeladoras, contenedores, refrigeradores, horno, cocina de alto fuego.

Saber si la tecnología mejora el emprendimiento.

Claramente queda demostrado a través de los comentarios de los emprendedores entrevistados que disponer de otros tipos de maquinarias más tecnológicas contribuirá enormemente a mejorar los emprendimientos.

4.1.2. Variables intervinientes

En relación con las repuestas recibidas sobre el cuestionario enviado a los emprendedores relacionados con la pandemia Covid-19, se argumentó lo siguiente:

En la dimensión del negocio

Los emprendedores dueños de sus negocios manifestaron en sus respuestas que efectivamente el covid-19, ha influido negativamente en los aspectos personal, familiar y económico en un 75% por ciento y en el aspecto laboral en un 100%.

En la dimensión de lo personal

Los emprendedores dueños de sus negocios respondieron que principalmente el covid-19 les ha afectado tanto en lo psicológico como en lo emocional en un porcentaje del 75%.

En la dimensión de lo económico

Las respuestas de los emprendedores vislumbran un gran impacto negativo en sus negocios, resaltando el aspecto de los ingresos no percibidos, que afecta en deudas habitacionales, disminución de la capacidad de compras de alimentos e incapacidad de pagar los servicios básicos.

Y en menor medida no poder cumplir con el pago de las obligaciones tributarias.

En la dimensión de lo laboral

Las respuestas de los emprendedores en este aspecto han sido más controladas, tratando de no desvincular a sus trabajadores (50%), tratando

de no dejar de pagar las obligaciones de salud (50%) y con una mirada al interior para reconvertir el emprendimiento.

En la dimensión de lo emocional

En este aspecto se puede obtener como conclusión que a pesar de la condición que se está viviendo, liquidar todo el emprendimiento no es una opción. Es más, la opción de innovar ya está presente como alternativa (75%). Y que la situación representa una oportunidad y desafío considerando que están enfrentados a una tragedia catastrófica (75%).

La ansiedad y el desconcierto son aspectos fuertes para los emprendedores.

Según otras fuentes, en la crisis institucional, política y social se plantea:

En octubre del 2019, explota la crisis institucional, política y social producto de las desigualdades económicas de la población, traduciéndose en manifestaciones diarias y violentas en la ciudad, de parte de las personas (Schmidt-Hebbel, 2019).

Los resultados de estas manifestaciones fueron fatales debido a que fue instaurado el estado de excepción constitucional, que involucró el toque de queda a partir de las 22 horas hasta las 05 de la mañana.

Las repercusiones económicas son gravísimas en todos los sectores y negocios de la ciudad. El sector turismo se ve afectado profundamente ya que disminuyeron los turistas que visitaban esta ciudad.

Por consiguiente, los restaurantes se vieron en la obligación de modificar sus horarios de atención perjudicando y mermando sus ingresos.

Durante los principales meses de verano enero y febrero, varios restaurantes decidieron cerrar, otros atender desde mediodía hasta las 20:30 horas, desvincular trabajadores, reinventarse preparando comidas y entregarlas

por delivery.

Según otras fuentes, en la pandemia Covid-19 se plantea:

El coronavirus COVID-19 es una enfermedad infecciosa, la que puede ser contagiada de diversas maneras:

Al ser un virus nuevo, del cual poco se sabe, la Organización Mundial de la Salud (OMS) sigue haciendo investigaciones sobre las formas de propagación del COVID-19 y seguirá informando sobre los resultados actualizados” (Clínica Dávila, 2020)

“Se han producido casos de infección en varios países del mundo, siendo Italia, Irán y China los que más casos han repartido en el mundo entero” (Clínica Dávila, 2020)

El lunes 16 de marzo de 2020, se decretó oficialmente la presencia del Covid-19 en la ciudad de Iquique, trayendo consigo una crisis sanitaria, económica y social, que influyó en los negocios gastronómicos. Mediante el establecimiento de medidas muy rigurosas en la ciudad, como la determinación de cuarentena total, a partir de la primera semana de mayo.

4.1.3. Análisis dimensional por variable

De las categorías se crearon cuatro dimensiones:

Tabla 6
Dimensiones.

Visión estratégica	Factores Internos y Externos	Factores Motivacionales	Factores Personales
Insight	Infraestructura	Motivación	Nivel de estudios
Decisión de emprendimiento	Logística	Logros	Estadía en Chile
Emprendimiento desarrollo	Oportunidad	Logros de familia	Debilidad
	Equipamiento	Apoyo familiar	Fortalezas
	Apoyo externo		Aprendizaje
	Amenaza		

Nota: Tabla de dimensiones.

Fuente: Información extraída de Atlas ti.

En la Tabla 6, se muestran las dimensiones formadas por la agrupación decategorías según su afinidad.

Tabla 7
Citas por categoría.

Categorías/Emprendedores	Cantidad de citas por categorías	% de citas por categorías
Insight	111	13,42%
Fortaleza	93	11,25%
Emprendimiento desarrollo	86	10,40%
Oportunidad	71	8,59%
Logística	65	7,86%
Amenaza	60	7,26%
Aprendizaje	59	7,13%
Logros	49	5,93%
Debilidad	48	5,80%
Infraestructura	39	4,72%
Decisión de emprendimiento	31	3,75%
Motivación	30	3,63%
Apoyo externo	27	3,26%
Equipamiento	22	2,66%
Apoyo familiar	12	1,45%
Logros familia	10	1,21%
Nivel de estudios	8	0,97%
Estadía en Chile	6	0,73%
TOTALES	827	100,00%

Nota: Tabla de citas por categoría.

Fuente: Información extraída de Atlas ti.

El 65,90% de las citas se encuentran concentradas en 7 categorías:

- **Insight:** Es la parte propia, inherente e intrínseca asociada a cada emprendedor que forma parte de su esencia que le permite emprender y desarrollar su proyecto.
- **Fortaleza:** Fuerza interna del emprendedor que constituyen el motor de su idea.
- **Emprendimiento desarrollo:** Es la puesta en marcha, operación y crecimiento del emprendimiento
- **Oportunidad y Amenaza:** Consiste en las fuerzas externas presentes en el entorno que el emprendedor visualiza para aprovecharlas de manera

positiva yafrontar las acciones negativas.

- Logística: Consiste en todas las acciones realizadas que son necesarias para laoperación del negocio.
- Aprendizaje: Conocimientos, habilidad y experiencia adquiridas del emprendimiento.

Tabla 8

Citas por emprendedor.

Emprendedores	Cantidad de citas	% de citas
Restaurante La pícada de Ramesh	87	10,52%
Restaurante Kirú	53	6,41%
Chef Yuri Huamanzana	83	10,04%
Restaurante Pollo Queen	81	9,79%
Restaurante Neptuno Don Mario	62	7,50%
Chef Fabio Fang	35	4,23%
Chef Francisco Sepúlveda	71	8,59%
Chef Miguel Vega	44	5,32%
Restaurante Rayu	104	12,58%
Restaurante Sabor del Inca	27	3,26%
Restaurante Tercer Ojito	64	7,74%
Chef Yoni Pari	116	14,03%
TOTALES	827	100,00%

Nota: Tabla de citas por emprendedor.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9*Categorías por dimensión.*

Nombre de dimensión	Categorías por dimensión	Citas por dimensión
Factores Internos y externos	33,33%	34,34%
Factores Motivacionales	22,22%	12,21%
Factores Personales	27,78%	25,88%
Visión estratégica	16,67%	27,57%
Total	100,00%	100,00%

Nota: Tabla de categorías por dimensión.
Fuente: Información extraída de Atlas ti.

Se aprecia en la Tabla 9 que la dimensión “factores internos y externos” es la que concentra la mayor parte de citas extraídas de las entrevistas (34,34%), seguida por la dimensión “visión estratégica” (27,57%), que juntas abarcan un 61,91% de las citas totales.

Tabla 10*Resumen de citas por dimensión.*

Nombre de familias	Visión estratégica (F1)	Factores Internos y externos (F2)	Factores Motivacionales (F3)	Factores Personales (F4)	Total
Categorías por familias	Insight Decisión de emprendimiento Emprendimiento desarrollo	Infraestructura Logística Oportunidad Equipamiento Apoyo externo Amenaza	Motivación Logros Logros de familia Apoyo familiar	Nivel de estudios Estadía en Chile Debilidad Fortalezas Aprendizaje	827
Total de citas por familia	228	284	101	214	827
% de citas por familia	27,57%	34,34%	12,21%	25,88%	100,00%

Nota: Tabla resumen de citas por dimensión.
Fuente: Información extraída de Atlas ti.

En la Tabla 10, se aprecia que las dimensiones “Visión estratégica” (F1) junto con “Factores internos y externos” (F2) concentran un 61,91% de la totalidad de las citas analizadas. La dimensión “Factores personales” (F4)

representa el 25,88% de las citas y la dimensión “Factores motivacionales” (F3) representa un 12,21% de las citas totales.

Tabla 11
Cuadro Análisis FODA.

DEBILIDADES 5,80%	FORTALEZAS 11,25%
AMENAZAS 7,26%	OPORTUNIDADES 8,59%

Nota: Tabla de análisis FODA.
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos del cuadro de análisis de FODA, podemos inferir que tanto las fortalezas como oportunidades fueron mencionadas por los emprendedores con una valoración mayor que las amenazas y debilidades.

Tabla 12
Distribución física de restaurantes en la ciudad de Iquique.

Ubicación	Emprendedores	Categorías
Sector Norte	0%	0
Sector Centro	50%	417
Sector Sur	50%	410
	100%	827
Sector Residencial	50%	408
Sector No Residencial	50%	419
	100%	827

Nota: Tabla de distribución física de restaurantes en la ciudad de Iquique.

Del cuadro anterior podemos deducir que la distribución de los restaurantes se concentra en igual proporción en el sector centro comercial como en el sector sur de la ciudad, no habiendo restaurantes de gastronomía peruana en el sector norte, de acuerdo con las características requeridas para esta investigación. A su vez los restaurantes presentan también una distribución similar en el análisis del sector residencial o no residencial

Tabla 13

Número de emprendedores con porcentaje de citas dentro de la categoría.

Categorías	Emprendedores	% de citas por categorías
Amenazas	1	27%
Aprendizaje	1	24%
Debilidad	2	42%
Emprendimiento desarrollo	2	41%
Fortalezas	3	42%
Insight	4	62%
Logística	2	32%
Oportunidad	2	30%

Tabla de emprendedores con porcentaje de citas por categoría.

De acuerdo con el cuadro adjunto, podemos apreciar que dentro de la categoría amenaza un solo emprendedor concentra el 27% de las citas respectivas, de la misma forma se explican las siguientes categorías.

Se puede mencionar que la categoría INSIGHT es la que presenta la mayor cantidad de citas y es donde todos los emprendedores opinan. Y la categoría estadía en Chile es donde los emprendedores menos opinan.

4.1.4. Análisis de las dimensiones del emprendimiento gastronómico

Visión estratégica

Según la revista “Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas” (Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Umba, A. & Montoya, I., 2017), se plantean las siguientes citas referenciales:

Este artículo de reflexión busca examinar las perspectivas del emprendimiento estratégico como mecanismo de fortalecimiento de las oportunidades y ventajas competitivas de las nuevas empresas en el mercado... Las condiciones de globalización en los entornos competitivos han modificado las características sociales, económicas y culturales asociadas a ellos... En consecuencia, el fenómeno del emprendimiento comenzó a ser popular no solo entre las personas del común, sino también entre los empresarios, para quienes el fenómeno es más conocido como emprendimiento empresarial... El reconocimiento y la popularidad alcanzados por el fenómeno se debe, principalmente, a los efectos positivos observados en la creación de valor para el cliente, al brindarle productos y servicios nunca pensados; sin embargo, también implica grandes cambios a nivel de cultura (Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Umba, A. & Montoya, I., 2017)

Según el artículo “El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile” (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017) se plantean las siguientes citas referenciales:

Las oportunidades que ofrece el mercado laboral del país de destino son una de las razones que inciden en la decisión de emigrar de los individuos. Una de las alternativas laborales es realizar una actividad emprendedora y desarrollar sus propios negocios... La inmigración es por lo tanto un motor del crecimiento y la competitividad, por lo que la política de inmigración está intrínsecamente ligada a la política de innovación... Si la innovación permite generar y preservar ventajas competitivas, la participación de mercado debiera aumentar sostenidamente, permitiendo el crecimiento del negocio (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017)

En relación con las citas referenciales, se mencionan las siguientes citas de los emprendedores entrevistados que se relacionan con la visión estratégica:

Opino que gracias al gran gestor de la gastronomía peruana Don Gastón Acurio, quién ha sido el gran padre de la gastronomía peruana llevándola y dándola a conocer al mundo... Estimo que la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique viene con fuerza. He observado que se han abierto varios locales del rubro gastronómico y es importante tener en cuenta que la gastronomía peruana ha ido evolucionando y si no se suman a esos cambios se quedarán atrás o desaparecerán totalmente... Que es variada la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique pudiendo existir opiniones de todas las índoles y de diferentes personas, dependiendo de su nivel socioeconómico. (Carlos, 2020).

