

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE CREATIVIDAD Y
EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DE LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN:**

AUTORES:

Br. SHIRLEY CLAROS GUEVARA

Br. YOEL LLAJA LOBATON

ASESOR:

LIC. ROSA VIDALÓN MORENO

TRUJILLO – PERU

2015

Presentación

Señores miembros del jurado, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación denominado: Evaluación del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la Carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, realizado para obtener el Título de Licenciado en Administración.

El presente trabajo busca poner de manifiesto la creatividad y emprendimiento de los alumnos de la escuela de administración, información que será de mucha utilidad para la dirección de escuela, para investigadores en el tema y los profesores de las diferentes asignaturas de la especialidad.

Sometemos a su evaluación nuestro presente trabajo, esperando puedan considerar que cumple con los requisitos para ser aprobado.

Atentamente. Equipo de investigación

Dedicatoria

A:

Dios por haberme permitido, darme su bendición y las fuerzas necesarias en aquellos momentos más difíciles de mi vida.

Mi padre Antenor Claros, por los ejemplos de perseverancia y constancia que me ha infundado por el valor mostrado para salir adelante. Mi madre Rosa por su incondicional apoyo a través del tiempo. Mi hermana Adela por ser mi pilar fundamental, tanto educación como en mi vida.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Shirley, Claros Guevara

A Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

De igual forma, dedico esta tesis a mi madre Edelweis que con su demostración de una madre ejemplar, fue el pilar más importante al brindarme siempre su cariño y apoyo incondicional enseñándome a no desfallecer ni rendirme ante nada.

Yoel, Llaja Lobaton

Agradecimiento

A los profesores de la Universidad Privada Antenor Orrego, por brindar sus sabias orientaciones, las cuales han permitido culminar el presente trabajo de investigación.

Shirley, Claros Guevara

Gracias a las personas que, de una u otra manera, han sido claves en mi vida profesional, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos débiles y por brindarme una vida llena de aprendizajes experiencias y sobre todo felicidad.

Y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Yoel, Llaja Lobaton

Resumen

El presente trabajo se ha realizado con el propósito de evaluar el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo - La Libertad en el semestre 2015-10

Han participado en la investigación 73 alumnos que han registrado matrícula en el semestre 2015-10, a quienes se les aplicó el cuestionario elaborado para tal fin, el diseño de contrastación es de una sola casilla, para el análisis de los datos se ha utilizado la estadística descriptiva.

Los resultados de la investigación han permitido determinar que el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo - La Libertad en el semestre 2015-10 es medio, por lo que se requieren revisar las asignaturas y contenidos referidos a la creatividad y emprendimiento.

Palabras Clave: Creatividad y Emprendimiento, Alumnos, Escuela de Administración 2015-10, UPAO

Abstract

This work was carried out in order to assess the level of creativity and entrepreneurship achieved by students in the career of Directors of the Private University Antenor Orrego of the city of Trujillo - La Libertad in the semester 2015-10.

They have participated in the investigation 73 students who have registered enrollment in the 2015-10 semester, whom I were administered the questionnaire developed for this purpose, the design of contrasting is a single box for the analysis of the data has been used Descriptive statistics.

The research results allowed us to determine the level of creativity and entrepreneurship achieved by students in the career of Directors of the Private University Antenor Orrego of the city of Trujillo - La Libertad in 2015-10 is half the semester, so it is necessary to review the subjects and content related to creativity and entrepreneurship.

Keywords: Creativity and Entrepreneurship, Student, School of Management 2015-10, UPAO

ÍNDICE

PRESENTACION.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRAC.....	v
ÍNDICE.....	vi

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del problema.....	01
1.1.1 Realidad problemática.....	01
1.1.2 Enunciado del problema.....	05
1.1.3 Antecedentes del problema.....	05
1.1.4 Justificación y delimitación.....	08
1.2 Hipótesis.....	09
1.3 Objetivos.....	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 Marco teórico.....	12
2.1.1 Creatividad y emprendimiento	12
2.2 Marco conceptual.....	19
a. Emprendimiento.....	19
b. Creatividad.....	19
c. Elaboración.....	19
d. Flexibilidad.....	19
e. Fluidez.....	20
f. Innovación.....	20
g. Originalidad.....	20
h. Redefinición.....	20
i. Sensibilidad.....	20
j. Servicio.....	20
k. Consulta externa.....	20
l. Calidad.....	21
m. Calidad de atención.....	21

