



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes
de administración de una universidad privada de la ciudad
de Trujillo, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Castillo Merino, Denny (ORCID: 0000-0002-1558-8527)

ASESORA:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia (ORCID: 0000-0003-2721-2698)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO – PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy hoy en día.

A mi esposo por ser parte de mi vida, mi compañero y cómplice en cada paso que doy.

A mis hijos por ser siempre un motivo importante para luchar en la vida.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y la virgen por darme la oportunidad de seguir luchando por mis sueños a pesar de los obstáculos y dificultades que se presentan, por su protección y por su amor misericordioso.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y Operacionalización	14
3.3. Población, muestra , muestreo,unidad de análisis.....	14
3.4. Técnica e Instrumento de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	16
3.6. Métodos de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES.....	30
VIII. PROPUESTA	31
REFERENCIAS	34
ANEXOS.....	38

Índice de Tablas

Tabla 3.1.	
Resultado del coeficiente	16
Tabla 4.1.	
Nivel de Creatividad	18
Tabla 4.2.	
Nivel de Emprendimiento	19
Tabla 4.3.	
Relación Fluidez y emprendimiento	20
Tabla 4.4.	
Relacion Flexibilidad y emprendimiento.....	21
Tabla 4.5.	
Relación originalidad y emprendimiento	22
Tabla 4.6.	
Relación Creatividad y emprendimiento.....	23
Tabla 7.1.	
Cronograma de Actividades	31
Tabla3.2.	
Rangos de Grados de Relación	17

Resumen

El objetivo del presente informe de investigación fue determinar la relación que existe entre creatividad y emprendimiento empresarial de estudiantes de administración de una Universidad Privada en el departamento de La Libertad, 2020, por la metodología es de enfoque cuantitativo, investigación aplicada y nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, la población y muestra fue 67 alumnos del décimo ciclo de la Escuela de Administración, se aplicó la técnica de encuesta y de instrumento cuestionario; se concluyó que entre las variables Creatividad y Emprendimiento empresarial, existe una relación directa, habiéndose obtenido un coeficiente de correlación de $Rho=0,741$ lo que indica que es una relación positiva considerable, mientras mayor sea el impulso a la creatividad también crecerá el emprendimiento empresarial en los estudiantes asimismo se obtuvo que la variable creatividad tiene un nivel medio con un 58% y su dimensión con el nivel más bajo fue la fluidez con un 43% y la variable emprendimiento tiene un 49%, con la dimensión visión de futuro con el nivel más bajo con un 49%.

Palabras Clave: Creatividad, Emprendimiento, Fluidez, Visión de Futuro.

Abstract

The objective of this research report was to determine the relationship between creativity and entrepreneurial entrepreneurship of management students of a Private University in the department of La Libertad, 2020, by the methodology is quantitative approach, applied research and correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional design, the population and sample was 67 students from the tenth cycle of the School of Administration, the survey technique and the questionnaire instrument were applied; It was concluded that between the variables Creativity and Entrepreneurship, there is a direct relationship, having obtained a correlation coefficient of $Rho = 0.741$, which indicates that it is a considerable positive relationship, while the greater the impulse to creativity will also grow entrepreneurship in students also obtained that the creativity variable has an average level with 58% and its dimension with the lowest level was fluency with 43% and the entrepreneurship variable has 49%, with the dimension of future vision with the level lower with 49%.

Keywords: Creativity, Entrepreneurship, Fluency, Future Vision.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un generador de riqueza y empleo, sobretodo en entornos donde existen crisis de tipo económica. Por ello se recomienda formar profesionales con la capacidad de desarrollar y poner en marcha su propia empresa; sobre todo el tener una actitud positiva ante esta alternativa de desarrollo (Medina, et al, 2017, p. 163). Por eso es importante que existan investigaciones sobre el emprendimiento, para indirectamente luchar contra la pobreza, pues a falta de estudios donde se señale su importancia, la escases de planes de acción y recursos destinados al emprendimiento es más frecuente y generan la idea que el emprender no es una alternativa laboral ante su ausencia (Sung & Duarte, 2017, p. 309).

En países latinoamericanos, los gobiernos realizan una inversión minúscula en ciencia y tecnología, en comparación a países que forman parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), no obstante, el alto índice de penetración de tecnología de la información, en especial la de telecomunicaciones móvil como smartphome, tables y laptops, están dejando una pronunciada huella digital, reflejándose en el diseño, creación y expansión sostenible de las 'startups'. Este tipo de emprendimiento, se ha fomentado en muchos países de América Latina, incluso desde hace siete años, se han creado políticas para apoyarla y expandirla, favoreciendo así a que el continente sea percibido como un ecosistema para innovar (Fernández, 2018).

El Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI), considera a Chile, como un país dueño de un gran 'hub' para emprender, al menos dentro del sur del continente americano; otros países que lo escoltan son Colombia y Puerto Rico. En toda América, este ranking lo encabeza Los Estados Unidos, incluso a nivel mundial, en donde es escoltado por Suiza y Canadá. Esta clasificación considera catorce pilares para sus mediciones, entre los más importantes tenemos el del capital humano, la calidad del sector tecnológico, la capacidad para asumir riesgos o las posibilidades de internacionalización que

presentan las 'startup' (Bosma & Kelley, 2019, p. 32).

Perú, es considerado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), como un país emprendedor, debido a su actividad emprendedora en años recientes. La tasa de actividad emprendedora (TEA) del país alcanza el 28,8%, la cual supera a sus similares de Bolivia (con un 27,4%) y Chile (con un 26,6%); cifras que superan el índice promedio en América Latina y el Caribe de 17,6%. Sin embargo, el país que lidera este ranking es Ecuador (con un 32,6%) y a nivel mundial se ubica en cuarta posición (Serida, et al, 2018, p. 30).

Para llegar a mejorar el ecosistema peruano para desarrollar más emprendimientos y así buscar liderar nuestra región, es importante que exista la voluntad para el incremento y destino de recursos económicos, la búsqueda de que el sector tecnológico alcance madurez, mayor inversión en infraestructuras tecnológicas y protección de información, y buscar que las aptitudes y actitudes con respecto a la creación de empresas mejore y universalice (Fernández, 2018). También es importante, que dentro de las instituciones educativas de nivel superior, mediante modelos educativos, se orienten a través de incubadoras empresariales a la formación de profesionales con cultura emprendedora, creatividad e innovación y promover así la generación de startup o empresas de estudiantes y graduados (Mongrut, 2019, p. 2). El realizar esta acción incrementará las probabilidades de que estas iniciativas empresariales tengan éxito y contribuir así a la demanda del sector productivo y a la reducción de la tasa de mortandad empresarial (Guerra et al, 2015, p. 111).

En Trujillo, actualmente se cuenta con cinco universidades licenciadas, que han ajustado sus políticas y servicios académicos a las regulaciones de la Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (SUNEDU), no obstante, en sus planes institucionales la mayoría de universidades aspiran a formar emprendedores, por lo que los currículos apuntan a ello, sobretodo en estudiantes de Administración y afines.

En la Universidad Privada en estudio, se ha encontrado que sus últimos egresados han optado por laborar en empresas en posiciones de subordinación, pero que ninguno de ellos aspira por la alternativa del emprendimiento, a pesar de que su currícula académica apunta a ello. Si bien es cierto, el emprendimiento puede ser una alternativa de mayor riesgo, pero el producir ideas con prospectiva, el tener capacidad para adaptarse al entorno, el ser espontáneo y buscar la diferenciación, facilita que se pueda gestar ideas de negocio no solo viables económicamente sino de impacto.

Es importante conocer el cómo este emprendimiento se da en los estudiantes, pues de presentarse en bajo nivel debe conllevar a que la universidad restructure sus planes, plantee nuevas estrategias para que no sólo sus cambios actuales sean para cumplir con las condiciones básicas de calidad exigidas por SUNEDU, sino para lograr formar profesionales emprendedores que influyan en el desarrollo de nuestra localidad e incluso del país.