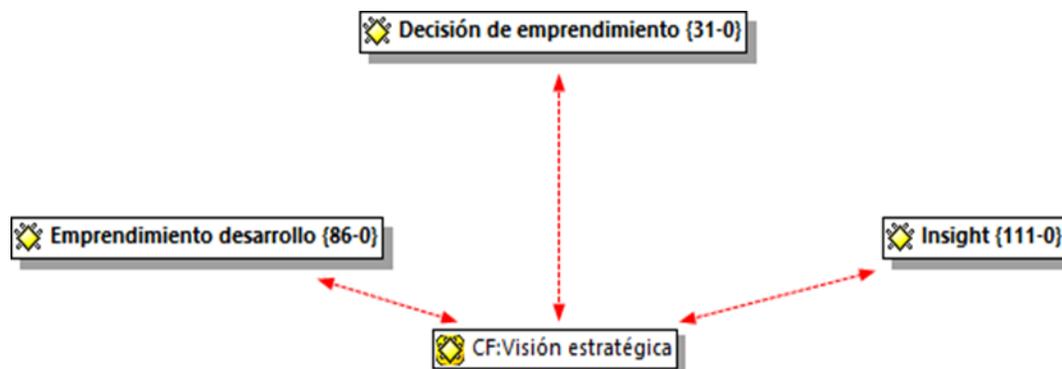
Con respecto a los nichos que existen sobre la gastronomía peruana, nos encontramos a años luz de la gastronomía, falta mucho conocimiento, mucha experiencia, se deben traer chefs peruanos con años de experiencia para lograr un buen nivel y ser competitivo... Mantengo una apreciación basada en mi experiencia

profesional, que la gastronomía peruana es preferida por mis clientes por el reconocimiento mundial que ha logrado y por el buen posicionamiento alcanzado (Medina, 2020)

Para ser el referente de la gastronomía peruana en la ciudad, debemos invertir en capacitación, principalmente en garzones, en atención, en servicios. Son aspectos relevantes que deben ser considerados y no postergados de acuerdo con mi experiencia... La gastronomía peruana tiene un renombre internacional, en lo personal creo que la gran fortaleza es la perseverancia, ser chef no es solamente cocinar es llevar todo el proceso previo y que culmina en que el cliente cuando se retira del restaurante se va feliz y que siente que volverá (Huamanzana, 2020)

Figura 5

Dimensión visión estratégica.



Nota: Diagrama de dimensión de visión estratégica.

Fuente: Información extraída de Atlas ti.

El artículo “Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas” (Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Umba, A. & Montoya, I., 2017) explica que es necesario identificar factores claves

dentro del mercado para ser explotados y así desarrollar una ventaja competitiva. El señor Huamanzana, sin conocer el texto anterior, dijo que efectivamente existen diferentes factores que pueden mejorar la competencia con respecto al mercado y menciona ciertos factores claves que él ha logrado identificar según su experiencia y que le han demostrado contar con una fortaleza dentro del negocio al desarrollarlos como ventajas competitivas.

El artículo “El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile” (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017) explica que el emprendimiento está muy ligado con la inmigración, pues una persona migrante tiene un valor agregado para aportar dentro de una cultura distinta. El señor Carlos mencionó que la cultura gastronómica peruana ha tenido un gran reconocimiento, dándose a conocer por los migrantes peruanos a través de emprendimientos por todo el mundo.

Factores internos y externos

Según el artículo “El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile” (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017) se plantean las siguientes citas referenciales:

Sí es relevante y positivo el capital social y la capacidad que los individuos se atribuyen para identificar oportunidades en el mercado... La evidencia presentada en este estudio sugiere de manera concluyente que los inmigrantes y los emprendedores con grandes expectativas de crecer son más propensos a desarrollar emprendimientos innovadores en una economía emergente como la chilena, y por lo tanto un ecosistema integrado e inclusivo que permita igualdad de oportunidades para los

inmigrantes puede ser un factor relevante para fomentar el emprendimiento y la innovación (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017)

Según la presentación “La teoría de Albert Shapero” (Rodríguez, 2014) se plantean las siguientes citas referenciales:

Cada proceso es el resultado final de una acción humana especial y del comienzo de otra... El evento empresarial está marcado por fuerzas para el cambio de trayectoria vital que consiste en la toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y toma de riesgo... El proceso de formación de nuevas empresas y de nacimientos de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos y cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico... Los impulsos positivos consisten en una educación con orientación hacia la vida empresarial, en una invitación de una persona a asociarse en el desarrollo de una idea y una oferta de una persona para invertir dinero ante una buena idea (Rodríguez, 2014)

En relación con las citas referenciales, se mencionan las siguientes citas de los emprendedores entrevistados que se relacionan con los factores internos y externos:

Los años 2005 al 2009 se da el boom de la gastronomía peruana a nivel mundial, comenzando en Lima a surgir institutos de formación de Chefs... La idea era comenzar a emprender en la gastronomía peruana... En la cadena de hoteles, el proceso administrativo logístico es más estricto y riguroso, con muchos controles. Poseen muchas fiscalizaciones de parte de los organismos gubernamentales, lo que los

obliga a disponer de protocolos de recepción, almacenamiento y despacho (Huamanzana, 2020)

He logrado contar con proveedores estables a través de los años los que nos proveen los insumos requeridos. Disponemos de convenios de exclusividad con empresas vitivinícolas que nos proveen de vinos de categoría los cuales ofrecen su clientela cuando degustan la gastronomía peruana en nuestro restaurante... Referente a nuestro proceso de abastecimiento de insumos, hemos logrado

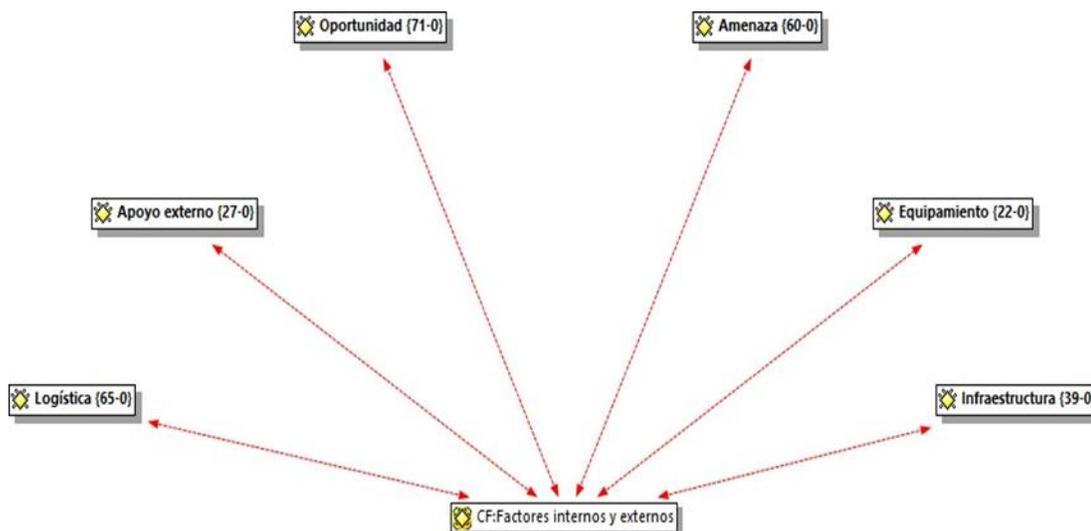
implementar la emisión de órdenes de compra que nos ha permitido tener un documento que nos avala para la obtención de crédito y podamos pagar a treinta días (Medina, 2020)

A la madre le surge la idea de emprender un negocio de pollos asado... Aprendimos que era necesario estar muy atento a la competencia... Estudiar la competencia es nuestra estrategia de su negocio (Palomino, 2020)

Considero que la gastronomía peruana representa una competencia fuerte entre los restaurantes aquí en Iquique y aún hay oportunidades no cubiertas de la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique... Considero que los factores que más inciden en la selección de mi restaurante en vez de la competencia, por parte de los clientes, son la atención, limpieza, sazón y también el precio, como negocio investigan el entorno, y estiman que sus precios son razonables y están dentro de los rangos establecidos por la competencia... Podemos resumir que nuestro sistema para controlar es manual y manejado de acuerdo con nuestra experiencia (Carlos, 2020)

Figura 6

Dimensión factores internos y externos.



Nota: Diagrama de dimensión de factores internos y externos.

Fuente: Información extraída de Atlas ti.

El artículo “El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile” (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017) dice que, al existir los recursos y la oportunidad de negocios, se debe invertir. El señor Palomino mencionó que la intuición de su madre fue el motor del emprendimiento lo cual los llevó a convertirse en lo que son hoy en día. Por otra parte, el señor Huamanzana dijo que logró identificar el momento en el cual decidió convertirse en chef profesional, logrando convertirse en el chef jefe de uno de los hoteles de una gran cadena de hoteles en Chile.

La presentación “La teoría de Albert Shapero” (Rodríguez, 2014) dice que el mercado se encuentra en constante cambio, por lo que se debe analizar periódicamente las condiciones del mercado y así, adaptarse. Por otra parte, el

señor Carlos mencionó que, en Iquique, la gastronomía peruana se ha vuelto muy competitiva, sin embargo, bajo su experiencia y análisis, detecta nuevas oportunidades favorables para potenciar su negocio. Mientras tanto, el señor Medina mencionó que, a través de la seriedad del negocio y de su cumplimiento con sus proveedores ha logrado posicionarse y ser reconocido como buen cliente. Por último, el señor Palomino considera que su principal ventaja competitiva es el estudio de la competencia, llevándolo a tener una mayor participación de mercado y reconocimiento por parte de sus clientes.

Factores Motivacionales

Según la revista “El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor” (Marulanda, F.; Montoya, I.; Vélez, J., 2019) se plantean las siguientes citas referenciales:

Se encontró que factores como el cumplimiento de un sueño, el crecimiento personal, los nuevos desafíos y la necesidad de independencia, fueron los más importantes para tomar la decisión, mientras que aspectos económicos y del entorno fueron menos significativos... Otros desarrollos sobre el tema han consistido en clasificar las motivaciones en una forma dualista. De éstas, la más generalizada, por ser la que utiliza el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), es la diferenciación entre emprendimiento por necesidad y emprendimiento de oportunidad. Se considera que una persona que emprende lo hace por solo una de dos razones: la detección de una oportunidad que le lleva a crear empresa como elección entre varias opciones de carrera para su vida (se denota como OEA, sigla en inglés de Opportunity Entrepreneurship Activity), mientras que otras personas emprenden un negocio porque no encuentran otra forma para subsistir (se

conoce como NEA, de Necessity Entrepreneurship Activity) ... Este artículo plantea el siguiente constructo; motivaciones de tipo personal; motivaciones relacionadas con el conocimiento; motivaciones relacionadas con la oportunidad; motivaciones relacionadas con la disponibilidad de recursos; motivaciones relacionadas con la experiencia laboral; motivaciones relacionadas con el entorno social (Marulanda, F.; Montoya, I.; Vélez, J., 2019)

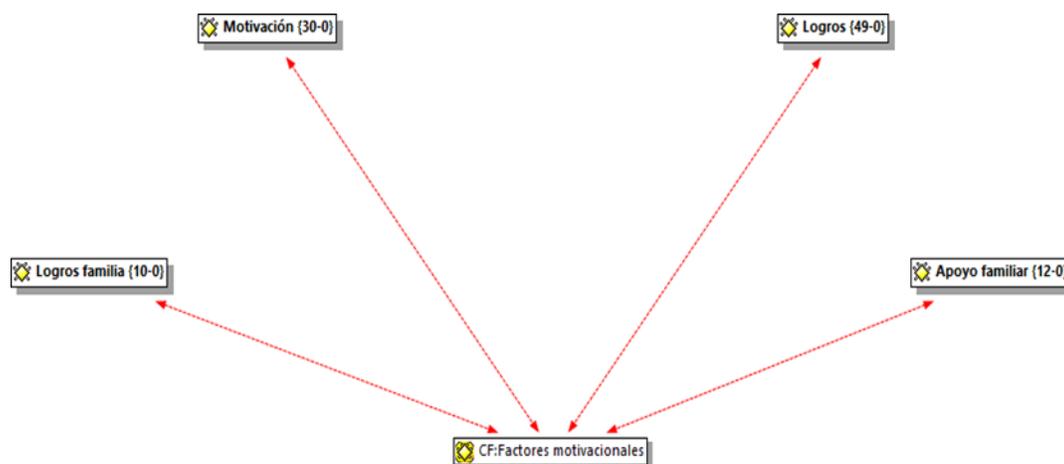
En relación con las citas referenciales, se mencionan las siguientes citas de los emprendedores entrevistados que se relacionan con los factores motivacionales:

Las motivaciones que incidieron en el emprendimiento, el pollo asado al carbón con la sazón peruana debe ser conocido por su sabor, por su olor, por su textura... Asevera que la gran motivación de la familia que los llevo a emprender fueron las carencias... Debíamos evitar la pobreza (Palomino, 2020). El emprendimiento me da el anhelo de ser alguien en mi vida (Carlos, 2020)

Uno de mis mayores anhelos es ahorrar para emprender en algo personal, con todos los protocolos establecidos, para marcar la diferencia (Huamanzana, 2020)

Figura 7

Dimensión factores motivacionales.



Nota: Diagrama de dimensión de factores motivacionales.
Fuente: Información extraída de Atlas ti.

La revista “El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor” (Marulanda, F.; Montoya, I.; Vélez, J., 2019) explica que las motivaciones de cada emprendedor son diferentes. Pueden ser factores cuantitativos como la falta de recursos económicos o una mejora de los ingresos; y/o factores cualitativos como un desarrollo profesional, una mejor oportunidad, la necesidad de independencia o el enfrentamiento de nuevos desafíos. El señor Palomino mencionó que el emprendimiento se debió a un factor cuantitativo, pues su familia carecía de recursos económicos y querían evitar la pobreza. Por otra parte, los señores Carlos y Huamanzana indicaron que su decisión de emprender se debe a factores cualitativos, que corresponden al deseo de superación y al desarrollo profesional.