CAPÍTULO III

MATERIAL Y PROCEDIMIENTO

3.1 Material.....	23
3.1.1 Población.....	23
3.1.2 Marco de muestreo.....	24
3.1.3 Muestra.....	24
3.1.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.2 Procedimientos.....	27
3.2.1 Diseño de contrastación.....	27
3.2.2 Análisis de variables.....	27
3.2.3 Procesamiento y análisis de datos.....	28

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados de la encuesta aplicada a los alumnos de la carrera de Administración 201510.....	30
4.2. Discusión de resultados.....	48

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	52
5.2 Recomendaciones.....	53
Referencias bibliográficas.....	54
Anexos.....	59
01. Encuesta.....	59

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Realidad problemática

Desde la teoría desarrollada por Schumpeter (1991) en la década del treinta del siglo XX hasta la actualidad, se reconoce la importancia del rol del emprendedor como estimulante de la economía y su contribución en la actividad innovadora, por lo que existe un amplio interés en los últimos veinte años por conocer los factores que inciden favoreciendo, o alternativamente, obstaculizando el proceso emprendedor (Kantis, 2000). A pesar que en la literatura actual se aprecia una enorme variedad de enfoques para identificar variables y/o elaborar perfiles de creadores de empresa, se acepta la idea que aquellos individuos con ciertas características combinadas de forma equilibrada son más propensos que otros a convertirse en emprendedores. Estudios de los últimos diez años sostienen que tales características no solamente están referidas a las capacidades individuales, sino también a un conjunto de 5 variables relacionadas a las particularidades del ambiente, recursos y oportunidades de mercado, que al parecer tienen más influencia que las personales (Lazear, 2003; Kantis, 2000; Pablo, 2006). En este sentido, se reconoce la interacción de varios factores del contexto bajo el cual se desarrollan los emprendedores, entre ellos los internos como las capacidades y valores del individuo, y los factores externos como el mercado y los recursos (Leiva, 2003).

Estudios de nuevas empresas de base tecnológica en Estados Unidos también consideran que para su creación debe existir una interacción entre las capacidades individuales, la disposición y las características de la tecnología y del mercado (Tidd y otros, 1997). Entre los factores que afectan la decisión de establecer una nueva empresa de base tecnológica están los antecedentes, la personalidad, el contexto familiar, tecnología y mercado, soporte institucional y ambiente de trabajo. Con todo ello, el estudio demostró la importancia que tiene el factor personal, junto con los de mercado y financiero, como un paquete de análisis. Asimismo, el papel del medio ambiente viene siendo considerado como un enfoque más viable que el modelo conductual en el estudio de la creación de empresas, el cual no niega el papel desempeñado por las características de los fundadores de las empresas. Es por ello que la mayoría de los modelos y estudios se basan en las características del ambiente para explicar la creación de empresas, y que el ambiente es más importante en la comprensión de la formación de las empresas (Mazzarol y otros, 1999). De acuerdo con Mazzarol, este enfoque propone que la nueva empresa necesita de recursos externos e información para surgir, entendiendo al medio ambiente como un conjunto de recursos, el cual será el principal determinante de la puesta en marcha de la empresa. Dentro de esta perspectiva se encuentra a Specht (1993) quien distingue de manera general cinco principales factores ambientales que afectan a la formación de la

empresa: (1) social; (2) económica; (3) política; (4) desarrollo de infraestructura, y (5) los factores del mercado de la emergencia.

Cabe resaltar que un estudio de emprendedores en los Países Bajos tomó como objeto la influencia del status profesional en el desarrollo del emprendedor, para demostrar que el individualismo metodológico de la economía tradicional ya no es una herramienta útil en estos días, debido a que los economistas han demostrado y reconocido que el desempeño de los individuos depende de los servicios públicos o la acción de otras personas, es decir, que la interacción social desempeña un papel determinante para la formación de emprendedores (Van Praag, 2009). La revisión teoría presentada reconoce la necesidad de un enfoque más sistémico para entender la actividad emprendedora, incorporando otras dimensiones como las del ambiente, que al interactuar con las características psicológicas potencian la capacidad de emprendimiento de las personas. En este sentido, es interesante constatar en la literatura se estudian otros factores que influyen la formación de empresas, principalmente aquellos relacionados con la dimensión social. Aquí se encuentran estudios donde las relaciones y redes sociales juegan un papel importante en el establecimiento de una empresa, así como la importancia de los miembros de la familia en las redes empresariales (Pickernell y otros, 2011). Asimismo, investigaciones empíricas de la década del noventa sobre las empresas del Sur de Asia en Gran Bretaña