Para ser un emprendedor, se debe tener un compromiso bien marcado, donde el ser perseverante y osado, son la clave para el logro de metas, incluso seguir en la búsqueda de oportunidades. Un emprendedor debe ser persistente al buscar solucionar un problema, ser realista, tener autoconfianza, asumir riesgos, tolerar y adaptarse al cambio, ser íntegro y transmitir confianza; pero las características más importantes dentro del perfil de un emprendedor son su capacidad de creatividad e innovación, autoconfianza, el ser perseverante, capacidad para el manejo de problemas y la adaptación al riesgo (Alcaraz, 2011, p.11).

Las consecuencias de fomentar el emprendimiento, trasciende más allá de empresarismo y la creación de negocios, éste impacta positivamente en la economía de un país pues genera puestos laborales y fomenta la generación de más empresas con servicios especializados. Genera valor a las personas vinculadas al emprendimiento y a su entorno, llegando a motivar la competitividad en el ámbito académico; también tiene un impacto político pues

puede llegar a influir en las decisiones gubernamentales y un impacto social, porque permite que las personas estén interconectadas, generando en ellos asociaciones como medios para movilizar recursos, fortaleciendo la confianza de sus relaciones sociales y por ende alcanzar la reciprocidad. A la vez, el emprendimiento, genera en la población la satisfacción personal y como consecuencia ciudadanos más felices. (Cárdenas, et al, 2014, pp. 173 - 187)

En esta investigación se estudiará el emprendimiento en los estudiantes de Administración del décimo ciclo, y que forman parte de una Universidad Privada de la Ciudad de Trujillo, así también se abordará su nivel de creatividad, puesto que esta es considerada una característica importante para que el emprendimiento sea exitoso, según Alcaraz (2011); ambas variables serán correlacionadas con el fin de determinar si se presenta relación entre este factor y nuestra variable de interés. (p.4)

Considerando las investigaciones que anteceden a la presente, así como las definiciones de las variables de estudio, se consideró formularse la siguiente interrogante de investigación: ¿Cuál es la relación entre creatividad y emprendimiento empresarial de estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020?

Esta investigación se justifica, considerando como base los criterios planteados por Hernández y Mendoza (2018); en primer lugar, esta investigación tiene una relevancia social, porque a partir de la relación que pudiese encontrarse entre las variables de estudio, permitirá que los jóvenes universitarios alcancen un mejor nivel de emprendimiento empresarial a partir de la potenciación de su creatividad, de esta manera generar capacidades tanto laborales como emprendedoras. Esta investigación se justifica por su conveniencia, porque se podrá determinar de forma cuantitativa si entre la creatividad y el emprendimiento se presenta una relación significativa, y de darse podría ayudar a desarrollar planes o actividades que permita que el emprendimiento en jóvenes universitarios llegue a otro nivel. Tendrá una justificación metodológica, porque para medir la creatividad y el emprendimiento empresarial se construirá instrumentos que podrán ser

utilizados por otros investigadores e instituciones que deseen considerar entre sus indicadores de interés el nivel de emprendimiento y el de creatividad. (p.45)

En el caso del general: Determinar la relación existente entre la creatividad y el emprendimiento empresarial en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020. De forma específica: Identificar el nivel de creatividad en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo 2020, Identificar el nivel de emprendimiento en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo2020, Determinar la relación entre la variable creatividad en su dimensión fluidez y el emprendimiento empresarial en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020, Determinar la relación entre creatividad en su dimensión flexibilidad y el emprendimiento empresarial en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020, Determinar la relación de la variable creatividad en su dimensión originalidad y el emprendimiento empresarial en estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020. Se ha considerado formular la siguiente hipótesis de investigación: Existe relación directa entre emprendimiento y creatividad de los estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo.

II. MARCO TEÓRICO

En trabajos previos, vinculados con la presente, se encontraron investigaciones difundidas en repositorios y en revistas de carácter científico indexadas en las principales bases de datos a nivel mundial. Entre las publicaciones a nivel internacional encontramos, a los ecuatorianos: Padilla, et al (2019), a la cual titularon como: “Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública. Caso Facultad de Ciencias Administrativas”, esta investigación de enfoque mixto, tuvo el objetivo de realizar un análisis exhaustivo del emprendimiento con una perspectiva universitaria, enfocándose en la conducta de los estudiantes hacia el emprendimiento.

Para este artículo se consideró entre la población de estudio a profesionales y graduados de la Facultad en estudio, se consideró la aplicación de cuestionarios. Entre sus resultados se obtuvo que el 59,57% de los estudiantes señalaron que los factores que intervienen en su emprendimiento son la creatividad, capacidad de pago, riesgo, financiamiento, competencia y el riesgo del proyecto, considerando estos factores con una importancia moderada. Tras este análisis se llegó a la conclusión de que las políticas públicas, el financiamiento y materias de emprendimiento (mallas y materias curriculares), son los factores de más importancia al emprender.

Carrillo, et al (2019), investigadores mexicanos, en su artículo denominado: “Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales”, economía y administración, con enfoque cuantitativo y con el propósito de identificar las prácticas y percepciones de empresarios centradas en el estímulo de la innovación y la creatividad.

Los investigadores estudiaron 55 jóvenes emprendedores, a quienes se les aplicó instrumentos como cuestionarios para obtener información relevante, como que los empresarios no eran ajenos de los beneficios de la innovación y la creatividad en el entorno empresarial, y que requieren de capacitación continua y un proceso de concientización para fortalecer sus creativas e innovadoras. Su principal conclusión se centra en que la creatividad, en el ecosistema empresarial, no muestra una valoración esperada; aunque los empresarios presentan una idea precisa sobre la creatividad, no muestran una visión más amplia buscando un beneficio organizacional.

Los investigadores ecuatorianos: Medina, et al (2018), en su artículo, titulado como: "Emprendimiento, un instrumento de desarrollo para la sociedad contemporánea", buscaron explicar algunas teorías sobre el emprendimiento, la cual es vista como una herramienta de desarrollo para sociedades contemporáneas. Entre sus principales hallazgos, los autores expusieron que la creatividad es multidimensional y ésta comprende de: creatividad tecnológica (inversión), económica (emprendimiento), artística/cultural; y en referencia a la relación existente entre creatividad y emprendimiento, los investigadores ecuatorianos señalaron que no hay forma de afirmar que la acción de un emprendedor requiera siempre de la capacidad creativa, pues pueden desarrollarse nuevos proyectos empresariales apropiándose de alguno ya existente o copiándose de ideas. Concluyendo que los jóvenes son una imagen representativa del emprendimiento, cuyo proceso debe ser orientado al ser, hacer, tener, saber, y relacionarlo con sus demás proyectos personales. Por lo que el emprendimiento debe ser visto como una acción promotora y generadora de procesos de desarrollo humano, que tiene el fin de alcanzar una mejora de la calidad de vida y ser una garantía para el logro de bienestar en todas sus índoles.

En México, un artículo desarrollado por los investigadores Godínez y Canales (2018), de enfoque cualitativo, titulado como: "Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica", tuvo como objetivo general el analizar a los jóvenes universitarios en cuanto a su estado de desarrollo gestado desde la configuración de interrelaciones en

torno sus emprendimientos. Para esto, los investigadores optaron estudiar a dos estudiantes universitarios a través de entrevistas semi estructuradas y compararlos en referencia a las dimensiones: naturaleza del actor, institucional, objetivo, morfología, dinámica, estructural, insumos, territorial, resultados, ventajas y limitante. Entre los principales resultados se encontró que ambos emprendedores lograron mostrar un desenvolvimiento de contextos distintos y que esto afectó a su desempeño y en sus perspectivas del mercado. Concluyendo que los procesos de creatividad, son potenciados por el sistema de interrelaciones entre emprendedores y su entorno.