Factores Personales

Según la revista “Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas”(Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Uba, A. & Montoya, I., 2017), se plantea la siguiente cita referencial:

Otro hallazgo relevante es que se observa que el nivel educacional no aumenta la probabilidad de desarrollar emprendimientos innovadores (Poblete, C.; Mandakovic, V, 2017)

Según el artículo “Factores que influyen en el emprendimiento” (Noreña, 2019), se plantean las siguientes citas referenciales:

Las personas tienen diferentes aspiraciones y actitudes para emprender... las personas son diferentes en sus habilidades y eso explica porque eligen el emprendimiento como carrera... las personas tienen diferentes costos de oportunidad... las personas tienen diferentes motivaciones para emprender... los emprendedores son heterogéneos en el uso de técnicas de toma de decisiones... Para entender la naturaleza de la relación entre habilidad y emprendimiento se debe de medir el costo de oportunidad (Noreña, 2019)

En relación con las citas referenciales, se mencionan las siguientes citas de los emprendedores entrevistados que se relacionan con los factores personales:

Cursos realizados en el Instituto Le Cordon Blue de Lima, en la especialidad de Gastronomía específicamente en comida Internacional... Aprendí de la familia hindú que lo importante era ahorrar (Carlos, 2020)

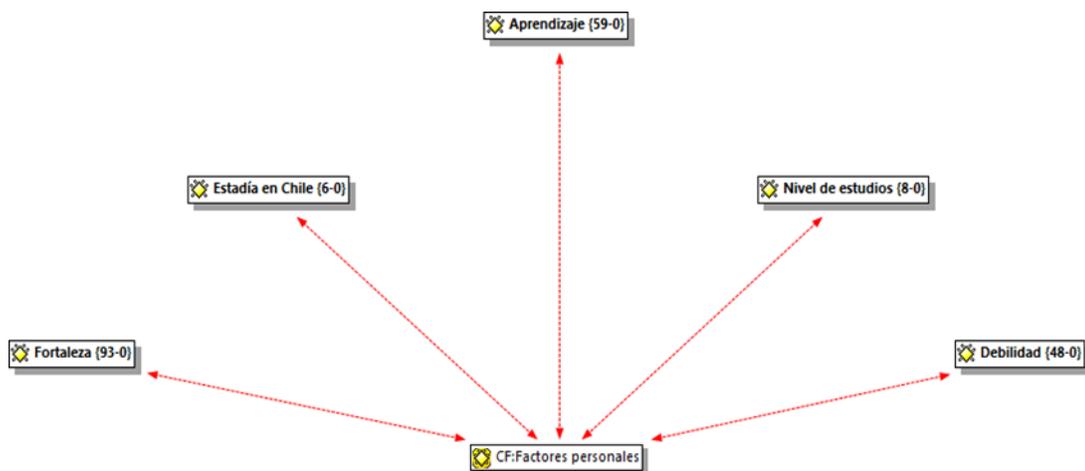
Aprendí a determinar la cantidad de insumos para mantener en stock a

través de la experiencia de cometer errores (Medina, 2020)

El negocio estaba siendo próspero, por lo que tomé la decisión de estudiar en la Universidad Tecnológica de Chile, Inacap en sede Iquique, la carrera de Ingeniería en administración de empresas... Ser migrante es estar en desventaja y además en el país de destino se sienten con la falta de cubrir necesidades, por los bajos ingresos que se logran obtener cuando no se tienen los papeles en regla... La experiencia vivida es la base del negocio más que los estudios, ya que son solo un complemento... No necesitamos de un chef profesional o alguien que debiera instruirnos, utilizamos los conocimientos y experiencias que hemos adquirido desde nuestro país de origen (Palomino, 2020)

Figura 8

Dimensión factores personales.



Nota: Diagrama de dimensión de factores personales.
Fuente: Información extraída de Atlas ti.

La revista “Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico

como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas” (Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Uba, A. & Montoya, I., 2017) comenta que el nivel de estudios profesional en una persona no es una limitante al momento de emprender y concuerda con lo que el señor Palomino mencionó, ya que él y su familia, sin tener educación profesional, han logrado emigrar de su país, emprender y tener éxito.

El artículo “Factores que influyen en el emprendimiento” (Noreña, 2019) dice que cada persona tiene diferentes habilidades, aptitudes, experiencias y conocimientos y cada uno los aplica dependiendo de las oportunidades que vislumbren. Es destacable la decisión tomada por el señor Palomino quien decidió estudiar en la universidad una vez que el emprendimiento se encontraba en una etapa de crecimiento y era necesario mejorar el proceso administrativo, siendo su carrera profesional un complemento. Los señores Medina y Carlos mencionaron que la experiencia vivida es fundamental en el momento de emprender en el rubro.

4.2. DISCUSION DE RESULTADOS

4.2.1. Discusión de resultados objetivo general

<p>Objetivo general: Determinar las influencias que existen entre la cultura gastronómica peruana y el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, en la ciudad de Iquique (zona geográficamente cercana al sur del Perú), periodo 2016 -2020.</p>	<p>De acuerdo con el objetivo general y teniendo en cuenta la opinión de los emprendedores entrevistados, la cultura gastronómica peruana SI ha influido en la creación de emprendimientos, basado en el sustento de combinar situación económica inestable y la oportunidad detectada.</p>
	<p>Se parte de la base de la actitud que presenta la persona que hasta ese momento no es emprendedor, es alguien que posee una idea y un logro en su mente que desea llevarla a cabo, pero que necesita recursos para concretarla.</p>
	<p>Es así como teniendo a su favor sus habilidades, conocimientos y su experiencia en el rubro gastronómico complementada con la idea de cómo llevarla a cabo es el inicio del emprendimiento. Lo que sigue adelante es la dedicación, compromiso e inteligencia de como “administrar” la operación del emprendimiento.</p>
	<p>Citas de respaldo: Opino que gracias al gran gestor de la gastronomía peruana Don Gastón Acurio, quién ha sido el gran impulsor de la gastronomía peruana, que la dió a conocer al mundo...estimo que la gastronomía peruana en la ciudad de Iquique viene con fuerza. He observado que se han abierto varios locales del rubro gastronómico y es importante tener en cuenta que la gastronomía peruana ha ido evolucionando y si no se suman a esos cambios se quedarán atrás o desaparecerán totalmente. Es fundamental evaluarse y evolucionar...considero que mis principales fortalezas, que me llevaron a emprender en la gastronomía peruana en Iquique, fue la sazón y la atención que colocan en los clientes. Aplico mi vivencia en la preparación de los platos (Carlos, 2020).</p>
	<p>Citas de respaldo: Reconozco con mucho orgullo todo el esfuerzo de mi madre para lograr salir adelante con la familia y con el negocio pues debíamos evitar la pobreza. Ser migrante es estar en desventaja y además en el país de destino me siento con la falta de cubrir necesidades, por los bajos ingresos que se logran obtener cuando no se tienen los papeles en regla... Mis padres después de 10 años de haber sido apatronados lograron ahorrar para emprender un negocio propio de comida... sufrimos un incidente que nos afectó demasiado, se nos incendió completamente el local y el horno, que es el corazón del negocio, por lo que al tiempo tomamos la decisión de arrendar otro local por el mismo sector y comprar otro horno (Palomino, 2020).</p>

	<p>Podemos destacar de las entrevistas los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La posición y actitud de la persona de llegar a un nivel superior al que se encuentra mediante el desarrollo de una idea. • Se relaciona con la perseverancia, compromiso, dedicación. • Adversidad al riesgo. • Capacidad de volver a levantarse frente al fracaso. • El emprendimiento es un proceso: <ul style="list-style-type: none"> -Idea. -Oportunidad. -Toma de decisión. -Uso de conocimientos y habilidades. -Recursos. -Análisis del entorno. -Financiamiento. -Ejecución y operación. -Seguimiento y monitoreo. -Readecuación e Innovación. -Mejoramiento continuo.
--	--

4.2.2. Discusión de resultados objetivos específicos

<p>Objetivo Específico A: Identificar las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona</p>	<p>En relación al primer objetivo específico planteado en la investigación, se puede concluir que al describir las actividades de línea y de apoyo y soporte del modelo de Porter, elaborado en el año 1979, NO han sido determinantes en el desarrollo de los emprendimientos investigados, debido a que las personas inician su idea del emprendimiento con lo que la vida les ha proporcionado, aprovechando sus ventajas, habilidades, capacidades y conocimientos que pueden ayudar a cambiar su situación económica, esa es su meta a corto plazo y de allí nace el emprendimiento.</p> <p>Con ese punto de partida el emprendimiento requiere en forma adicional operar y contar con una logística exterior básica para el abastecimiento de los insumos.</p> <p>Citas de respaldo: Referente a mi proceso de abastecimiento de insumos, hemos logrado implementar la emisión de órdenes de compra que nos ha permitido disponer de un documento que avala que a nuestro emprendimiento le otorguen crédito y podamos pagar a treinta días...Además, hemos implementado un software para la gestión de control de bodega durante el transcurso de los años (Medina, 2020).</p>
--	---

<p>cercana al sur del Perú) en el periodo 2016 - 2020.</p>	<p>Citas de respaldo: Fue fundamental el control del proceso de compras, recepción, almacenamiento y despacho. Antes de mi llegada, se compraba sin una pauta, no existía un sistema que permitiera saber que se debía comprar. En la cadena de hoteles, el proceso administrativo logístico es más estricto y riguroso, con muchos controles (Huamanzana, 2020).</p>
	<p>Citas de respaldo: Con respecto al equipamiento tecnológico que dispone el negocio para su operación en la preparación de las comidas, son dos conservadoras, que almacenan los productos para congelar con temperatura de menos de 21 grados, dos refrigeradores para descongelar productos, y un horno convector con temperaturas para cocinar. Me gustaría complementar con otros equipos que son necesarios, pero en la medida que mejore mi condición económica... Mi abastecimiento es bien básico pero lógico de acuerdo con mi apreciación. Yo, dueño, y el bodeguero gestionamos todo el proceso operativo y la secretaria apoya lo administrativo y pagos”. Podemos resumir que mi sistema para controlar es manual y manejado de acuerdo con mi experiencia (Carlos, 2020).</p>
	<p>Citas de respaldo: La experiencia vivida es la base del negocio pues aprendimos que era necesario estar muy atento a la competencia, estudiar la competencia es nuestra estrategia de negocio...Seguiremos cuidando nuestro negocio del pollo asado al carbón a la sazón peruana...Sufrimos un incidente que nos afectó demasiado, se nos incendió completamente el local. La dueña del galpón mecánico nos demandó por daños psicológicos porque había quedado en condiciones económicas muy complicadas... Debido a la crisis de octubre del 2019, tuvimos que cerrar un local en la ciudad de Antofagasta...No contamos con documentación como órdenes de compra, pero contamos con proveedores estables con los que hemos logrado un vínculo de confianza a través de los años que nos proveen los insumos requeridos...En relación con el equipamiento utilizado se cuenta con, una máquina de cocimiento, un horno especializado, refrigeradores y congeladoras...Los hornos que poseemos se demoraron aproximadamente tres meses en fabricarlos, hoy día ya conocemos a los fabricantes los cuales son muy confiables, estables, responsables y nos dan garantías. Inclusive aquí en Iquique compramos las otras máquinas que complementan la operatividad del negocio (Palomino, 2020).</p>
	<p>En esta etapa del emprendimiento: El nivel de ventas, publicidad y servicios no son necesarios, la meta es partir. Cómo así mismo las actividades de apoyo y soporte, tales como la infraestructura, gestión de recursos humanos, tecnología no forman parte de la idea inicial.</p>

	<p>Nuevamente se concluye que en la medida que se desarrolla el emprendimiento van tomando relevancia las actividades de línea y de apoyo y soporte del modelo de Porter como también las señales que entrega el entorno a ser consideradas en los procesos internos del emprendimiento planteadas por las teorías de sistema y de contingencia.</p>
	<p>En los inicios del emprendimiento, solo se contaba con el equipamiento necesario y adecuado para la operación del negocio. Con el tiempo han logrado adquirir nuevos equipos mientras va mejorando la situación económica del negocio.</p>

<p>Objetivo Específico B: Determinar las características personales que influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona cercana al sur del Perú) en el periodo 2016 – 2020.</p>	<p>Con relación al segundo objetivo planteado en la investigación referido a las características personales SI tienen una relevancia preponderante en el desarrollo de los emprendimientos estudiados, sus ansias de salir y cambiar la situación de vida en que la que se encuentra junto a su familia, lo lleva a tener una idea clara y fija de lo que quiere lograr.</p>
	<p>Por lo tanto, ante la posición desventajosa en que se encuentra por ser inmigrante, con un oficio que no le acomoda, que no cumple con sus expectativas económicas, no contar con las mismas condiciones de los trabajadores nacionales, lo lleva a ser persistente y mostrar una convicción sobre su idea que mientras no se concrete, no es un emprendimiento.</p>
	<p>Citas que respaldan el desarrollo de la investigación: Permitía llevar a la práctica todos los conocimientos que estaba recibiendo a diario. Me encontraba trabajando en la ciudad de Lima para la cadena de restaurantes de Gastón Acurio en el sector de Miraflores. El contacto se produce específicamente porque un colega peruano con el cual había trabajado junto a él hace varios años atrás en el Perú, había emigrado a Chile años antes. El dueño del restaurante XX me ofreció el puesto de Chef del restaurante que tenía muchos años de trayectoria. Mis expectativas eran bastantes altas. Reconozco que trabajé duro durante tres años y medio en el restaurante XX para llevarlo al nivel que tiene hoy día. Mi meta personal a largo plazo es proyectarme con mi restaurante, porque cuento con todas las habilidades, destrezas, conocimientos y lo fundamental la experiencia (Huamanzana, 2020).</p>
	<p>Citas de respaldo: Desempeñé varias funciones en mi vida laboral, llegando a convertirme en Jefe de Cocina. Tengo una trayectoria de 17 años en un restaurante de un hotel de gran categoría y a ese restaurante concurría muy seguido un señor que posee otro hotel de categoría en la ciudad de Iquique. Entre conversaciones siempre me decía que fuera a trabajar con él. Nunca me decidí. Hasta que un buen día el dueño del hotel me menciona que el terreno adyacente al hotel que también era de su propiedad lo había tenido arrendado por muchos años y que ahí funcionaba un restaurante de gastronomía peruana (Medina, 2020).</p>
<p>Citas de respaldo: Aprendí de la familia hindú que lo importante era ahorrar y trabajar arduamente. Aprendí todo lo relacionado a la gastronomía, obteniendo todo el conocimiento, experiencia y herramientas necesarias para salir adelante en un emprendimiento propio. Tuve la oportunidad de estudiar temas, como liderazgo. En mi emprendimiento vislumbro trabajo, paciencia, dedicación, esfuerzo, experiencia, conocimientos, detalles, en resumen, toda una vida (Carlos, 2020).</p>	