encuentran que los factores culturales puede restringir o promover el crecimiento de la empresa mediante la creación de una dependencia excesiva en el mercado de la comunidad étnica local, en las fuentes informales de financiamiento y en las empresas controladas por la familia (Basu, 1999). Desde las ciencias sociales, también se propone una mirada teórica del emprendimiento más interrelacionada con el medio social y no tan simplista. En este sentido, los empresarios y sus interacciones sociales son reducidos a modelos simplistas que tratan sobre los rasgos psicológicos, la decisión racional, el intercambio económico; considerando rara vez en la investigación al emprendedor y la empresa. Estas sólo son tomadas en cuenta recién cuando han sido registradas oficialmente las empresas, y por lo tanto son visibles en las estadísticas. Cuando éstas tienen éxito, la investigación llega a conclusiones claras sobre correlaciones y las relaciones causa-efecto en un mundo muy simplificado, y las conclusiones supuestamente permiten predecir y estimular al homo economicus empresarial. Este conocimiento también se presenta como neutral y objetiva, libre de cualquier interacción entre las inquietudes del investigador y los temas de estudio (Lindgren, 2009). Teniendo en cuenta que los aportes en este tema están relacionados justamente al tratamiento del tema de emprendimiento desde un enfoque más dialéctico entre el individuo y sociedad, esta investigación busca integrar distintas dimensiones en la delimitación de los factores que influyeron en el

éxito y fracaso de los emprendedores. La perspectiva sistémica en este estudio, no busca proponer relaciones directas de causa y efecto, sino demostrar que la actividad emprendedora es el resultado de la interacción de distintos factores, y que no depende de una sola dimensión.

En este contexto se emprende el presente trabajo de investigación cuyo propósito es conocer el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la Carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo.

1.1.2 Enunciado del problema

¿Cuál es el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo?

1.1.3 Antecedentes del problema

En investigaciones preliminares con motivo de la presente investigación, se han encontrado temas similares al planteado en la investigación, en tanto a continuación se citan algunos relacionados.

- Julca Meza, Ema (2011) en su Tesis Doctoral “Evaluación De Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento empresarial en Los Estudiantes De Turismo” de la Universidad San Martín de Porres – Lima , Concluyo que:

El primero conceptualiza a la universidad desde una perspectiva de mercado, poniendo énfasis en la formación para cubrir las demandas de profesionales dentro de un mercado consumista; mientras que el segundo, pone énfasis en la formación para el desarrollo del país, a tal punto que se puede asignar a la universidad la función de asesora del sistema en función a las políticas de desarrollo que de manera libre y soberana debería adoptar cada nación.

El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos; pero, si el emprendimiento está relacionado con el área empresarial, la connotación que este adquiere está relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo. El emprendimiento empresarial en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad comercial inmersa en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de

constantes cambios que exigen que los objetos de promoción turística varíen en función a los nuevos paradigmas de consumo natural, cultural o de esparcimiento.

- Mollo, Gabriela (2008) : En su tesis “El Espíritu Emprendedor en la formación de los nuevos profesionales” de la Universidad Nacional de la Plata concluyo que:

Los factores determinantes del fenómeno emprendedor: la percepción de ingresos futuros. La mayoría de los estudios realizados sobre este factor determinaron que existe una correlación positiva entre “ingresos futuros esperados” y “actividad laboral”, es decir que los individuos siguen en algún sentido comportándose como “Homo economicus”, seleccionando su ámbito de desarrollo laboral siguiendo sus expectativas remunerativas.

- Romero Alonso ,Rosa Eliana (2006): En su Tesis “Talleres De Formación En Creatividad Para Profesores” concluyo que:

Los grandes cambios son observables en el discurso de los profesores el que denota una mayor valoración de la creatividad y sus manifestaciones, así como la generación de una actitud autocrítica respecto de sus prácticas y las posibilidades de expresión que entregan a los alumnos.

El descubrimiento, a través de los talleres, de los principios asociados a la creatividad se proyecta como un potencial del cambio pedagógico que puede tener alcances no dimensionados totalmente en esta experiencia, se presenta como un campo de exploración importante en la formación de profesores y posibilidades de ampliar los descubrimientos de esta tesis.

- Marquez Yauri, Heyner (2002): Programa Emprendedor para mejorar las habilidades de los alumnos de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, llego a la siguiente conclusión:

Se requiere de un programa que promueve e impulse la actividad emprendedora en los jóvenes estudiantes de la escuela de Administración, que se complemente con las asignaturas relacionadas con el emprendedurismo.

Se requiere de asignaturas orientadas a desarrollar las habilidades emprendedoras de los estudiantes, ya que estas se han manifestado en un nivel bastante bajo.