En España, Torres (2015) presenta un estudio denominado “Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación social en un contexto global”, dicho trabajo es Técnico – Teórico y cuya conclusión señala lo siguiente: la creatividad, emprendimiento social e innovación social no sólo están inevitablemente relacionadas, sino que pueden ser consecuencia unas de las otras (p. 142)

Otra investigación, vinculada a la presente, la cual sus autores: Ovallos, et al (2015), la titularon como: “Creatividad, innovación y emprendimiento en la formación de ingenieros en Colombia. Un estudio prospectivo”, ésta investigación de enfoque mixto, buscó desarrollar una investigación prospectiva haciendo uso del método Micmac®, con el fin de alcanzar la identificación de áreas principales, temáticas y aspectos dentro de la formación ingenieril hacia el 2020 en temáticas como emprendimiento, innovación y creatividad en su país.

Los autores concluyeron que para alcanzar el desarrollo de estrategias se debe hacer uso de nuevas metodologías y dejar de reproducir las obsoletas, que en algunos casos suelen ser las mismas que los docentes usaron para aprender, pues esta mala práctica no ayudará a responder la exigencia del entorno, por ello plantean lo siguiente: que las estrategias deben ser orientadas a la formación de docentes en áreas de creatividad, innovación y de emprendimiento, que debe propiciarse la inclusión de asignaturas que trasmitan conocimiento sobre creatividad, innovación y emprendimiento, como Lego

Serius Play y Modelo Canvas, y que deben realizar inversiones en espacios (laboratorios) para desarrollar la creatividad, innovación y el emprendimiento.

Otras investigaciones desarrolladas en Perú, tenemos la de Calderón, et al (2017), en su tesis titulada: "Factores que inciden en el emprendimiento de las PYMES en Huánuco 2017", para licenciarse por la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. En esta investigación de enfoque cuantitativo se buscó determinar de qué manera el factor motivacional muestra relación con el emprendimiento de las PYMES que operan en Huánuco en el año 2017. Para esto se estudió a doce microempresarios, de donde se obtuvo que el 75% de éstos señalaron que la creatividad y la constancia son factores de motivación en su empresa, concluyendo así que los factores motivacionales: creatividad, perseverancia y honestidad mostraron relación con el emprendimiento de las PYMES estudiadas.

Delgado y Núñez (2017), en su investigación de enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, titulada: "Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán"; se buscó identificar las competencias desarrolladas orientadas al emprendimiento por los estudiantes de la carrera de Administración de empresas, para lo cual se estudió a 302 alumnos, a quienes se aplicaron cuestionarios, obteniendo que el 39,4% de los estudiantes indicaron estar de acuerdo que en la Universidad se fomentaba la creatividad y un 19,9% se mostraron totalmente de acuerdo. Que el 81,8% tiene una alta auto percepción de emprendimiento, creatividad e innovación. Concluyendo que la plana docente usa diversas estrategias educativas para alcanzar de forma óptima temas de innovación, creatividad o trabajo en equipo a los estudiantes, los cuales no pueden ponerse en práctica en simuladores de negocio para reforzar así las capacidades generadas. Tras la revisión de investigaciones familiarizadas con las variables y población de estudio, se enfocará en la definición de las variables abordadas.

Claros y Llaja (2015) en su investigación de pregrado de enfoque cuantitativo: “Evaluación del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración de la Universidad Privada Antenor Orrego”, buscó evaluar el nivel de creatividad y de emprendimiento en los estudiantes de la carrera profesional de Administración, para esto estudió a 73 estudiantes mediante de un cuestionario, que consideró las dimensiones de conocimiento de sí mismo, autoconfianza, visión de futuro, motivación del logro, planificación y persuasión. Concluyendo que el nivel de creatividad y emprendimiento de los estudiantes es medio, los factores que más inciden en los niveles de emprendimiento y la creatividad son: perceptuales, emocionales y de entorno físico y social.

La creatividad, fue propuesta por Guilford (1952), como un término relacionado a las aptitudes particulares de los individuos creadores, con unas características definidas: fluidez, flexibilidad, originalidad y pensamiento divergente. Años después, De la Torre (1991), la señaló como una capacidad y una actitud, utilizada como medio para generar nuevas ideas.

Posteriormente, Sternberg (1999), la define como una habilidad que influye en el desarrollo de la humanidad, pues garantiza el surgimiento y perfeccionamiento de nuevas ideas y la evocación de soluciones a problemas individuales y sociales; a diferencia de Gardner (2000), quien la determina como un elemento que no fluye en todas las direcciones, sino que puede manifestarse en una o varias áreas, sin necesidad de aparecer en el conjunto completo.

La creatividad es una variable psicológica que es valorada en la sociedad, esta es fundamental para innovar tecnológicamente y socialmente y alcanzar el desarrollo (Hennessey & Amabile, 2010). También fue considerada como una habilidad necesaria por el sistema laboral, a tal punto que las instituciones educativas han puesto el norte en formar profesionales creativos para responder así las demandas (Galán, 2011). Por su parte, Chavarría (2015), la define como “no como un talento exclusivo de una minoría, tampoco es una

experiencia misteriosa, desorganizada, que tiene lugar cuando menos te esperas, salvo contadas excepciones. En cambio, la creatividad se puede aprender e incrementar. La estimulación y la motivación facilitan su desarrollo. Se trata ahora de que las empresas y organizaciones sean valientes y atrevidas apostando por ella”. La creatividad es una potencialidad de todas las personas y puede ser desarrollada en diferentes situaciones y contextos (Chiecher, et al, 2018).

De acuerdo a Galán (2011) y en base al test de pensamiento creativo de Torrance, para medir la creatividad en jóvenes universitarios, se debe considerar los criterios como: la fluidez, referida a la producción de ideas; flexibilidad, entendida como la variedad de perspectivas en las que es posible clasificar las ideas; la originalidad, como la infrecuencia con que aparecen las ideas de los jóvenes.

Referente al Emprendimiento, se entiende como el conjunto de acciones de un individuo para crear uno o más negocios, mediante un proceso de construcción, escalamiento y generación de dividendos. No obstante, como definición de base de lo que es el emprendimiento, se limita un poco.

El emprendimiento es “el proceso de obtención de beneficios de nuevas combinaciones únicas y valiosas de recursos en un entorno incierto y ambiguo”. No es un emprendedor innovador el que repite lo que se ha hecho ya otras veces. No es emprendedor, aunque el nuevo negocio represente una nueva aventura comercial (Drucker, 1985)

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Formichella, et al, 2004).

El emprendimiento es considerado por Vallmitjana (2011), como una fuerza crítica para el crecimiento económico de un país ya que supone la creación de nuevos puestos de trabajo, el aumento para el estado de los ingresos

procedentes de impuestos, el incremento de las exportaciones y, en definitiva, comporta un aumento de la productividad nacional.

Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos (García, 2016).

El emprendimiento es la actividad de crear algo nuevo, resultado de decisiones, como norma, individuales, de ahí que el emprendedor/a sea una persona que persigue iniciativas e identifica o crea oportunidades y donde las motivaciones juegan un papel importante (Díaz-Fernández, 2016).

Una de las definiciones modernas sobre el emprendimiento se relaciona con la acción de un individuo de transformar su entorno a través de la solución de problemas, siendo esto el inicio del cambio social, a partir de la creación de un producto innovador o simplemente la puesta en marcha de una nueva solución que permita cambiar la vida a un grupo de personas. (Alcaraz, 2017, p.7)

Entre los tipos de emprendedores, tenemos al administrativo, oportuno, adquisitivo, incubador e imitador (Shollhammer, 1980), o también puede considerarse el social, el emprendedor ecológico, el artístico cultura, de negocios, deportivos y político (Alcaraz, 2017). En referencia a las dimensiones del emprendimiento, enfocado desde el individuo, ésta se dimensiona en: conocimiento de sí mismo y autoconfianza, es la identificación de sus talentos y la iniciativa propia del emprendedor. Genera la auto atribución de lo que pasa con sus decisiones dado a que siente seguridad de superarlo; visión de futuro, cuando el emprendedor visualiza por anticipado sus resultados y propone diversas alternativas para alcanzar las metas trazadas y superar riesgos por emprender; motivación de logro, es la capacidad de motivarse para hacer las cosas, resolver demandas, exigencias, o superarse como persona; planificación, comprende la identificación, cálculo y control de riesgos al emprender, así como la visualización de futuros resultados y persuasión, capacidad para influir a los demás para conformar redes (equipos) para crecer (Como se cita en Tinoco, 2008).