	<p>Cada emprendedor posee características que los diferencian y que bajo su insight han apostado en seguir adelante con esta decisión de vida. Se puede emprender bajo dos miradas diferentes: por oportunidad o por necesidad. En el caso de los señores Ronald Carlos y Rubén Palomino, sus emprendimientos están ligados a emprender por necesidad, mientras que los señores Yury Huamanzana y Iván Medina son emprendimientos por oportunidad. Cada emprendedor tiene en común, que han logrado adquirir una amplia experiencia en el rubro gastronómico, los que los ha llevado a tener éxito en sus emprendimientos.</p>
--	--

<p>Objetivo Específico C: Identificar la influencia de los factores críticos de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona cercana al sur del Perú) en el periodo 2016 – 2020.</p>	<p>En relación con el tercer objetivo los factores críticos de la cultura gastronómica peruana o ecosistema emprendedor, a opinión de los emprendedores entrevistados es similar, NO ha contribuido al desarrollo de los emprendimientos se debe cumplir con todos los trámites establecidos por ley y no existen aún lineamientos que puedan facilitar el emprendimiento en el rubro gastronómico, el ecosistema de la región está orientado hacia el desarrollo de una economía global innovadora y sustentable basada en el conocimiento para mejorar las capacidades de innovación.</p>
	<p>Es más, desconocer instituciones que apoyan el fomento de los emprendimientos y los trámites asociados a la iniciación de actividades toma un mayor tiempo para comenzar a operar, debido a la gran cantidad de antecedentes requeridos.</p>
	<p>Citas que respaldan la investigación: Poseen muchas fiscalizaciones de parte de los organismos gubernamentales, lo que obliga a disponer de protocolos de recepción, almacenamiento y despacho (Huamanzana, 2020).</p>
	<p>Citas de respaldo: El hecho de estar en un país que no es el de origen, es más difícil. Levantar un negocio aquí en la ciudad de Iquique es muy difícil, se debe contar con arquitecto, constructor, permisos municipales, y para todo ello se requiere dinero y papeles al día (Carlos, 2020).</p>
<p>Citas de respaldo: Ser migrante es estar en desventaja y además en el país de destino nos sentimos con la falta de cubrir necesidades, por los bajos ingresos que se logran obtener cuando no se tienen los papeles en regla...Fuimos a Perú a comprar un horno, con miles de dificultades para ingresar a Chile, y trámites en la frontera con la aduana...El emprendimiento no estuvo exento de obstáculos principalmente lograr la patente (Palomino, 2020).</p>	

	<p>El ecosistema emprendedor de la región trabaja actualmente hacia</p> <ul style="list-style-type: none">• Creación de organismos que transfieran conocimientos.• Establecimientos de fuentes de financiamientos adecuadas a las necesidades de emprender.• Formar asesores especializados.• Crear una cultura colaborativa.• Flexibilizar la reglamentación vigente para los emprendimientos.
--	---

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES SOBRE EL OBJETIVO GENERAL E INTERROGANTE PRINCIPAL

***Objetivo general:** Determinar las influencias que existen entre la cultura gastronómica peruana y el desarrollo de emprendimientos de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, en la ciudad de Iquique (zona geográficamente cercana al sur del Perú) , periodo 2016 -2020.*

***Interrogante principal:** ¿En qué medida la cultura gastronómica peruana influye en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique, periodo 2016 - 2020?*

Para responder al objetivo general e interrogante principal de la investigación doctoral se puede referenciar que del análisis de los antecedentes recabados de las entrevistas los migrantes que emprendieron en gastronomía peruana en la ciudad de Iquique muestran una similitud:

- Condiciones de: inestabilidad económica y de vida difícil.
- Hacinamiento cuando llegaron a la ciudad.
- Trabajos muy mal remunerados y de largas jornadas.

- Ilegalidad en el primer año, mediante trabajos informales.
- Incertidumbre total de la empleabilidad a la llegada a la ciudad (ayuda de algún amigo, familiar o conocido llegado antes que él),
- Búsqueda de trabajos en sectores de mayor popularidad. (sector Zofri).
- Sin imposiciones previsionales y sin seguros de salud.

Las condiciones enunciadas anteriormente, influyen directamente en que las personas migrantes acepten el primer oficio ofrecido, para sobrevivir con la esperanza de encontrar un oficio mejor que le permita mayor solvencia económica en la medida que transcurre el tiempo.

De esta manera, los migrantes llevan sobre sus espaldas muchas desventajas, por ejemplo:

- Parte de sus ingresos deben ser enviados hacia su país de origen, porque su familia (esposa e hijos) se encuentran viviendo allá.
- Parte de sus ingresos deben utilizarlos para vivir en la ciudad de Iquique, además que la ciudad presenta un alto costo de vida comparado con otras ciudades del país.
- Pagar arriendo, alimentarse, trasladarse, vestirse, gastos que necesariamente deben realizarse.
- Parte de los ingresos también debe alcanzar para ahorrar y para eventualidades imprevistos.
- Parte de los ingresos debe ser considerado para un futuro emprendimiento personal.
- Para lograr regularizar su situación en el país deben contar con un contrato de trabajo de una empresa que les permita cotizar imposiciones previsionales y desalud.
- Por lo general, el no tener la residencia o los papeles al día, difícilmente conseguirán un contrato de trabajo.

Podemos apreciar que las condiciones que enfrentan los migrantes son

totalmente adversas al verse enfrentados a su realidad, la de su familia (lejos) y una esperanza futura.

Por una parte, las metas que tengan cada uno de ellos en sus mentes son las fuerzas que nacen desde lo más profundo de su ser.

Y, por otra parte, el esfuerzo físico que nace de su capacidad de trabajo diario para lograr sus objetivos.

Ambos párrafos anteriores necesariamente deben estar presentes en los migrantes si es que desean lograr lo anhelado.

Los más fuertes sobrevivirán a estos obstáculos presentes, en pos de sus metas.

Por lo tanto, querer lograr un negocio propio se puede traducir en varias palabras que las historias de los emprendimientos estudiados dejaron entrever:

- Luchar, postergar, ahorro, tristeza, carencias, falta de formación, falta de experiencia, perseverar, incertidumbre, miedo y desconocimiento.

Quizás puedan ser muchas más palabras, pero éstas reflejan lo investigado.

Cada uno de los emprendedores fue sincero en describir su trayectoria, lo difícil que fue conseguir lo anhelado, pero hoy sienten un orgullo y una satisfacción que solo ellos pueden sentir, viendo lo que han logrado y que todo lo pasado fue la base de la meta conseguida.

Hoy miran los años venideros desde una perspectiva más cierta, con la convicción de que cualquier meta que crean que es factible si se puede alcanzar, porque ya establecieron las bases de aquello que les permitirá lograr la etapa siguiente.

5.1.1. Objetivo específico e interrogante A

Objetivo: Identificar las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona cercana al sur de Perú) en el periodo 2016 - 2020.

Interrogante: ¿Cuáles son las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?

Para responder tanto al objetivo específico A como a la interrogante secundaria A que buscan identificar y describir las actividades y procesos internos, tanto de línea como de apoyo, y sus respectivas relaciones internas como con el entorno, aplicaremos la teoría general de sistemas, de contingencia y la cadena de valor de Porter, para sintetizar y describir cada uno de los factores mediante la información recopilada de las entrevistas de los emprendedores gastronómicos de la ciudad de Iquique.

Bajo la mirada de la cadena de valor de Porter, podemos aplicar los conceptos, pero debemos partir de la base que los emprendimientos surgen, de una idea y que en el camino se van implementando y aplicando formas que no son estructuradas pero que permiten dar funcionamiento al negocio.

Actividades primarias Logística interior

Recursos:

Después de varios años de trabajo arduo de los migrantes, se logra ahorrar, lo que será el punto inicial del emprendimiento. Los recursos les permiten partir arrendando un establecimiento y comprar o arrendar maquinarias ya sean estas nuevas o usadas.

Habilidades:

Las habilidades constituyen el expertise del migrante, lo que le permitirá salir de la situación en que ha estado por muchos años.

Capacidades:

Ser capaz de que el negocio emprenda su marcha y logre funcionar. Enfrentar el inicio y puesta en marcha del negocio con las condiciones mínimas que ha podido reunir para funcionar, adecuarse a lo que dispone.

Conocimientos:

Inicia su emprendimiento basado en lo que su vida laboral previa al inicio del negocio le ha permitido aprender, conocimientos básicos sobre la administración de un negocio, de cómo atender, de cómo controlar, de cómo abastecerse, etc.

Insumos:

Todos aquellos utensilios denominados vajilla (cómo loza, tazas, manteles, servicio de cucharas, tenedores, cuchillos, ollas, mesas, ventiladores, etc.); ingredientes necesarios que se requieren para preparar los diversos platos que el negocio ofrecerá (arroz, fideos, hortalizas, azúcar, pan, aceite, etc.) e insumos (utilizados para limpieza del establecimiento, y utensilios diarios).

Operaciones

En cuanto a los procedimientos que determinan la forma de operar, todo está basado en la creencia del emprendedor de la forma de cómo hacer las cosas. Su experiencia le permite crear un flujo de operación que se modifica en la medida que se presentan dificultades para resolverlas.

Logística exterior

En cuanto al proceso de abastecimiento es muy simple. Todo se compra al contado, por no tener respaldo crediticio.

Mercadotecnia y ventas

La difusión del negocio es básica. Una publicación en una pizarra colocada fuera del establecimiento donde se promocionan los platos de comida.

Servicios

Los servicios se centran exclusivamente en la venta de platos de comida típica de gastronomía peruana.

En los inicios del negocio no se puede comentar de las fortalezas sobre la competencia, porque se encuentra en una etapa de inserción en el mercado.

Las actividades de Apoyo o de Soporte son: Infraestructura de la Empresa

Los establecimientos que sustentan el negocio emprendimiento de migrantes tienen la característica al inicio de ser arrendados, arreglados, mejorados y reparados.

Las maquinarias son las mínimas y necesarias para que el emprendimiento inicie sus actividades, por lo general usadas, algunas compradas de segunda mano y otras usan los de la casa habitación. Todo sirve para partir.

Utensilios por lo general la loza y vajilla son nuevos.

La infraestructura que soporta el emprendimiento es “lo justo y necesario”.

Gestión de Recursos humanos

El emprendimiento es familiar, participa la madre el padre los hijos y sus yernos, no hay posibilidades de contratar. Porque la habilidad de cocinar y los conocimientos por lo general lo saben la madre y el padre y los hijos van aprendiendo por el método de la observación.

Desarrollo de la Tecnología

En relación con el equipamiento tecnológico no existe.

Todo dependerá de cómo funcione el emprendimiento, vale decir, si la clientela aumenta podrá pensarse en dar un paso adicional a lo ya logrado.

Aprovisionamiento

Con respecto al sistema de compras y de reposición de stock de insumos, tiene la característica de comprar solo lo necesario para los platos de comida del día que supuestamente serán consumidos por la clientela que asista, porque no se cuenta con bodegas ni frigoríficos que les permitan almacenar insumos manteniendo stock.

5.1.2. Objetivo específico e interrogante B

Objetivo: *Determinar las características personales que influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona cercana al sur del Perú) en el periodo 2016 – 2020.*

Interrogante: ¿De qué manera las características personales influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?

Para responder tanto al objetivo específico B como a la interrogante

secundaria B que buscan mostrar las características personales (edad, nivel educativo, trayectorias de trabajo, entre otros) de los emprendedores, que han influido en el desarrollo de emprendimientos de negocios gastronómicos en la ciudad de Iquique de inmigrantes peruanos.

Las características de los emprendedores encontradas son:

- Personas mayores de 40 años.
- Nivel educativo enseñanza media completa (secundaria).
- Fuerza de voluntad para cambiar su situación económica.
- Trabajar duro antes del inicio del emprendimiento.
- Ahorrar durante muchos años.
- Traer a su familia hasta la ciudad de Iquique desde Perú.
- Comenzar una nueva etapa de su vida.
- Con el emprendimiento continuar trabajando duro.

5.1.3. Objetivo específico e interrogante C

Objetivo: *Identificar la influencia de los factores críticos de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en el norte de Chile, región de Tarapacá, específicamente en la ciudad de Iquique (zona cercana al sur de Perú) En el periodo 2016 – 2020.*

Interrogante: ¿Cuáles son los factores críticos de la cultura gastronómica peruana que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?

Para responder tanto al objetivo específico C como a la interrogante secundaria C, se concluye que las variables cultura, conocimiento y entrenamiento, capital humano y fuerza laboral son variables provenientes de los mismos

emprendedores que soportan el emprendimiento, no vienen del ecosistema, por lo tanto, NO existe influencia.

A opinión de los migrantes emprendedores resaltan que el marco regulatorio debe cumplirse con todos los requisitos establecidos. Los cuales se mencionan a continuación:

Prerrequisitos

- Clave Única del Registro Civil o Clave del Servicio de Impuestos Internos para personas.
- Desarrollar la actividad comercial en la vivienda familiar.
- Que en la microempresa no trabajen más de 5 personas extrañas a la familia.
- Que los activos de la empresa, sin considerar el valor del inmueble, no excedan las 1000 UF.