III. METODOLOGÍA

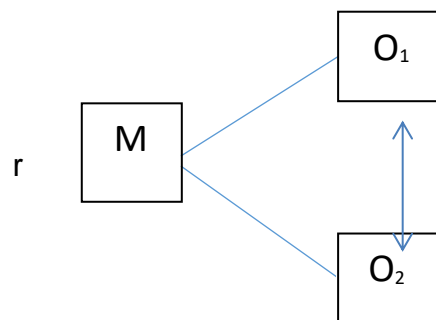
3.1. Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación.

- **Por enfoque:** La presente investigación es de enfoque cuantitativo.
- **Por alcance:** Según su alcance es de tipo correlacional – descriptiva.
- **Por el fin que persigue:** Aplicada porque busca poner en práctica un conocimiento teórico ya existente.

Diseño de investigación.

El diseño de la presente investigación es no experimental y de tipo transversal, puesto que no manipulará las variables en estudio para ver su comportamiento en un momento determinado.



Dónde:

M: Estudiantes de administración del décimo ciclo de una Universidad Privada de la Ciudad de Trujillo

O1: Observación de la Variable creatividad.

O2: Observación de la Variable emprendimiento.

r: Relación entre las variables.

3.2. Variables y Operacionalización

Variable 1: Creatividad. La creatividad es una variable psicológica que es valorada en la sociedad. Esta es fundamental para innovar tecnológicamente y socialmente y alcanzar el desarrollo (Hennessey & Amabile, 2010, pp. 569-598)

Variable 2: Emprendimiento. Permite transformar el entorno a través de la solución de problemas, a partir de la creación de un producto innovador o simplemente la puesta en marcha de una nueva solución que permita cambiar la vida a un grupo de personas. (Alcaraz, 2017, p.7)

3.3. Población, muestra , muestreo , unidad de análisis

Población.

Estudiantes del décimo ciclo de la escuela profesional de Administración de una Universidad Privada de la Ciudad de Trujillo en el año 2020.

Muestra y muestreo.

Se consideró una muestra censal, debido al tamaño accesible de la población de estudio. Por lo que se estudió a los 67 estudiantes que cursaban el décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de una Universidad Privada de la Ciudad de Trujillo.

Se usó el muestreo censal, porque se estudió a todos los elementos pertenecientes de la población en estudio.

Unidad de Análisis.

El estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Privada de la Ciudad de Trujillo.

3.4. Técnica e Instrumento de recolección de datos

Técnica.

Se aplicó una encuesta a domicilio donde se ubicaban los estudiantes que pertenecían a la población de estudio.

Instrumento.

Cuestionario, Estos instrumentos fueron validados por expertos y cada uno de sus ítems se evaluaron haciendo uso de escala tipo Likert. Posteriormente se determinará su consistencia interna a través del uso del coeficiente de Alpha de Cronbach.

Validez

Los instrumentos fueron validados por profesionales especialistas en investigación, metodológico y en el campo humanístico, a partir de la información recopilada en sus fichas de validación se calculó el V-Aiken, obteniendo el valor de 1, que representa que el instrumento es válido, y tiene una validez fuerte.

Expertos:

Dr. Aníbal Martín Vergara.

Mg. Segundo Eloy Soto Abanto.

Mg. Jorge Suyón Zapata

Confiabilidad

Se usó del coeficiente de Alpha de Cronbach para determinar el nivel de consistencia interna de cada uno de los instrumentos utilizados. Tras la aplicación de los instrumentos a una muestra piloto de 20 individuos se obtuvo los siguientes coeficientes por instrumento.

Tabla 3.1.
Resultado del coeficiente

Número de elementos:		
10	Creatividad	0.899

Número de elementos:		
26	Emprendimiento	0.962

Fuente: Elaboración propia

3.5. Procedimientos

El proceso de recolección de datos para el presente trabajo se realizó a través de cuestionarios en función de cada una de las dimensiones estudiadas, y las respuestas se medirán en la escala Likert (nunca=1, casi nunca=2, a veces=3, casi siempre=4 y siempre=5). Posteriormente, para analizar los resultados, habiéndose utilizado el programa Microsoft Excel, en el cual nos permitirá el ingreso los datos obtenidos de las encuestas, esto nos permitirá la elaboración de tablas y gráficos para los análisis que necesitamos.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos se usó herramientas descriptivas e inferenciales, y el uso de soporte tecnológico como hojas de cálculo en Excel y el software SPSS. Para determinar la relación entre las variables de estudio, así como en las dimensiones de la variable creatividad hacia el emprendimiento, se evaluó la normalidad de los datos recolectados para posteriormente decidir la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman. Así mismo, para valorar el nivel de las variables y sus respectivas dimensiones, se consideró 3 niveles:

Criterios Creatividad

Niveles	Rangos
Alto	<38 - 50>
Medio	<24 - 38>
Bajo	<10 - 24>

Criterios Emprendimiento

Niveles	Rangos
Alto	<96 - 130>
Medio	<62 - 96>
Bajo	<26 - 61>

. Tabla3.2.

Grado de relación según coeficiente de correlación Rho de Spearman

-0.91 a -1.00 correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90 correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75 correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50 correlación negativa media
-0.01 a -0.10 correlación negativa
0.00 No existe correlación
0.01 a 0.10 correlación positiva débil
0.11 a 0.50 correlación positiva media
0.51 a 0.75 correlación positiva considerable
0.76 a 0.90 correlación positiva muy fuerte
0.91 a 1.00 correlación positiva perfecta

3.7. Aspectos éticos

Se consideró principios de buenas prácticas en investigación referente a nuestro marco conceptual, antecedentes y otros segmentos. En relación a los antecedentes, estos fueron citados señalando el o los autores que realizaron la publicación. Estas citas fueron detalladas haciendo uso de las normas APA, así mismo, en el caso del marco conceptual y en la descripción de la realidad problemática. Los cuestionarios fueron aplicados y posteriormente su información fue procesada sin sufrir alteraciones, con la finalidad de que esta investigación sea un aporte de calidad e integridad para otros investigadores.

IV. RESULTADOS.

4.1. Nivel de creatividad de los estudiantes de administración de una Universidad Privada de Trujillo.

Tabla 4.1.

Estudiantes universitarios según su nivel de creatividad y dimensiones.

Variable/Dimensiones	Nivel	Estudiantes	Porcentaje
Creatividad	Bajo	18	27%
	Medio	39	58%
	Alto	10	15%
Fluidez	Bajo	29	43%
	Medio	28	42%
	Alto	10	15%
Flexibilidad	Bajo	16	24%
	Medio	43	64%
	Alto	8	12%
Originalidad	Bajo	25	37%
	Medio	30	45%
	Alto	12	18%

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

La creatividad en los estudiantes en la universidad de estudio se muestra en un nivel medio en su mayoría, alcanzando un 58% en esta condición.

A nivel dimensional, la fluidez, se muestra en la mayoría de estudiantes en nivel bajo, alcanzando un 43%. La flexibilidad, se muestra en un nivel medio en el 64% de los estudiantes.

En cuanto, a la dimensión originalidad, un 45% se auto percibe en nivel medio.

4.2. Nivel de emprendimiento de los estudiantes de administración de una Universidad Privada de Trujillo.

Tabla 4.2.

Estudiantes universitarios según su nivel de emprendimiento y dimensiones.