El trámite se inicia solicitando:

- La patente de Microempresa Familiar (MEF), para ello se debe contar con una clave única del Registro Civil o una Clave del Servicio de Impuestos Internos (SII).
- Completar formulario para solicitar la inscripción en el Registro de Microempresas Familiares por parte del municipio.
- Adjuntando los siguientes documentos:
 - Fotocopia de tu cédula de identidad.
 - Contrato de arriendo, copia de la escritura, certificado de dominio o autorización de uso del inmueble, para acreditar que la actividad se desarrollará en la vivienda familiar.
 - Autorización sanitaria en caso de que la empresa sea elaboradora o manipuladora de alimentos. Consultar las actividades económicas que requieren esta autorización aquí.
- Dependiendo de la municipalidad y actividad económica a desarrollar,

podrán solicitar antecedentes adicionales.

- Una vez enviada la solicitud y recibida la confirmación de la inscripción en el Registro de Microempresas Familiares, podrá realizar el Inicio de Actividades.
- Solicitar la Autorización Sanitaria de Alimentos, en caso de que la empresa sea elaboradora o manipuladora de alimentos. (Escritorio Empresa, 2017)

Y en la medida que crece el negocio deben incorporar en la administración otros documentos tributarios tales como:

- Boletas: De honorarios - De compraventa - De prestación de servicios.
- Comprobante de pago electrónico:
 - Facturas - De compra - De venta - Exentas de IVA
- Libros Contables
 - Libros de Contabilidad Principal - Libro Caja - Libro Diario
 - Libro Mayor – Balance - Libro de Honorarios - Libro de Inventarios
 - Libros de Control - Libros Auxiliares - Libro de compras
 - Libro de remuneraciones - Libro de retenciones - Notas de Crédito
 - Notas de Débito
- Pagos de Impuestos mensuales.

5.2. RECOMENDACIONES

5.2.1. RECOMENDACIONES PARA IMPLEMENTAR

1. Que las universidades, organismos técnicos de capacitación, empresarios particulares inviertan en capacitación orientadas a la formación de garzones, con enfoque a la atención al cliente en servicios, traer chefs de reconocido prestigio que entreguen ponencias y charlas sobre cómo mejorar técnicas de cocina.
2. Los empresarios dueños de restaurantes podrían utilizar softwares integrales para control de requerimientos, compras, bodega y pagos.
3. Los dueños de restaurantes deben analizar en invertir en forma constante la gestión de los procesos internos e implementarlas mejoras, ejemplo ambientar los restaurantes con conjuntos de música típica y con artesanía del Perú.
4. Los empresarios dueños de los restaurantes deben considerar la importancia de automatizar la generación de pedidos de los clientes mediante el uso de tablets y tecnologías para disminuir tiempos de atención.
5. Los encargados de la administración de los restaurantes deben considerar la inversión de renovar las maquinarias con tecnología de punta que contribuiría considerablemente en los emprendimientos.
6. La gastronomía peruana representa una competencia fuerte entre los restaurantes en Iquique y aún hay oportunidades no cubiertas de la gastronomía peruana, nuevas preparaciones, nuevos ingredientes, nuevas sazones, nuevos aromas y olores. Enfocada a ofrecer satisfacción al paladar responsabilidad del empresario dueño del restaurante.
7. Ampliar la oferta gastronómica hacia platos de la cocina de Lima, Costa, Amazonía, Arequipa y Andina. (Responsabilidad del empresario dueño del restaurante)
8. Ampliar la oferta gastronómica hacia platos especiales para personas con enfermedades crónicas y dietas. (Responsabilidad del empresario dueño del

restaurante).

9. Revisar el modelo Canvas descrito en el punto siguiente denominado Propuesta, cada cierto periodo de tiempo para que el empresario dueño del restaurante implemente mejoras que contribuyan a la viabilidad de su emprendimiento en el tiempo.
10. Generar redes de alianzas con Consulado de la ciudad de Iquique, agencias de viajes, hoteles y asociaciones gastronómicas para promocionar la cultura gastronómica peruana mediante la realización de eventos. (Responsabilidad dirigida a las autoridades representativas de la ciudad de Iquique, empresariado relacionado con el turismo y hotelería).
11. Crear una agrupación o asociación de emprendedores gastronómicos peruanos en la ciudad de Iquique, que les permita constituirse logrando acceder a mejores garantías, información, talleres, estudios, realización de ferias gastronómicas locales para mostrar propuestas.

5.2.2. PROPUESTA

Basado en el modelo CANVAS, que nos indica resolver las preguntas:

¿Quién? = Segmento de clientes, Relaciones con clientes, Canales. ¿A quién vamos a servir?

¿Qué? = Propuesta de valor. ¿Qué vamos a ofrecer?

¿Cómo? = Aliados claves, actividades claves, Activos claves. ¿Cómo lo vamos a hacer? Cadena de valor.

¿Cuánto? = Estructura de costos, Flujos de ingresos. ¿Cómo vamos a ganar dinero? Generación de beneficios. ¿Cómo lo haremos distinto? Diferenciación. ¿Cuáles son los factores claves del éxito del modelo?

Se utilizó el modelo de Canvas porque esta herramienta está orientada a considerar a la empresa como un todo (todos los procesos internos e interrelacionados que fueron analizados y descritos bajo la Cadena de Porter) y además todos los factores externos que influyen en su viabilidad en el medio, vale decir, la empresa y su entorno.

El modelo Canvas es simple de aplicar y realista cuando se tienen todos los antecedentes.

Clientes

El análisis de los antecedentes recopilados de la investigación arroja que los clientes actuales de los restaurantes que concurren con una periodicidad constante son personas que habitan y trabajan por los alrededores, peruanos residentes, personas que por motivos de negocios visitan la ciudad.

Debe crearse una diferenciación por segmentos, empresarios, reuniones

familiares, adultos mayores, adultos jóvenes, descubrir de parte de los distintos segmentos detectados las necesidades insatisfechas, emprendiendo en desarrollos gastronómicos no cubiertos y deslumbrar mediante sabores desconocidos y distintas variedades, los clientes deben recibir una atención y servicios preferenciales de parte de personal especializado y capacitado dentro de un ambiente acogedor.

Relaciones

Disponer de bases de datos de clientes asiduos al restaurante, envío de promociones e invitaciones a actividades de degustación. Construir relaciones personalizadas y de exclusividad. La relación debe hacerlo sentir importante.

Propuesta

Posicionar al restaurante en el mercado gastronómico peruano de la ciudad de Iquique, a través de un modelo de negocio que considere tanto recursos físicos como habilidades, conocimientos y experiencia gastronómica orientado al mejoramiento operacional y a su viabilidad en el tiempo. Potenciando la Marca Perú.

Actividades Claves

La gastronomía de calidad, mediante la presentación de una variedad de platos típicos, se logrará con ingredientes de calidad y con una experiencia acreditada en la preparación.

Decoración del restaurante con motivos del país, incluyendo artesanías y tejidos andinos. Crear un ambiente apropiado a la tradición peruana, para sentirse en el Perú.

Establecer horarios de atención, de acuerdo con las demandas de los

clientes, higiene apreciable en todos los espacios del restaurante, que la ubicación cuente con estacionamientos y de fácil acceso.

Disponer de un sistema logístico. Que permita entregar información confiable y exacta sobre stocks de insumos.

Implementar software que controle todo el proceso administrativo asociado con la gestión del restaurante.

Aliados Claves

Contratar Chefs peruanos con experiencias acreditadas en la preparación de comida peruana, y con formación profesional en Instituciones reconocidas del Perú.

Personal calificado con experiencia en servicios, con capacidad para asesorar y recomendar a los clientes a consumir productos específicos.

Conocimientos, habilidades y técnicas gastronómicas, constituyen recursos cruciales para la oferta gastronómica.

Búsqueda de fuentes de suministros de distintos rubros, más apropiadas por plazo de entrega, por calidad, por confiabilidad, por otorgamiento de créditos.

Establecer convenios con proveedores de carnes, mariscos y pescados. Como también convenios con proveedores de ingredientes gastronómicos.

Generar redes de contacto, a través de asociaciones gastronómicas, participando en festivales gastronómicos en la ciudad, para aumentar la experiencia y aplicarla en el restaurante mediante nuevas preparaciones.

Activos Claves

Por los antecedentes recopilados los restaurantes ya están funcionando, por

lo tanto, se sugiere como resultado del funcionamiento operacional, lograr ahorrar e invertir los recursos adicionales.

Evaluar si la ubicación actual del restaurante es la más conveniente para el desarrollo futuro del proyecto.

Invertir en estudios de mercado. Para establecer tendencias.

Disposición a trabajar sin límites. Atención a clientes en horarios nocturnos y festivos. Extender el horario de atención.

Actitud y espíritu emprendedor. Mejorar su participación de mercado y preferencia.

Crear en el desarrollo del restaurante, mediante planificación y control.

Enfrentar al riesgo tomando en consideración tanto la oferta como la demandahistórica.

Revisar el historial del restaurante (basado en el crecimiento y las condicionesexternas).

Invertir en equipamiento e introducir tecnología en sus procesos.

Conocimientos INSIGHT del funcionamiento del negocio y del mercado.

Canales de distribución

Anuncios mediante prensa.

Disponer que todo el personal maneje redes sociales.

Publicitar en red de televisión local mediante fotografías de preparaciones.Publicitar mediante avisos radiales en la ciudad de Iquique.

Crear una base de datos con correos personales de los clientes.

Estructura de Costos

Saber cuáles son los costos asociados a nuestro modelo de negocios.

Determinar los costos fijos asociados a la infraestructura y utensilios a utilizar. Establecer los costos variables asociados a:

- los insumos para las preparaciones.
- los procesos productivos como luz, agua y gas.
- a mantenciones preventivas y correctivas de los equipamientos.

Presupuesto para el pago del dominio, creación, mantenimiento de la página web y publicidad en redes sociales.

Flujos de Ingreso

Los flujos de ingresos provendrán de la venta de platos típicos consumidos por los clientes que prefieran nuestro restaurante. Valor fijo determinado de cada plato, de acuerdo con los ingredientes que lo componen.

Ingresos provenientes de empresas que desean que nuestro restaurante, publicite sus artículos.

Contratación del restaurante para eventos especiales.

Podemos concluir que los clientes están dispuestos a pagar por una gastronomía peruana exquisita, deliciosa y sana. Con un muy buen nivel de atención y servicio.

No se utilizó el modelo Lean Canvas porque es una herramienta más orientada a emprendimientos tecnológicos, de innovación y startups.

El Apéndice 7 muestra la situación de los restaurantes con los antecedentes recopilados de la investigación. Mientras que el Apéndice 8 muestra la propuesta, en ambos casos tomando en consideración el modelo Canvas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. (2012). *Hipótesis, Método & Diseño de Investigación*. México: Daena: International Journal of Good Conscience. 7(2) 187-197. Julio 2012. ISSN 1870-557X.
- Aiteco. (2020). *Aiteco Consultores*. Obtenido de Cadena de Valor de Michael Porter.:<https://www.aiteco.com/cadena-de-valor/>
- Alonso, J. A. (Junio 2011). Migración internacional y desarrollo: Una revisión a la luz de la crisis. *Economic & Social Affairs*, 68.
- Asociación de Academias de la Lengua Española. (2018). *Diccionario de la Lengua Española*. España: Asociación de Academias de la Lengua Española.
- Carlos, R. (7 de Marzo de 2020). La picada de Ramesh. (G. Toledo, Entrevistador)
- CEPAL, R. d. (2003). Globalización y migración internacional: la experiencia latinoamericana. *Revista de la CEPAL* 80, 18.
- Clínica Dávila. (2020). Página Web Clínica Dávila. *Página Web Clínica Dávila*, Página Web Clínica Dávila.
- Corfo, I. (s.f.). *Modelos de negocios*. Obtenido de www.corfo.cl: file:///C:/Users/ggtoledom/Downloads/Modelos_de_Negocios_Corfo,0%20(7).pdf
- Cueva, F. D. (2007). Contabilidad y Negocios. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas* año 2, número 3, 12.
- Escritorio Empresa. (21 de Junio de 2017). *Solicitud de Patente Micro Empresa Familiar (MEF) Nueva*. Obtenido de

<https://www.escriptorioempresa.cl/web/escriptorio-empresa-v2/patente-microempresa-familiar-mef-nueva>

Espinoza Ibarra, R. (2018). *Modelo de negocios CPI CHILE*. Santiago de Chile: Repositorio Universidad Técnica Federico Santa María.

Garcés, A. (2011). Comercio inmigrante y economías étnicas: síntesis y críticas de los debates vigentes. *Revista Latinoamericana. POLIS*, 21.

García, A. (2 de Abril de 2019). *Bases de un ecosistema emprendedor*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2019/04/ecosistema-emprendedor.html/>

GEM. (2012). *El contexto para emprender en Chile*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/671/GEM-Chile-2012-Reporte-contexto-para-emprender.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gestiopolis. (14 de noviembre de 2005). *Teoría y manual de la cadena de valor*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-y-manual-de-la-cadena-de-valor/>

Gómez Walteros, J. A. (2010). LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL: TEORÍAS Y ENFOQUES, UNA MIRADA ACTUAL. *Semestre Económico, vol.13, num.26, enero-junio*, 20.

H., A. G. (2012). LOCALIZACIONES PARA UNA ESPACIALIDAD: TERRITORIOS DE LA MIGRACIÓN PERUANA EN SANTIAGO DE CHILE. *Revista de Antropología Chilena (Volumen 44, N° 1, 2012. Páginas 163-175*, 13.

Huamanzana, Y. (18 de Abril de 2020). Chef de restaurante. (G. Toledo, Entrevistador)

- INE. (2019). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://ine.cl/>
- Iquique, C. d. (2019). *Cámara de comercio industrias servicios y turismo de Iquique A.G.* Iquique: Página web.
- Lozano, J. J. (Octubre de 2013). *Teoría de la contingencia*. Obtenido de Teorías administrativas: <http://teoriasadministrativasg3n.blogspot.com/p/teoria-de-la-contingencia.html>
- Marulanda, F.; Montoya, I.; Vélez, J. (2019). *Revista Universidad & Empresa*. Obtenido de El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187258177007/html/index.html>
- Medina, I. (3 de Marzo de 2020). Restaurante Kirú. (G. Toledo, Entrevistador)
- Medrano Chulbert, W. (2014). *Factibilidad de modelo de negocio para la instauración de la comida étnica Boliviana en Chile*. Santiago de Chile: Repositorio Universidad de Chile.
- Noreña, D. (16 de Septiembre de 2019). *Gestión*. Obtenido de Orquestación estratégica: <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/09/factores-que-influencian-el-emprendimiento.html/?ref=gesr>
- OECD and International Labour Organization. (2018). El panorama de la inmigración: Tendencias, factores y políticas.
- OECD and International Labour Organization. (2018). Integración de los inmigrantes: Desempeño en el mercado laboral y capital humano.
- OECD and International Labour Organization. (2018). La contribución de los inmigrantes a las economías de los países en desarrollo: Perspectiva general y recomendaciones de políticas.
- Palomino, R. (15 de Abril de 2020). Queen Pollo. (G. Toledo, Entrevistador)

- PARELLA, C. S. (2005). NEGOCIOS ÉTNICOS. *Revista Internacional de Sociología(RIS)*, 160.
- Peña, A. (Agosto de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de Características de emprendimiento:
http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/108700/secme-15528_1.pdf?sequence=1
- Perú Travel. (2020). *Perú Travel*. Obtenido de Cocina peruana:
<https://www.peru.travel/gastronomia/pe/#cocina-peruana>
- Piaggio Canivillo, M. (2006). *Inmigración de Peruanos en Chile y emprendimiento: Elnegocio Gastronómico*. Santiago de Chile: Repositorio Universidad de Chile.
- Poblete, C.; Mandakovic, V. (Diciembre de 2017). *Research Gate*. Obtenido de El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile:
https://www.researchgate.net/profile/Carlos_Poblete/publication/332375508_El_rol_de_la_inmigracion_y_las_expectativas_de_crecimiento_en_el_empren dimiento_innovador_el_caso_de_Chile/links/5d3a0a87a6fdcc370a6045c1/El-rol-de-la-inmigracion-y-las-expectativas
- Quispe, E. (1 de Julio de 2016). *Wordpress*. Obtenido de la competitividad de las agencias de viaje y operadoras de turismo, basado en el modelo de Michael Porter:
<https://edgarquispe.wordpress.com/2016/07/01/la-competitividad-de-las-agencias-de-viaje-y-operadoras-de-turismo-basado-en-el-modelo-de-michael-porter/>

- Rodríguez, J. (6 de Marzo de 2014). *Teoría de Albert Shapero*. Obtenido de <https://prezi.com/ojrnvszphvlz/teoria-de-albert-shapero/>
- Romero, V. N. (2013). *Emprendimiento y migración: análisis del proceso y factores críticos*.
- Ruiz Moreno, R. (2014). *Diseño de un modelo de negocio para un servicio de análisis e indicadores sobre un contenido visual, asociado a proyecto AKORI*. Santiago de Chile: Repositorio Universidad de Chile.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill Education.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill Education.
- Schmidt-Hebbel, K. (2019). La crisis de Chile: causas, efectos y salidas. *Publicado en: CIES, Investigación, Noticias, Noticias para el home | 20 noviembre, 2019*.
- Segredo, A. (diciembre de 2016). *Aproximación teórica a la evolución, teorías, enfoques y características que han sustentado el desarrollo de las organizaciones*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662016000400009
- Tapia, M., & Chacón, F. (2016). *Vínculos transfronterizos: vida, movilidad y comercio en el barrio boliviano de Iquique, Chile*. Iquique.
- Toledo Miranda, G. (Julio de 2020). Información extraída de Atlas ti. *Influencia de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique*. Iquique, Tarapacá, Chile.
- UNCTAD, N. U. (2018). *Guía Informática sobre políticas de emprendimiento para*

personas migrantes y refugiadas. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo* (p. 184). New York and Geneva: Naciones Unidas.

UNCTAD, N. U. (2018). Guía Informática sobre políticas de emprendimiento para personas migrantes y refugiadas. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo* (p. 184). New York and Geneva: Naciones Unidas.

Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Uмба, A. & Montoya, I. (2017). *Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas*. Obtenido de Revista Virtual Universidad Católica del Norte: <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/948/1395>

Virgilio, P. B. (2016). *Dinámicas migratorias transnacionales: el caso de los inmigrantes sudamericanos en Santiago de Chile*. Madrid.

APÉNDICES

APÉNDICE 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

INFLUENCIA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA PERUANA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO DE INMIGRANTES EN LA CIUDAD DE IQUIQUE, 2016-2020

Matriz de consistencia.

Interrogante principal	Objetivo general	Indicadores de la variable independiente: Cultura gastronómica	Tipo y diseño de investigación
¿En qué medida la cultura gastronómica peruana influye en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique, periodo 2016 - 2020?	Determinar la influencia que existe entre la cultura gastronómica peruana y el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique, periodo 2016 - 2020.	Sexo, Edad. Emociones, sentimientos Trabajos anteriores. Emprendimientos anteriores Conocimientos, estudios relacionados Opiniones de nacionales Arriesgado, Emprendedor, Innovador Básica, Media, Técnica, Profesional.	Correlacional Causal. Ámbito de estudio Emprendimientos de migrantes en la Ciudad de Iquique Población Restaurantes /Emprendimientos de

Interrogantes específicas	Objetivos específicos	Indicadores de la variable dependiente: Emprendimiento	gastronomía peruana en la ciudad de Iquique.
¿En qué medida las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?	Identificar las actividades y procesos internos de línea de apoyo y de soporte que influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique.	Balance Financiero; Estado de Resultado; inversiones. Paga o no paga impuestos. Recibe o no beneficios. Invertir, Riesgo. Cantidad de clientes atendidos, volumen de ventas.	Muestra 12 restaurantes peruanos. Técnicas de Recolección de Datos -Encuestas -Entrevistas
¿En qué medida las características personales influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?	Determinar las características personales que influyen en la decisión de desarrollar el emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique.	Cumplimiento de metas por procesos. Consultar a los clientes por nuevas necesidades, nuevos gustos, opiniones sobre	Instrumentos -Cuestionario de encuesta -Guía de entrevista

<p>¿En qué medida los factores críticos de la cultura gastronómica peruana influyen en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique?</p>	<p>Identificar la influencia de los factores críticos de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes de la ciudad de Iquique.</p>	<p>gastronomía. Tipos de maquinarias.</p>	
--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia

APÉNDICE 2: RESTAURANTES DE IQUIQUE

Nombre	Dirección	Teléfono	Página Web
Rayu Restaurante	Filomena Valenzuela 125 A – Península	+56 57 243 5441	SI
Kirú Restaurante Lounge	Amunátegui 1912	+56 57 276 0795	SI
La Mulata	Avenida Arturo Prat Chacón 902	+ 56 57 247 3727	SI
Cantaba La Rana	Manuel Antonio Matta 2761	+ 56 57 243 3433	SI
Akwa Restaurante	Amunátegui 2005	+ 56 57 271 8343	SI
La Caleta de Mario	Juan Martínez 2053	+ 56 9 7706 0285	SI
Contigo Mi Perú	Dieciocho de septiembre 738	Sin Número	SI
D' Sipan Restaurant	Manuel Bulnes 407	+ 56 57 271 7427	SI
Tanuki Sushi	Amunátegui 1746	+ 56 9 4543 0390	SI
Restaurant Perú Fusión	Avenida Francisco Bilbao 3674	+ 56 57 224 3031	SI

Chico & Hawa	Eleuterio Ramírez 1706	+ 56 9 9138 1371	SI
Restaurante Zuma Nikkei	Amunátegui 2034	Sin Número	SI
Cantina La Rana	Filomena Valenzuela 250	Sin Número	SI
Fuente Peruana	Avenida Luis Emilio Recabarren 2626	+ 56 57 276 3922	SI
La Picada de Ramesh	Calle Obispo Labbe 689	+ 56 9 9263 7873	SI
Hola Ola	Vivar 1798	+ 56 9 9595 5000	SI
Le Caprice	Avenida Arturo Prat 3246	+ 56 57 234 6445	SI
Mándala Resto arte	Barros Arana 1794	+ 56 9 9976 0587	SI
Yokoso Sushi Bar	Avenida Santiago Polanco 2290	+ 56 57 244 4401	SI
Fuente Peruana	Vicente Zegers 662	+ 56 57 276 3922	SI
Mama Diabla	Baquedano 732	+ 56 57 251 2687	SI

La Isla Terraza Restobar	Avenida Francisco Bilbao 3420	+ 56 9 3082 6351	SI
Café Moreno	Gorostiaga 301	Sin Número	SI
Jhonny Restaurante Pollería	Tarapacá 825	+ 56 9 8493 4075	SI
La Esquina Restobar	Gorostiaga 408	+ 56 9 6510 7953	SI
Arami Lounge	Filomena Valenzuela 784	+ 56 9 6903 9307	SI
Dickens	Avenida Baquedano 1334	+ 56 9 6638 5212	SI
Fuzz	Filomena Valenzuela 151	+ 56 9 6904 8418	SI
Pausa Restaurant Café Bar	San Martín 273	+ 56 9 9320 6269	SI

Fuente de información: Internet Google: Restaurantes de Gastronomía Peruana en la ciudad de IquiqueChile.

APÉNDICE 3: GUÍA DE ENTREVISTA AL DUEÑO

Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado
Cuestionario de preguntas dirigido al Dueño del Restaurante

Número de Cuestionario:

Objetivo

Obtener la mayor información relacionada con el Emprendedor,
visualizando las características personales que le permitieron emprender.

Nombre del Emprendedor:

1	Restaurante	2	Restaurante	3	Restaurante	4	Restaurante
---	-------------	---	-------------	---	-------------	---	-------------

Capítulo 1: Características del Emprendedor

1.1 Sexo:

Hombre	1
Mujer	2

1.2. Estado Civil:

Soltero	1
Casado	2
Separado	3
Divorciado	4

Viudo/a	5
Conviviente	6

1.3. Edad: (años)

1.4. Nacionalidad:

Chilena	1
Extranjera	2

Si su respuesta es 2 Especifique:

Permanencia en Chile:

1.5 Nivel de estudios alcanzado:

Primaria incompleta	1
Primaria completa	2
Secundaria incompleta	3
Secundaria completa	4
Técnica incompleta	5
Técnica completa	6
Universitaria incompleta	7
Universitaria Completa	8
Post grado Maestría incompleto	9
Post grado Maestría completo	10
Postgrado Doctorado incompleto	11
Postgrado Doctorado completo	12

1.6 Profesión:

Capítulo 2: Dueño del Restaurante

2.0 Si el dueño no es nacido en Iquique, pasar a la pregunta 2.1

2.0 Si el dueño es nacido en Iquique, pasar a la pregunta 2.5

2.1. ¿Cuáles fueron los motivos que lo llevaron a tomar la decisión de emigrar de su país?

.....

.....

2.2. ¿Por qué eligió Chile como país de residencia?

.....

.....

2.3. ¿Por qué eligió la ciudad de Iquique como residencia?

.....

.....

2.4. ¿Cuál fue su situación al llegar a la ciudad de Iquique?

.....

.....

2.5. ¿Cuál fue su primer empleo?

.....
.....

2.6. ¿Cómo logra tomar la decisión de desarrollar este negocio?

.....
.....

2.7. ¿Cómo logra obtener su capital para este negocio?

.....
.....

2.8. ¿Cuáles fueron las dificultades que se le presentaron para comenzar su negocio?

.....
.....

2.9. ¿Por qué emprender en Gastronomía Peruana?

.....

.....

2.10. ¿Cuál es su experiencia laboral anterior a este negocio?

.....

.....

2.11. ¿Cómo logra administrar su Restaurante?

.....

.....

2.12. ¿Cuáles considera que son sus principales fortalezas que lo llevaron a emprender en Gastronomía Peruana?

.....

.....

2.13. ¿Cuáles son sus principales logros alcanzados con la Gastronomía Peruana?

.....

.....

2.14. ¿Cuáles considera que son sus principales motivaciones que lo llevaron a emprender en Gastronomía Peruana?

.....

2.15 ¿Considera que la Gastronomía Peruana representa una competencia fuerte entre los restaurantes de la ciudad de Iquique?

SI	1
NO	2

¿Por qué?

2.16. ¿Cuál es su opinión sobre la Gastronomía Peruana en la ciudad de Iquique?

Pésima	1
Regular	2
Buena	3
Muy Buena	4
Excelente	5

2.17 ¿Piensa que todavía hay nichos (oportunidades) no cubiertos de la Gastronomía Peruana?

SI	1
NO	2

Si la respuesta es 1 pasar a la pregunta 2.17.1

Si la respuesta es 2 pasar a la pregunta 2.17.2

2.17.1 ¿Cuáles serían los nichos (oportunidades)?

.....

2.17.2 ¿Por qué no se vislumbran nuevos nichos (oportunidades)?

.....

2.18 ¿Qué factores vinculados a sus recuerdos con su país, ciudad, influyeron en usted que le permitieron emprender, vale decir, la nostalgia, sabores, olores, recuerdos de infancia, recuerdos de familia, etc.?

Nostalgia	1
Sabores	2
Olores	3
Recuerdos de infancia	4
Recuerdos de familia	5
Otros	6

2.19 ¿Cuál es su visión futura de la Gastronomía Peruana en la ciudad de Iquique?

.....
.....
.....

2.20 ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en la Gastronomía Peruana?

.....
.....
.....

APÉNDICE 4: GUÍA DE ENTREVISTA AL PERSONAL QUE FORMA PARTE DEL EMPRENDIMIENTO

Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado
Cuestionario de preguntas dirigido al Restaurante

Número de Cuestionario:

Objetivo

Obtener la mayor información relacionada con la visión y misión; infraestructura; Gestión de Recursos Humanos; Tecnología; Administración de Procesos; Servicios y Reglamentación y Normativas del Restaurante.