Variable/Dimensiones	Nivel	Estudiantes	Porcentaje
Emprendimiento	Bajo	26	39%
	Medio	33	49%
	Alto	8	12%
Autoconfianza	Bajo	30	45%
	Medio	33	49%
	Alto	4	6%
Visión de futuro	Bajo	33	49%
	Medio	28	42%
	Alto	6	9%
Motivación de logro	Bajo	20	30%
	Medio	42	63%
	Alto	5	7%
Planificación	Bajo	27	40%
	Medio	33	49%
	Alto	7	10%
Persuasión	Bajo	27	40%
	Medio	33	49%
	Alto	7	10%

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

El emprendimiento de los estudiantes, se auto percibe un 49% en nivel medio.

En relación a las dimensiones, la autoconfianza es percibida por un 49% en nivel medio.

En cuanto a la visión de futuro la percibe un 42% en nivel medio.

La motivación de logro, es percibida por un 63% en nivel medio.

La planificación, es percibida por un 49% en nivel medio.

En relación a la persuasión la perciben un 49% en nivel medio.

4.3. Relación de la variable creatividad por dimensiones y el emprendimiento empresarial estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo.

Tabla 4.3.

Relación entre la dimensión fluidez y emprendimiento.

Correlaciones				
		Flu	E	
Rho de Spearman	Fluidez	Coeficiente de correlación	1,000	,709**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	67	67
	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,709**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	67	67

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

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

De acuerdo a la prueba de correlación de Spearman, dada a la no normalidad de las variables de estudio, la dimensión fluidez y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la fluidez y el emprendimiento es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0,709$.

Tabla 4.4.

Relación entre la dimensión flexibilidad y emprendimiento.

Correlaciones				
		Fle	E	
Rho de Spearman	Flexibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,713**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	67	67
	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	67	67

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

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

De acuerdo a la prueba de correlación de Spearman, dada a la no normalidad de las variables de estudio, la dimensión flexibilidad y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la flexibilidad y el emprendimiento es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0,713$.

Tabla 4.5.

Relación entre la dimensión originalidad y emprendimiento.

		Correlaciones		
		O	E	
Rho de Spearman	Originalidad	Coeficiente de correlación	1,000	,643**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Emprendimiento	N	67	67
		Coeficiente de correlación	,643**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	67	67

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

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

De acuerdo a la prueba de correlación de Spearman, dada a la no normalidad de las variables de estudio, la dimensión originalidad y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la originalidad y el emprendimiento es positiva considerable dado a su valor $Rho = 0,643$.

Tabla 4.6.

Relación entre la creatividad y el emprendimiento de los estudiantes universitarios de la universidad privada en estudio

		Correlaciones		
		C	E	
Rho de Spearman	Creatividad	Coeficiente de correlación	1,000	,741**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Emprendimiento	N	67	67
		Coeficiente de correlación	,741**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	67	67

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

Fuente: Información recopilada en Universidad de estudio.

Interpretación

De acuerdo a la prueba de correlación de Spearman, dada a la no normalidad de las variables de estudio, las variables creatividad y emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la creatividad y el emprendimiento es positiva considerable dado a su valor $Rho = 0,741$.

4.5. Contrastación de hipótesis.

Contrastación de Hipótesis

En el presente trabajo de investigación se formuló la siguiente hipótesis:

Hi: Existe relación directa entre emprendimiento y creatividad de los estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020

Luego en contraste a fin de demostrar la veracidad se planteó la hipótesis Nula:

H₀: No existe relación directa entre emprendimiento y creatividad de los estudiantes de administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo.

De la observancia de los resultados, de aquel que responde al objetivo general obtenemos que las variables creatividad y emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la creatividad y el emprendimiento es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0.741$. De ello se puede colegir que Se acepta la hipótesis de Investigación y se rechaza la Hipótesis Nula.

V. DISCUSIÓN

La creatividad es parte del engranaje del emprendimiento, puntualmente impulsa la planificación y la marcha de las empresas, esta afirmación se ve reflejado en el resultado que responde al objetivo general, el cual señala que las variables creatividad y emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, Así también, la relación entre la creatividad y el emprendimiento es positiva considerable dado a su valor $Rho=0,741$, este resultado permite afirmar que en entre las dos variables de estudio existe una relación directa, lo cual quiere decir que mientras mayor sea el impulso a la creatividad también crecerá el emprendimiento en los estudiantes y este resultado coincide o corrobora lo concluido por Torres (2015) que concluye que la creatividad, emprendimiento social e innovación social no sólo están inevitablemente relacionadas, sino que pueden ser consecuencia unas de las otras, esto es lo mismo que sostienen Díaz y Fernández (2016), que señalan que el emprendimiento es la actividad de crear algo nuevo, y lo que indica que si hay una relación intrínseca entre las dos variables, esto se debe a que el éxito de un emprendimiento depende de la diferencia que puedas marcar respecto de las otras iniciativas preexistentes en el mercado, la palabra clave es la innovación la cual no puede existir sin el acto de crear algo diferente, ya sea una marca, un proceso, una actividad, etc.

En cuanto al nivel de la variable creatividad en los estudiantes en la universidad de estudio se muestra en un nivel medio en su mayoría, alcanzando un 58% en esta condición. Y sus dimensiones muestran un nivel medio dentro de las cuales destaca la originalidad que tiene un nivel de 18%, dicho resultado difiere con lo obtenido por Delgado y Núñez (2017), que realizaron su estudio en la universidad Señor de Sipan en Lambayeque y obtuvieron que casi el 60% respondían positivamente a la variable creatividad, pero si tiene similitud con lo obtenido por Claros y Llaja (2015) que realizaron su estudio en la Universidad Antenor Orrego en Trujillo y obtuvieron que la Creatividad entre los estudiantes tiene un nivel medio, esto posiblemente se deba a que en la universidad no se le brinda un servicio educativo basado en una curricula que busque estimular los procesos

creativos, esto aunado a la exigencia del mundo laboral de personas con títulos técnicos o profesionales, en lugar de medir calidad por la persona y sus habilidades, y esto ocasiona que el individuo persiga el “cartón” que solo acredita haber concluido sus estudios superiores, pero no el haber desarrollado su potencial como individuo creativo, haciendo de los centros de estudios superiores fábricas que producen profesionales en serie y no individuos que se distingan en sus procesos creativos.

También, a partir del Segundo Objetivo Especifico se obtuvo que el emprendimiento de los estudiantes, se auto percibe en nivel medio, según el 49% de estudiantes investigados, seguido por otro grupo presenta un nivel bajo con un 39 %, esto no coincide con el resultado obtenido por Delgado y Núñez (2017), que realizaron su estudio en la universidad Señor de Sipan en Lambayeque que obtuvieron un 81,8% tiene una alta auto percepción de emprendimiento, pero si coincide con lo obtenido por Claros y Llaja (2015) que realizaron su estudio en la Universidad Antenor Orrego en Trujillo y obtuvieron que el emprendimiento entre los estudiantes tiene un nivel medio, esto tiene que ver con el hecho de que los estudiantes no tienen seguridad en iniciar un emprendimiento, esto tiene en parte que ver con que la expectativa de la mayoría es egresar y buscar empleo dependiente o subordinado, tal y como describe la realidad problemática, son muy pocos los que inician un emprendimiento al egresar y muchos menos los que lo sostienen en el tiempo.

Finalmente, sobre la dimensión fluidez y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, cuya relación es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0,709$; sobre la dimensión flexibilidad y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, cuya relación es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0,713$ y la dimensión originalidad y la variable emprendimiento se encuentran relacionadas de forma significativa, dado a su valor de $p < 0.05$. Así también, la relación entre la originalidad y el emprendimiento es positiva y considerable dado a su valor $Rho = 0,643$, estos resultados señalan que tanto la flexibilidad y originalidad, ambas dimensiones de la variable emprendimiento tienen relación directa lo cual permite afirmar que tienen un

comportamiento similar entre si y que posiblemente exista un grado de influencia importante, esto coincide con lo afirmado por Drucker (1985), que describe al emprendimiento como “el proceso de obtención de beneficios de nuevas combinaciones únicas y valiosas de recursos en un entorno incierto y ambiguo”. Es decir esta intrínsecamente ligado a los procesos creativos para que el emprendimiento sea entendido como tal y sobre todo tenga posibilidad de éxito.

VI. CONCLUSIONES

1. Entre las variables Creatividad y Emprendimiento empresarial, aplicado a los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020, existe una relación directa, y debido al valor de su coeficiente de correlación ($Rho=0.741$) es una relación positiva considerable, lo que significa que mientras mayor sea el impulso a la creatividad también crecerá el emprendimiento en los estudiantes.

2. Los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020 muestran un nivel medio en respecto de la variable creatividad, alcanzando un 58%, siendo que un 27% muestra un nivel bajo y por último el 15% un nivel bajo, encontrando que el 43% de estos estudiantes muestra un nivel bajo respecto de la dimensión fluidez, lo que indica que hay una lenta producción de ideas. Esto posiblemente está directamente relacionado a la falta de estímulos, los egresados apuntan más hacia ser empleados que a una tarea que puede resultar más difícil como emprender en un proyecto independiente.

3. Los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020 muestran un nivel medio respecto de la variable emprendimiento según el 49% de estudiantes investigados, esto tiene que ver con el con la tendencia al riesgo de los jóvenes sumada a las expectativas de futuro que estos tienen, siendo que de la dimensión visión de futuro es la que tiene el índice más bajo con un 49 %, indicando que la mitad de los estudiantes muestra un nivel muy bajo, demostrando que no tienen una perspectiva clara de su futuro.

4. Los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020, muestran que existe una relación directa, y positiva considerable entre la variable creatividad en sus dimensiones fluidez, flexibilidad y originalidad y la variable emprendimiento, es decir para estos jóvenes las posibilidades de éxito de un emprendimiento está en un proceso creativo donde las ideas fluyen en forma continua, flexible y que sea genuino u original.

VII. RECOMENDACIONES

Incorporar dentro de la curricular universitaria un curso de emprendedurismo, dada la relación directa y significativa que existe entre las variables Creatividad y Emprendimiento empresarial, aplicado a los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020; esto debe ser implementado por el director de la escuela de administración la facultad de ciencias empresariales

Crear una ventana, dentro de la plataforma universitaria que contenga una bolsa de inversión que respalden las mejores ideas de negocio o propuestas de inversión, esto podría permitir que se estimule la fluidez en las ideas de negocio, esto posibilitaría mejorar los bajos niveles de creatividad y emprendimiento, esto tendría que hacerse en forma coordinada por la escuela de administración con el área que administra la plataforma de informática para la universidad

Complementar la curricula académica de línea de carrera con actividades extracurriculares que fomenten los procesos creativos, teniendo en cuenta que para los estudiantes de Administración de una Universidad Privada de la ciudad de Trujillo, 2020; la variable creatividad en sus dimensiones flexibilidad y originalidad con la variable emprendimiento tienen una relación significativa y directa, esto debe ser ejecutado por las direcciones de escuela de cada facultad.

VIII. PROPUESTA

Implementación de una ventana en la plataforma virtual para los Alumnos de Administración para la exposición de propuestas de emprendimiento.

Objetivo General:

Promover el emprendimiento en los alumnos de una Universidad Privada en la ciudad de Trujillo 2020.

Objetivos específicos:

Mejorar los índices del emprendimiento en alumnos de una Universidad Privada en la ciudad de Trujillo 2020.

Mejorar los índices de la creatividad en alumnos de una Universidad Privada en la ciudad de Trujillo 2020.

Estimular la fluidez de las ideas en alumnos de una Universidad Privada en la ciudad de Trujillo 2020.

Fundamentación:

La presente propuesta tiene como fin ofrecer un plan de mejora en base a, la aplicación de una herramienta tecnológica como las plataformas virtuales como una ventana de oportunidad para los estudiantes y empresarios de generar opciones de inversión, esta contendrá proyectos y/o ideas de negocio para que los estudiantes expongan sus propuestas y sean elegidos por empresarios para colocar capital y dar vida a los mejores emprendimientos.

El hecho concreto es que el análisis estadístico de correlación arroja que entre las variables existe una relación positiva moderada, pero los niveles de fluidez de ideas están entre los niveles bajo y medio en su mayoría, indicando que precisan de ser mejorados para potenciar la competitividad de los estudiantes y que emerjan en el mundo laboral como empresarios.

Público Objetivo:

Estudiantes de una universidad privada en la ciudad de Trujillo 2020.

Inversionistas y/o empresarios de la ciudad de Trujillo

Localización Física y Ámbito Territorial La Estrategia se desarrollará en la ciudad de Trujillo con la finalidad de alcanzar al público objetivo..

Creación de opción de una ventana virtual que contenga una bolsa de inversión para los emprendimientos de los alumnos.

Esta opción está dirigida a los alumnos de una Universidad Privada de Trujillo y para inversionistas y será utilizada a través de la plataforma virtual, donde la Universidad promocionara los mejores proyectos para que empresarios o inversionistas interesados escojan las que consideren adecuadas para invertir, esto estimulara o motivara a los estudiantes y la fluidez en las ideas, teniendo que esto incrementara la probabilidad de emprendimientos exitosos y servirá de ejemplo para los estudiantes que vienen de los primeros ciclos.

Creación de post para promoción.

El post está dirigido a los estudiantes de una Universidad Privada de Trujillo y a inversionistas, con el objetivo de comunicar la oferta con el objetivo de captar la atención de sus estudiantes para que inicien sus emprendimientos y como a los inversionistas para que coloque su capital en las mejores ideas

Programas de Actividades:

Son la base para tener una estructura adecuada por tal razón se realizará reuniones para detallar el plan de acción, las distribución de tareas entre las áreas especializadas, como son la escuela de administración, con sus especialistas en negocios, marketing y el área de informática que se encargan del soporte virtual.

Cronograma de Actividades:

Para presentar el plan de mejora de una Universidad Privada en Trujillo, año 2020.

Fecha	Hora	Lugar	Tema a Exponer
15/ 12 / 20	De 10:00 am a 12:00 mm	Sede empresa de Teoma S.A.C	Definición de los mecanismos de aplicación del plan. .
22/ 12 / 20	De 10:00 am a 12:00 mm	Sede empresa de Teoma S.A.C	Implementación de las estrategias de plataforma virtual
02 / 01 / 21	De 10:00 am a 12:00 mm	Sede empresa de Teoma S.A.C	Implementación de las estrategias de Promoción

Fuente: Elaboración Propia

REFERENCIAS

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Monterrey: McGrall Hill.
- Alcaraz, R. (2017). *El emprendedor de éxito*. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 5(9).
- Bosma, N. y Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Recuperado de: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Carrillo, A., Rico, F. C. C., & Hernández, R. V. R. (2019). *Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales*. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 8(15), 1-28.
- Chavarría, M. Á. (2015). *La eficacia de la creatividad: Creactívate*. ESIC Editorial.
- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., & Vanegas, J. D. (2014). *¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo*. *Universidad & Empresa*, 17(28), 173-190.
Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.28.2015.08>
- Claros, S. y Llaja, Y. (2015). *Evaluación del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración de la Universidad Privada Antenor Orrero (Tesis de pregrado)*. Universidad Privada Antenor Orrego. La Libertad, Perú.
- Calderón, A., Mendoza, J. y Vicente, A. (2017). *Factores que inciden en el emprendimiento de las PYMES en Huánuco 2017. (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Huánuco, Perú.
- Chiecher, A. C., Elisondo, R. C., Paoloni, P. V., & Donolo, D. S. (2018). *Creatividad, género y rendimiento académico en ingresantes de ingeniería*. *Revista iberoamericana de educación superior*, 9(24), 138-151.
- Delgado, A. y Núñez, P. (2017). *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel. (Tesis de pregrado)*. Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú.