1	Restaurante	2	Restaurante	3	Restaurante	4	Restaurante
---	-------------	---	-------------	---	-------------	---	-------------

Capítulo 1: Datos Geográficos del Restaurante

1.1 R.U. T:

1.2 Dirección:

1.3 Ciudad:

1.4 Número de Teléfono:

1.5 Años de creación:

Capítulo 2: Infraestructura

2.1. Infraestructura

Propia	1
Arrendada	2

2.2 Metros cuadrados (perímetro):

2.3 Metros cuadrados (construidos):

2.4. Descripción del Inmueble:

2.4.1 Número de Ambientes para degustar:

2.4.2 Número de Baños:

2.4.2.1 Número de Baños Damas:

2.4.2.2 Número de Baños Varones:

2.4.3 Sala de Recepción:

SI 1

NO 2

2.4.4 Sala de Bar

SI 1

NO 2

2.4.5 Números de Mesas:

2.4.6 Números de Reservados:

2.4.7. Área para bailar:

SI 1

NO 2

2.4.8. Área para Eventos mayores:

SI 1

NO 2

2.4.9. Área de Entretenimiento:

SI 1

NO 2

2.4.10. Área para escuchar música:

SI	1
NO	2

Capítulo 3: Descripción de Procesos

3.1. Infraestructura

3.1.1 ¿Podría describir la distribución de su Infraestructura?

.....

3.1.2 ¿Cuenta con accesos para personas discapacitados?

SI:(pasar a la pregunta 3.1.2.1); NO: ... (pasar a la pregunta 3.1.4)

3.1.2.1. ¿Podría describir cuales son los accesos?

.....

3.1.4. ¿Cuenta con lugar para estacionamiento de vehículos?

SI: ... (pasar a pregunta 3.1.4.1); NO: ... (pasar a pregunta 3.1.5)

3.1.4.1 Descripción de Estacionamientos:Bajo

techo:

Dentro del Restaurante:

Uso exclusivo Clientes:

Con guardia:

3.1.5 ¿Cuenta con ambientes de Fumadores y No Fumadores?

SI

1

	NO	2	
3.1.6	¿Podría obtener fotos de las dependencias del Restaurante?SI	1	
	NO	2	
3.1.7	¿Podríamos disponer de un layout de la distribución de las dependencias del Restaurante?	1	
	NO	2	
3.2. Gestión de Recursos Humanos			

3.2.1 ¿Podría explicar el procedimiento de selección de su personal?

Aviso radial	
Aviso periódico	
Internet	
Por recomendación	

Otros medios:

.....

3.2.2 ¿Considera importante la experiencia del personal?SI:

..... NO:

¿Por qué?

.....

.....

3.2.3 ¿Con cuanto personal dispone para el desarrollo normal del Restaurante?

.....

3.2.4 ¿Podría mencionar los nombres de los puestos del personal del Restaurante yel número de personas en cada uno de ellos?

Cargo Número de personas

Gerente	
Administrador	
Personal Administrativo	
Chef de cocina	
Garzón	

Otros(mencionar):

.....

3.2.5. ¿Podríamos disponer del organigrama del Restaurante?

SI	1
NO	2

3.3.1 ¿Cuenta con equipamientos tecnológicos en la preparación de los productos?

SI: ... (pasar a pregunta 3.3.2.); NO: ... (pasar a pregunta 3.3.3.)

3.3.2 ¿Podría indicar cuales son los equipamientos tecnológicos?

.....

.....

3.3.3 ¿Cuenta con WI-FI?

SI	1
NO	2

3.4. Abastecimiento Adquisición de Insumos

3.4.1 ¿Podría describir el proceso de abastecimiento de insumos?

.....

.....

3.4.2 ¿Cuenta con proveedores fijos?

SI	1
NO	2

3.4.3 ¿Cuenta con contratos o convenios con proveedores?

SI	1
NO	2

3.4.4 ¿Podría describir el proceso de compras?

.....

.....

3.5 Administración de Bodega

3.5.1 Recepción

¿Podría describir el proceso de recepción de los insumos?

.....

3.5.2 Almacenamiento

¿Podría describir el proceso de almacenamiento de los insumos?

.....

3.5.3 Despacho

¿Podría describir el proceso de entrega de insumos para la preparación de los productos?

.....

3.5.4. ¿Utiliza algún software para la administración de la bodega?

SI ... (pasar a la pregunta 3.5.4.1); NOpasar a la pregunta 3.5.5)

3.5.4.1. Indicar el nombre del Software.

.....

3.5.5 ¿Qué sistema de Inventario utiliza?

.....

Capítulo 4: Servicios

4.1. ¿Qué tipos de servicios ofrece su Restaurante?

.....
.....
.....

4.2. ¿Cuál es la especialidad Gastronómica en su Restaurante?

.....
.....
.....

4.3. ¿Considera que la Gastronomía Peruana en su Restaurante es lo más consumido por sus clientes?

.....
.....

4.4. ¿Basado en su experiencia Gastronómica, cuáles son los factores que inciden en que los clientes de su restaurante prefieran la Gastronomía Peruana?

.....
.....
.....

4.5. ¿Cuál es su apreciación sobre la influencia de la Gastronomía Peruana en los Restaurantes de la ciudad de Iquique?

.....
.....
.....

4.6 ¿Considera usted que, si el Jefe de Cocina no fuera peruano, tendría el mismo éxito la Gastronomía Peruana en los restaurantes de la ciudadde Iquique?

.....
.....
.....

4.7. ¿De acuerdo con su trayectoria, cuál es la categoría de su Restaurante?

.....
.....
.....

4.8. ¿En cuanto a la ubicación, considera que su Restaurante está bien ubicado?

.....
.....
.....

4.9. ¿Qué capacidad de personas podría atender a la vez el Restaurante?

.....
.....

4.10 ¿Cuántos clientes recibe en promedio en un día?

.....
.....

4.11 ¿Qué servicios adicionales ofrece su Restaurante?

.....
.....

Capítulo 5: Reglamentación y Normativa Legal

5.1 ¿El Restaurante cumple con toda la normativa legal exigida?

SI ... (pasar a la pregunta 5.1.1); NO ... (pasar a la pregunta 5.2.)

5.1.1. ¿Podría indicar las principales normativas legales?

.....
.....

5.2. ¿El Restaurante posee patente?

SI ... (pasar a la pregunta 5.2.1); NO ... (pasar a la pregunta 5.3)

5.2.1 ¿Podría indicar tipo de patente que posee el Restaurante?

.....
.....

5.3. ¿Qué beneficios tributarios recibe el Restaurante?

.....
.....

5.4. ¿Posee el Restaurante algunas franquicias?

.....
.....

APÉNDICE 5: INFORMACIÓN ANALIZADA

A partir del análisis realizado a través del software Atlas ti se formaron las siguientes categorías:

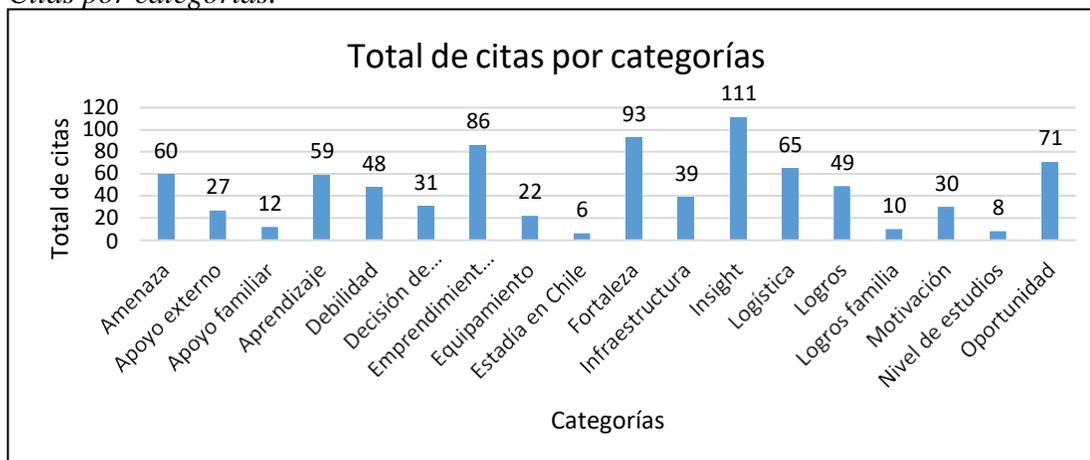
Citas identificadas

Emprendedores	Cantidad de citas	% de citas
Restaurante La pícada de Ramesh	87	10,52%
Restaurante Kirú	53	6,41%
Chef Yuri Huamanzana	83	10,04%
Restaurante Pollo Queen	81	9,79%
Restaurante Neptuno Don Mario	62	7,50%
Chef Fabio Fang	35	4,23%
Chef Francisco Sepúlveda	71	8,59%
Chef Miguel Vega	44	5,32%
Restaurante Rayu	104	12,58%
Restaurante Sabor del Inca	27	3,26%
Restaurante Tercer Ojito	64	7,74%
Chef Yoni Pari	116	14,03%
TOTALES	827	100,00%

Nota: Tabla de citas identificadas.

Fuente: Información extraída de software Atlas ti.

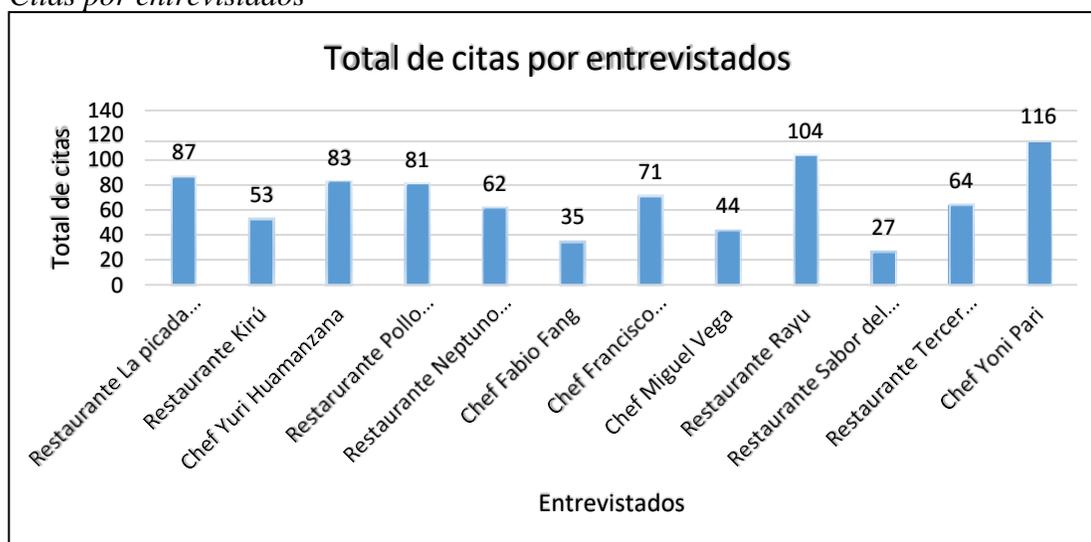
Citas por categorías.



Nota: Gráfico de citas por categorías.

Fuente: Información extraída de software Atlas ti.

Citas por entrevistados



Nota: Gráfico de citas por entrevistados.
Fuente: Información extraída de software Atlas ti.

Categorías por familias (absoluta)

Nombre de familia	Categorías por familia	Citas por familia
Factores Internos y externos	6	284
Factores Motivacionales	4	101
Factores Personales	5	214
Visión estratégica	3	228
Total	18	827

Nota: Tabla de categorías por familias.
Fuente: Elaboración Propia.

APÉNDICE 6: CARACTERÍSTICAS DE LAS TEORÍAS

Características de las teorías.

Teorías	Organización	Entorno	Talento	
General de Sistema	Objetivos y funciones	Entorno dinámico y observar otros sistemas		
	Subsistemas dinámicos e interactivos	Retroalimentación desde el entorno		
	Modelo de organización abierto			
	Definición del campo de acción del sistema. Fronteras del sistema	Reabastecerse de energía manteniendo indefinidamente su estructura organizacional.		
	Sistema constituido por cinco partes básicas: entrada, salida, proceso, retroalimentación y ambiente.	Sistema adaptativo, adaptarse a los cambios del ambiente para sobrevivir. Focalización en los resultados en lugar del énfasis sobre el proceso o las actividades de la organización.		
	Enfoque dinámico: énfasis sobre el proceso dinámico de interacción que ocurre dentro de la estructura de una organización.		Roles es el conjunto de actividades exigidas a un individuo que ocupa determinada posición en la organización.	
De contingencia	La organización debe mantener transacciones e intercambio con su ambiente.	El entorno obliga a las empresas a adoptar nuevas estrategias que exigen diferentes estructuras organizacionales.	Conocimientos acumulados, desarrollados sobre la ejecución de tareas.	
	Para alcanzar los objetivos las organizaciones deben constar con tecnologías.			
	Buenas técnicas sobre la utilización de máquinas, equipos, e instalaciones para la transformación de los insumos en productos o servicios.			
	Tecnología Incorporada a bienes físicos como bienes de capital y materias primas.			Tecnología no incorporada como el conocimiento utilizado para transformar materias primas, datos e información en bienes o servicios, modificando su naturaleza o características.
	Definición del nivel estratégico.			Comprender las relaciones dentro y entre los subsistemas
	Definición del nivel intermedio.			Considerar el impacto en la organización proveniente del entorno
	Definición del nivel operativo			Comprender como operar en condiciones distintas y en circunstancias específicas producto de señales del entorno.
	Recursos humanos			Orientar hacia diseños organizacionales y acciones gerenciales apropiadas para situaciones específicas.
	Recursos materiales			
	Inversiones			
Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.				
Eco emprendedor	Mentores, asesores y sistemas de soporte	Gobierno	Cultura: Habilidades, experiencia, conocimientos	
	Universidades: ciencia, investigación y desarrollo.	Marco regulatorio e infraestructura	Capital humano; ambición y visión.	
	Educación y entrenamiento.	Fondos y financiamiento	Fuerza laboral: para emprender.	