- Díaz-Fernández, I., & Echevarría-León, D. (2016). El emprendimiento en Cuba: un análisis de la participación de la mujer. *Entramado*, 12(2), 54-67.
- Drucker, Peter (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Editorial Ed Edhasa. España
- Fernández, N. (2018). ¿Cuáles son los países más emprendedores de América Latina? (Artículo de revista). Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/cuales-paises-mas-emprendedores-america-latina/>
- Flores, P. (2003). *Capacidad emprendedora en estudiantes ingresantes a la Universidad Inca Garcilazo de la Vega* (Doctoral dissertation, Tesis de Maestría).
- García, L. (2016). Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación, UAEM UAP Huehuetoca. *Revista de Ciencias. Sociales*, (29), pp. 34-45
- Gardner, H. E. (2000). *Intelligence reframed: Multiple intelligences for the 21st century*. Hachette UK.
- Godínez, J. y Canales, R. (2018). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. *Gestión y estrategia*. N° 54, Julio/Diciembre, 2018. Recuperado de: <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/650>
- Goleman, D., Kaufman, P., & Ray, M. (2000). *The creative spirit. La revolución de la creatividad y cómo aplicarla a todas las actividades humanas*.
- Guerra Triviño, Otto Leonel, Hernández Castillo, Damarys, & Triviño Ibarra, Carlos Gabriel. (2015). Incubadora de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 110-114. Recuperado en 06 de octubre de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221836202015000100016&lng=es&tlng=es.
- Guilford, J. P., Wilson, R. C., & Christensen, P. R. (1952). *A Factor-analytic Study of Creative Thinking: Administration of Tests and Analysis of Results. II*. University of Southern California.
- Hennessey, Beth A. y Amabile, Teresa M., *Creatividad* (enero de 2010). Revisión anual de psicología, vol. 61, pp. 569-598, 2010. Disponible en SSRN:

<https://ssrn.com/abstract=1601146>

o

<http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Bueno Aires, Argentina*.

Marín, R., & De la Torre, S. (1991). Manual de la creatividad. *Barcelona: Vicens Vives*.

Martínez, R. G. (2016). Niveles de creatividad en estudiantes universitarios por áreas de conocimiento de una Universidad Pública. *Revista Teckne*, 9(1).

Medina, E. G., Jácome, L. F., & Albarrasin, M. V. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Revista Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 8(1).

Mongrut, S. (2019). El rol de las universidades y la academia en la creación de emprendimiento por oportunidad en América Latina. Universidad del Pacífico. Perú. Recuperado de: <http://www.saberescompartidos.pe/ciencias-empresariales/el-rol-de-las-universidades-y-la-academia-en-la-creacion-de-emprendimiento-por-oportunidad-en-america-latina.html>

Ovallos Gazabon, D., Maldonado Perez, D., & De la Hoz Escorcía, S. (2015). CREATIVITY, INOVATION AND ENTREPRENEURS HIP IN THE TRAINING OF ENGINERS IN COLOMBIA. A PROSPECTIVE STUDY. *REVISTA EDUCACION EN INGENIERIA*, 10(19), 90-104.

Padilla M., Loor E. & Guamanquispe T. (2019) "Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública" "Caso Facultad de Ciencias Administrativas". *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 43 - 59. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/374/819>

Park, S. I. S., & Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en ciencias sociales*, 11(2), 291-314.

Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A. y Morales, O. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017-2018*. – Lima: Universidad ESAN. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2018/global-entrepreneurship-monitor-peru-2017-2018/>

Tinoco O (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, vol. 11, núm. 2, julio- diciembre, 2008, pp. 18-23. Universidad Nacional Mayor de San

Marcos. Lima, Peru.

Rodríguez-Muñoz, F. J. (2011). Contribuciones de la neurociencia al entendimiento de la creatividad humana. *Arte, individuo y sociedad*, 23(2), 45-54.

Sternberg, R.J. Handbook of creativity. Cambridge: University Press; 1999.

Torres (2015) “Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación social en un contexto global”. Revista de estudios de juventud N° 109. España, recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/cap7_109.pdf.

Vallmitjana Palau, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* (Doctoral dissertation, Universitat Ramon Llull).

ANEXOS

Anexo 05


Tabla 8.1
Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Creatividad	La creatividad es una variable psicológica que es valorada en la sociedad. Esta es fundamental para innovar tecnológica y socialmente y alcanzar el desarrollo (Hennessey & Amabile, 2010)	Esta variable será medida a través de un cuestionario conformado por 10 ítems, los cuales serán clasificados según las dimensiones propuestas por Galán (2011). Los resultados serán clasificados en los niveles: Alto: 38 - 50 Medio: 24 - 37 Bajo: 10 - 23	Fluidez	<input type="checkbox"/> Producción de ideas	Ordinal
			Flexibilidad	<input type="checkbox"/> Variedad de perspectivas	
			Originalidad	<input type="checkbox"/> Nivel de originalidad	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Emprendimiento	Permite transformar al mundo resolviendo grandes problemas, como iniciar un cambio social, crear un producto innovador o presentar una nueva solución que le cambie la vida a un grupo de personas (Alcaraz, 2011)	Esta variable será medida a través de un cuestionario conformado por 26 ítems, los cuales serán clasificados según las dimensiones propuestas por Tinoco (2008). Los resultados serán clasificados en los niveles: Alto: 96 - 130 Medio: 62 - 95 Bajo: 26 - 61	<p>Conocimiento de sí mismo y autoconfianza</p> <p>Visión del futuro</p> <p>Motivación de logro</p> <p>Planificación</p> <p>Persuasión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proactividad • Confianza • Identificación de talento • Prospectiva • Formulación de estrategias • Búsqueda de oportunidades • Automotivación • Superación de adversidades • Control de riesgos • Investigación • Administración de recursos • Influencia en los demás • Trabajo en equipo 	Ordinal

Anexo 06

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
 5.1. Cuestionario para determinar el nivel de creatividad

Estimado estudiante, el presente cuestionario tiene un fin netamente académico, por lo que la información recolectada será utilizada de forma confidencial. Se le pide brindar con sinceridad sus respuestas y marcar con una X teniendo en cuenta esta escala:

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

I	Enunciados	S	CS	A	C N	N
		5	4	3	2	1
Dimensión: Fluidez						
1	Planteo ideas para cada problemática que observo en mi entorno					
2	Frente a algún problema, genero una idea de cómo resolverlo					
3	Aunque no existan problemas, me pregunto qué pasaría si eso ocurriera y me genero ideas					
Dimensión: Flexibilidad						
4	Sea cual fuere el entorno meideo alguna solución ante un problema					
5	Replanteo mis ideas considerando los nuevos cambios del entorno					
6	Planteo ideas que pueden adaptarse fácilmente de acuerdo a cambios en el problema que podrían ocurrir a futuro.					
7	Trato que mis ideas busquen solucionar varios problemas a la vez					
Dimensión: Originalidad						
8	Las ideas que me planteo son únicas					
9	Las ideas que planteo para solucionar problemas no nacen de algunas ya existentes					
10	Cuando tengo una idea que encuentro que existe la replanteo hasta su originalidad					

¡Muchas gracias!