Nota: Tabla de características de las teorías.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

APÉNDICE 7: APLICACIÓN MODELO CANVAS ACTUAL

Aplicación modelo CANVAS situación actual.

ALIADOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA	RELACIONES	CLIENTES
<p>1. Conocimientos de preparación de comida peruana.</p> <p>2. Cocinero familiar, familiares, amigos o conocidos.</p> <p>3. Personal familiar o conocidos atienden.</p> <p>4. Proveedores de carnes, mariscos y pescados son localizados en carnicerías y terminales pesqueros.</p> <p>5. Proveedores de ingredientes son localizados en el mercado central o terminal agropecuario.</p> <p>6. Fuentes de suministros reducidas por no disponer de mayor liquidez ni créditos</p>	<p>1. Ambientar el local de venta de comida peruana de acuerdo con los recursos que se poseen.</p> <p>2. Preparación dependerá de la sazón y experiencia del cocinero.</p> <p>3. Preparación de menú diario estandarizados.</p> <p>4. Preparación de platos extras muy específicos. Sin opción de variedad.</p> <p>5. Compra diaria de insumos a cargo del emprendedor del negocio.</p> <p>6. No se dispone de un sistema computacional que permita informar y controlar stocks.</p>	<p>Emprender en comida peruana como una oportunidad de generar ingresos ante una situación de necesidad.</p>	<p>1. Restaurante dirigido a clientes conocidos, reuniones de familias y amigos peruanos.</p>	<p>1. Segmento de clientes, personas que habitan y trabajan por los alrededores del restaurante, que tienen una asistencia periódica.</p> <p>2. Clientes principalmente peruanos residentes en Iquique.</p> <p>3. Clientes viajeros con motivos de negocio.</p> <p>4. Los precios son estandarizados. No varían entre los restaurantes</p>

	ACTIVOS CLAVES		CANALES	
	<p>1. Capital inicial, obtenido de muchos años de trabajo en otros empleos.</p> <p>2. La ubicación, corresponde a la misma casa donde viven o se arrienda un local en un sector de mucho tránsito de peruanos.</p> <p>3. No se poseen conocimientos del mercado.</p> <p>4. Jornadas de trabajo extenuantes sin límites de horario.</p> <p>5. Actitud y espíritu emprendedor de cambiar su situación económica.</p> <p>6. Mucha confianza y perseverancia para lograr el restaurante.</p> <p>7. Equipamiento lo necesario y básico para preparar las comidas.</p>		<p>1. Pizarra puesta sobre la vereda frente a la puerta del local.</p> <p>2. Comunicación verbal de persona a persona.</p> <p>3. Publicidad actual de algunos negocios solo radial.</p>	

	8. Muebles necesarios para la atención de clientes.			
ESTRUCTURA DE COSTOS 1. Costos fijos asociados a la infraestructura y utensilios para operar. 2. Costos variables como los insumos e ingredientes asociados a las preparaciones. 3. Pagos de luz, agua, gas y arriendo. 4. Gastos imprevistos		FLUJOS DE INGRESOS 1. Los flujos de ingresos provendrán de la venta de platos típicos consumidos por los clientes que prefieran el restaurante. 2. Valor fijo determinados de cada plato, de acuerdo con los ingredientes que lo componen.		

Nota: Aplicación de Modelo CANVAS (actual).

Fuente: Elaboración propia.

APÉNDICE 8: APLICACIÓN MODELO CANVAS PROPUESTA

Aplicación modelo CANVAS, propuesta.

ALIADOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA	RELACIONES	CLIENTES
<p>1. Contratar Chefs peruanos con experiencias acreditadas.</p> <p>2. Chefs con formación profesional en Instituciones reconocidas del Perú.</p> <p>3. Personal calificado con experiencia en servicios, con capacidad para asesorar y recomendar a los clientes a consumir productos específicos.</p> <p>4. Contactos claves como Consulado peruano en Iquique, que permita difundir la gastronomía peruana mediante eventos con</p>	<p>1. Gastronomía de calidad, se logrará con ingredientes de calidad y con experiencia acreditada.</p> <p>2. Revisión constante de la carta de platos renovando la oferta gastronómica.</p> <p>3. Decoración con motivos del país, incluyendo artesanías y tejidos andinos. Crear un ambiente apropiado.</p> <p>4. Establecer horarios de atención, de acuerdo con las tendencias de presencia de clientes.</p> <p>5. Ambiente limpio que la higiene, se</p>	<p>Posicionar al restaurante en el mercado gastronómico peruano de la ciudad de Iquique, a través de un modelo de negocio que considere tanto recursos físicos como habilidades, conocimientos y experiencia gastronómica orientado al mejoramiento operacional y a su viabilidad en el tiempo. Creando una Marca</p>	<p>1. Base de datos de clientes asiduos al restaurante.</p> <p>2. Invitaciones a cavas de vinos a clientes asiduos.</p> <p>3. Envío de promociones para clientes preferentes.</p> <p>4. Restaurante dirigido al cliente, a su familia y reuniones de negocio.</p> <p>5. Construir relaciones personalizadas y de exclusividad.</p> <p>6. La construcción de la relación debe estar orientada hacer sentir IMPORTANTE al cliente.</p>	<p>1. Definir el segmento de clientes, empresarios, reuniones familiares, adultos mayores, adultos jóvenes.</p> <p>2. Detectar necesidades insatisfechas</p> <p>3. Empezar en oportunidades no cubiertas.</p> <p>4. Dirigido a clientes degustadores de gastronomía peruana.</p> <p>5. Segmentación de precios, por tipo de clientes.</p> <p>6. Segmentar clientes por días y horarios.</p> <p>7. Segmentar clientes por tipo de preparaciones.</p>

<p>inmigrantes emprendedores.</p> <p>5. Generar redes de contacto, a través de asociaciones gastronómicas, participación en festivales gastronómicos en la ciudad.</p> <p>6. Participar en eventos gastronómicos para aumentar la experiencia y aplicarla en el restaurante mediante nuevas preparaciones.</p> <p>7. Conocimientos, habilidades y técnicas gastronómicas, constituyen recursos cruciales para la oferta gastronómica.</p> <p>8. Búsqueda de fuentes de suministros, más apropiadas por plazo de entrega, por calidad, por confiabilidad, por</p>	<p>aprecie en todos los espacios del restaurante.</p> <p>6. Contar con un sistema logístico. Que permita entregar información confiable y exacta sobre stocks de insumos.</p> <p>7. Implementar software que controle todo el proceso administrativo asociado con la gestión del restaurante.</p>			<p>8. Atención y servicios preferenciales para todos los clientes que asistan al restaurante.</p>
--	---	--	--	---

<p>otorgamiento de créditos.</p> <p>9. Establecer convenios con proveedores de carnes, mariscos y pescados.</p> <p>10. Establecer convenios con proveedores de ingredientes gastronómicos.</p> <p>11. Programas gubernamentales con recursos financieros y apoyo a la gestión.</p>				
	ACTIVOS CLAVES		CANALES	
	<p>1. Producto del funcionamiento, lograr ahorrar e invertir los recursos adicionales.</p> <p>2. Evaluar si la ubicación actual es la adecuada para el restaurante.</p> <p>3. Invertir en estudios de mercado. Para establecer tendencias.</p> <p>4. Disposición a trabajar sin límites.</p>		<p>1. Anuncios mediante prensa escrita de la ciudad de Iquique.</p> <p>2. Contar con personal capacitado en el manejo de redes sociales.</p> <p>3. Correos personales de los clientes preferentes.</p> <p>4. Publicitar en red de televisión local mediante</p>	

	<p>Atención a clientes en horarios nocturnos y festivos. Extender el horario de atención.</p> <p>5. Actitud y espíritu emprendedor. Mejorar su participación de mercado y de preferencia.</p> <p>6. Creer en el desarrollo del restaurante, mediante planificación y control.</p> <p>7. Enfrentar al riesgo tomando en consideración tanto la oferta como la demanda histórica.</p> <p>8. Revisar el historial del restaurante (basado en el crecimiento y las condiciones externas).</p> <p>9. Invertir en equipamiento e introducir</p>		<p>fotografías de preparaciones.</p> <p>5. Publicitar mediante avisos radiales de la ciudad de Iquique.</p> <p>6. Crear una base de datos con correos personales de los clientes</p>	
--	---	--	--	--

	tecnología en sus procesos. 10. Conocimientos INSIGHT del funcionamiento del negocio y del mercado.			
ESTRUCTURA DE COSTOS		FLUJOS DE INGRESOS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Costos fijos asociados a la infraestructura y utensilios para operar. 2. Costos variables como los insumos asociados a las preparaciones. 3. Costos variables asociados a los procesos productivos, luz, agua, gas. 4. Costos asociados a mantenciones preventivas y correctivas de los equipamientos. 5. Presupuesto para el pago del dominio, creación, mantenimiento de la página web y publicidad en redes sociales. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Los flujos de ingresos provendrán de la venta de platos típicos consumidos por los clientes que prefieran nuestro restaurante. 2. Valor fijo determinado de cada plato, de acuerdo con los ingredientes que lo componen. 3. Ingresos provenientes de empresas que desean que nuestro restaurante, publicite sus artículos. 4. Contratación del restaurante para eventos especiales. 		

Nota: Aplicación de Modelo CANVAS (propuesta).

Fuente: Elaboración propia.

APÉNDICE 9: VALIDEZ DE CONTENIDO

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN Aprobado por Resolución N° 006-2017-UPT-C.ESPG		
Codificación RIN-ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 2 de 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Juan Leandro Andrés Parra Gálvez
- 1.2. Grado Académico. Doctor en Administración
- 1.3. Profesión: Ingeniero Comercial.
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Tecnológica de Chile, Inacap.
- 1.5 Cargo que desempeña: Director de Investigación y Desarrollo.
- 1.6 Denominación del Instrumento:
.....
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					12	15
SUMATORIA TOTAL						27

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN Aprobado por Resolución N° 006-2017-UPT-C.ESPG		
Codificación RIN-ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 3 de 3

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

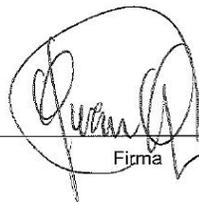
- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE _____ DEBE MEJORAR X
- NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones:

En general muy conforme con los instrumentos solo observación de forma que serán planteadas al momento de investigar. (Michael Monte) falta mejorar.

2

Iquique, 19 de Diciembre de 2019.


Firma

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN Aprobado por Resolución N° 006-2017-UPT-C.ESPG	
Codificación RIN-ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017
		Páginas 2 de 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Juan Leandro Andrés Parra Gálvez
- 1.2. Grado Académico. Doctor en Administración
- 1.3 Profesión: Ingeniero Comercial.
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Tecnológica de Chile, Inacap.
- 1.5 Cargo que desempeña: Director de Investigación y Desarrollo.
- 1.6 Denominación del Instrumento:
.....
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL						26

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN Aprobado por Resolución N° 006-2017-UPT-C.ESPG		
Codificación RIN-ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 3 de 3

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

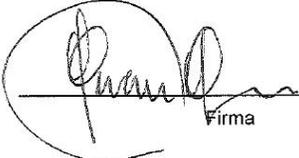
- 3.1. Valoración total cuantitativa: 26
- 3.2. Opinión: FAVORABLE _____ DEBE MEJORAR X

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones:

En general muy conforme con los instrumentos, solo observaciones de forma que serán planteadas al alumno correspondiente (verificar matriz) para mejorar.

Iquique, 19 de Diciembre de 2019.


Firma

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN		
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 2 de 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Norma Constanza Velásquez Rodríguez
- 1.2. Grado Académico. Doctora en Economía
- 1.3 Profesión: Economista.
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente Principal.
- 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario – Variable dependiente
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				x		
SUMATORIA PARCIAL					4	25	
SUMATORIA TOTAL							29

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN			
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 3 de 3	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 29

3.2. Opinión: FAVORABLE x DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: Sin observaciones

2

Iquique, 06 de Diciembre de 2019.



Dra. Norma Velásquez R.
Firma

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN		
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 2 de 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Norma Constanza Velásquez Rodríguez
- 1.2. Grado Académico. Doctora en Economía
- 1.3 Profesión: Economista.
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente Principal.
- 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario – Variable independiente
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				x		
SUMATORIA PARCIAL					4	25	
SUMATORIA TOTAL							29

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN			
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 3 de 3	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 29

3.2. Opinión: FAVORABLE x DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: Sin observaciones

2

Iquique, 06 de Diciembre de 2019.



Dra. Norma Velásquez R.
Firma

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN		
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 1 de 2

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Bobadilla Quispe, Mariela Irene
- 1.2. Grado Académico. Doctora en Ciencias Contables y Financieras
- 1.3 Profesión: Contadora
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario – Variable dependiente
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X		
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X		
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X	
SUMATORIA PARCIAL					8	20	
SUMATORIA TOTAL							28

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN			
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 1 de 2	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 28

3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

2

Iquique, 06 de diciembre de 2019.



 Firma

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN		
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 1 de 2

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Bobadilla Quispe, Mariela Irene
- 1.2. Grado Académico. Doctora en Ciencias Contables y Financieras
- 1.3 Profesión: Contadora
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario – Variable independiente
- 1.7. Autor del instrumento: Gustavo Adolfo Toledo Miranda.
- 1.8 Programa de postgrado: Doctorado en Administración.

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X		
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X		
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X	
SUMATORIA PARCIAL					8	20	
SUMATORIA TOTAL							28

	Universidad Privada de Tacna Escuela de Postgrado REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN			
Codificación RIN- ESPG/UPT	Versión 3.0	Vigencia desde 2017	Páginas 1 de 2	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 28

3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

2

Iquique, 06 de diciembre de 2019.



 Firma