5.2. Cuestionario para determinar el nivel de emprendimiento

Estimado estudiante, el presente cuestionario tiene un fin netamente académico, por lo que la información recolectada será utilizada de forma confidencial. Se le pide brindar con sinceridad sus respuestas y marcar con una X teniendo en cuenta esta escala:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

I	Enunciados	TA	A	N	D	TD
		5	4	3	2	1
Dimensión: Conocimiento de sí mismo y autoconfianza						
1	Aunque no me lo requieran, pongo en marcha ideas de negocio					
2	Busco organizarme para poner en marcha mis ideas de negocio					
3	Sé que mis ideas lograrán sus objetivos a pesar de las dificultades que puedan presentarse					
4	Mis ideas de negocios son las mejores alternativas ante los problemas.					
5	Tengo talento para los negocios					
6	Me siento preparado para dar soluciones innovadoras a problemas existentes.					
Dimensión: Visión de futuro						
7	Sé cuáles serán los resultados de mis decisiones en el corto plazo					
8	Me suelo imaginar qué pasará con las decisiones que tomo					
9	Planteo estrategias aprovechando mis fortalezas y oportunidades					
10	Las estrategias que planteo me permiten alcanzar mis objetivos					
11	Todo problema que se suscite es una gran oportunidad					
12	Veó muchas oportunidades en mi entorno					

Dimensión: Motivación de logro						
13	Todos los días al despertar pienso que será el mejor día					
14	En situaciones complicadas, recuerdo que estoy rumbo a mi meta y continuo.					
15	Tengo que superarme como persona					
16	Día a día me exijo a mí mismo dar lo mejor de mí.					
Dimensión: Planificación						
17	Hago un control de las acciones que realizo para saber si están dándose como espero					
18	Evalúo el entorno para saber que mis metas no se verán afectadas					
19	Busco información de mi entorno para saber mi situación					
20	Evalúo alternativas de forma previa para obtener mejores resultados					
21	Identifico los recursos que necesito para llevar a cabo mis actividades					
22	Soy cuidadoso con mis recursos.					
Dimensión: Persuasión						
23	Busco incentivar a mi entorno a seguir mi idea					
24	Explico a mis amigos o familiares los resultados que tendré a futuro					
25	Invito a mis amigos o familiares a ser parte de mis ideas					
26	Identifico a los mejores de mi entorno para trabajar en equipo					

¡Muchas Gracias!

1.2.VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable 1: CREATIVIDAD

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
Martín Vergara, Anibal	PFA	Cuestionario	Denny Castro Moreno
Título del estudio: "Creatividad y Emprendimiento empresarial de los estudiantes de Administración de una Universidad."			

ASPECTOS DE VALIDACION:


Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio), 2(Bajo Nivel), 3(Moderado nivel), 4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A.(citado en Dorantes et al, 2016)

1.3.OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: CREATIVIDAD

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.

No procede su aplicación.

Trujillo de <i>14</i> de <i>noviembre</i> del <i>2019</i>	<i>18212310</i>		<i>989315341</i>
Lugar y Fecha	DNI No	Firma del Experto	Teléfono

2.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable: EMPRENDIMIENTO

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
Martín Vergara, Aribal	PFA	Cuestionario	Papio
Título del estudio: "Creatividad y Emprendimiento Empesad de los estudiantes de Administración de una Universidad."			

ASPECTOS DE VALIDACION:


Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio), 2(Bajo Nivel), 3(Moderado nivel), 4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A. (citado en Dorantes et al, 2016)

2.3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.

No procede su aplicación.

Trujillo ¹⁴ de <i>noviembre</i> del 2019 Lugar y Fecha	18212310 DNI No	 Firma del Experto	989315341 Teléfono
--	--------------------	--	-----------------------

1.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable 1: CREATIVIDAD

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
SOTO AGANTO, SEGUNDO ELOY	DOCENTE - UCV	Instrumento para la creatividad - Cuervonavis -	Denny Castillo Perino
Título del estudio : "Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes de Administración de una universidad."			


ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio), 2(Bajo Nivel), 3(Moderado nivel), 4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A.(citado en Dorantes et al, 2016)

1.3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: CREATIVIDAD

DATOS GENERALES: Variable: EMPRENDIMIENTO

<input checked="" type="checkbox"/> Procede su aplicación <input type="checkbox"/> Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan. <input type="checkbox"/> No procede su aplicación.	Campo e Instrumentos donde aplica	Muestra del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
	<p>Actividad - UCL</p> <p>Trabajo del alumno: Creatividad y emprendimiento. (Impresión de la actividad de la Universidad)</p>	<p>Instrumento para medir la creatividad en el aula de clase.</p>	<p>Prof. Carlos Ospina</p>

Trujillo 14 de noviembre del 2019	42260515	 <p>Firma del Experto</p>	968361601
Lugar y Fecha	DNI No	Teléfono	Teléfono

2.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable: EMPRENDIMIENTO

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
SOTO ABANDO, SEGUNDO ELOY	DOCENTE - UCV	Cuestionario para medir el emprendimiento	Denny Castillo Hevino
Título del estudio: Creatividad y emprendimientos empresarial de los estudiantes de una universidad.			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio), 2(Bajo Nivel), 3(Moderado nivel), 4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A. (citado en Dorantes et al, 2016)

2.3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

- Procede su aplicación
- Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
- No procede su aplicación.

Trujillo 14 de noviembre del 2019	42260515	  Ing. Espando Eloy Soto Abanto Ingeniero Químico CIP: 8794 Excmo. del Excmo.	968361001 Teléfono
Lugar y Fecha		DNI No	

1.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable 1: CREATIVIDAD

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
Suyón Zapata Jorge	Jefe de Desarrollo Académico UCV	Cuestionario	Denny Castillo Merino
Título del estudio : "Creatividad y emprendimiento empresarial de estudiantes de Administración de una Universidad"			

ASPECTOS DE VALIDACION:


Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio), 2(Bajo Nivel), 3(Moderado nivel), 4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A. (citado en Dorantes et al., 2016)

1.3.OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: CREATIVIDAD

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.

No procede su aplicación.

Trujillo 02... de ...del 2019	03642106		979992997
Lugar y Fecha	DNI No	Firma del Experto	Teléfono

2.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: Variable: EMPRENDIMIENTO

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(es) del Instrumento
Suyón Zapata Jorge	Jefe Desarrollo Académico UCV - Trujillo	Cuestionario	Denny Castillo Meyne
Título del estudio : "Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes de Administración de una Universidad Privada"			

ASPECTOS DE VALIDACION:

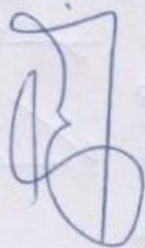
Coloque un ASPA(X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1(No cumple con el criterio),2(Bajo Nivel),3(Moderado nivel),4(Alto nivel) criterios de validez para determinar el grado de acuerdo entre jueces. Para ello se empleó el coeficiente de concordancia externa W de Kendall. (Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A.(citado en Dorantes et al, 2016)

2.3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.

No procede su aplicación.

Trujillo 02 de <i>dic</i>del 2019	03642106		979992997
Lugar y Fecha	DNI No	Firma del Experto	Teléfono

ANEXO 08

BASE DE DATOS CONFIABILIDAD

	CREATIVIDAD									
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10
1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3
4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
6	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
7	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
11	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
12	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
13	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3
14	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
15	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
18	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
19	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2
20	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2

Resultado del coeficiente

Número de elementos:

10

Creatividad

0.899

Número de elementos:

26

Emprendimiento

0.962

ANEXO 09

Análisis complementario

Tabla 9

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Fluidez	,200	67	,000	,895	67	,000
Flexibilidad	,177	67	,000	,919	67	,000
Originalidad	,182	67	,000	,890	67	,000
Creatividad	,155	67	,000	,907	67	,000
Emprendimiento	,166	67	,000	,816	67	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Anexo 10

Trujillo, 25 de marzo del 2020

Señora:
Denny Catillo Merino.
Tesista.

Ref: Solicitud s/n de fecha 02 de marzo.

Por intermedio de la presente hago llegar los cordiales saludos y atendiendo al documento de la referencia, le informamos que cuando se solicita información con fines de investigación, es política de la universidad realizar la evaluación previa y luego de ello recién se procede a la autorización o no, sin embargo dada la coyuntura actual; y, a fin de contribuir en el desarrollo de su tesis, por única vez de manera excepcional se le va a dar las facilidades e información que requiera, debiendo utilizarla solo como fuente para su tesis y mantener estricta reserva de la institución.

Sin otro particular.

Atentamente.

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz. Ph. D
Decano Ciencias Administrativas y Económicas

Handwritten notes and stamps at the bottom right of the page, including a date stamp that reads "15 MAR 2020".