1.1.4 Justificación y delimitación

Teórica

Permitirá describir y analizar desde el punto de vista teórico el concepto de creatividad y emprendimiento, así como sus características y factores que inciden en su desarrollo

Práctica

Permitirá conocer el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la Escuela de Administración de la Universidad privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo, los factores que inciden en su desarrollo y a partir de ello elaborar iniciativas que permitan mejorarlos. Servirá de información de línea de base en el tema, así como fuente de consulta para estudiantes, investigadores e interesados en el tema.

Metodológica

Se aportaría información para estudios posteriores y poder comparar resultados así mismo se utilizara una metodología que permitirá cumplir con los objetivos específicos y la contratación de la hipótesis. De manera sistémica se hará uso de la metodología de la investigación científica.

1.2 Hipótesis

El nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo es medio.

1.3 Objetivos

Objetivo general

Evaluar el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo - La Libertad

Objetivos específicos

- Medir el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.
- Determinar los factores que inciden en el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.
- Elaborar recomendaciones para la mejora del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y

CONCEPTUAL

2.1. Marco teórico

Creatividad y emprendimiento.

El estudio de la creatividad como elemento básico del desarrollo humano desde sus inicios ha dado claves para el desarrollo de competencias y habilidades en las personas que les permita desenvolverse con autonomía en entornos cada vez más cambiantes por las dinámicas sociales, económicas y laborales en las que se encuentran inmersos los países actualmente. Para diferentes investigadores y para los propios mercados laborales la creatividad está relacionada con la innovación y las respuestas a los problemas que surgen de las nuevas demandas de los consumidores. La educación empresarial se presenta como una oportunidad para que las personas emprendedoras puedan trabajar y desarrollar su creatividad. Este tipo de educación más el apoyo institucional por medio de políticas de desarrollo del emprendimiento y autoempleo pueden consolidar el tejido productivo y empresarial español por medio de una red de personas innovadoras que afronten el desafío que esta generando la crisis económica que afecta actualmente a los países. La creatividad aplicada por medio de la educación empresarial, puede generar mejoras en el proceso de transición profesional que realizan los/as trabajadores/as desde que finalizan o abandonan los estudios hasta que se incorporan al mercado de trabajo.

Diversos autores como *Grebel (2003)*, *Filion (2003)* y *Kruger (2004)* consideran que el concepto de emprendedor tiene su origen en Francia donde se denominaba como “*entrepreneurs*” a las personas que llevaban a cabo actividades importantes para el reino (conquistas, acciones militares, etc). Sin embargo, *Cantillon (1755)* fue quien primero enfocó este concepto a las actividades económicas partiendo de la clasificación de los agentes económicos en tres grupos diferenciados: *Propietarios de la tierra*, *Prestamistas* y *Emprendedores*. Según *Grebel (2003)* mientras que los primeros y segundos agentes presentan un papel pasivo en el desarrollo económico, el emprendedor se considera un agente activo que permite la conexión entre la oferta y la demanda. Al mismo tiempo el emprendedor toma decisiones económicas basadas en la incertidumbre. *Vara (2007)* considera que de acuerdo al modelo de *Cantillon (1755)*, el emprendedor es un agente que compra una materia prima a un precio cierto para transformarla y venderla a un precio incierto. Por tanto, este agente económico se caracteriza por asumir el riesgo de aprovechar una oportunidad para generar una utilidad que le beneficia.

A partir de las ideas planteadas por Turgot, en 1803 Jean-Baptiste Say inició su estudio haciendo una distinción entre el capitalista y el emprendedor, así como entre el proveedor de capitales y el coordinador del proceso de generación de riqueza. De acuerdo a

Filion (2003) Say asocia al emprendedor con la innovación al considerarlo un agente de cambio. Así Say fue el primero en definir el conjunto de parámetros de lo que hace el emprendedor en su sentido actual (por ello muchos lo consideran el iniciador del estudio del emprendimiento). Herbert y Link (1988) nos dicen que Say construyó su teoría en un proceso de dos etapas:

1. En la primera se observa el comportamiento del emprendedor desde una perspectiva empírica.

2. Posteriormente, se reducen las observaciones a un marco teórico que explica los procesos de acuerdo a las circunstancias particulares que conlleva la actividad emprendedora. Por su parte, Kruger (2004) cree que si bien Cantillon es el primero en incluir el concepto de emprendedor dentro de la teoría económica, Say fue el primero en darle un papel predominante en el proceso de desarrollo. Aunque para Kruger (2004) el desarrollo del emprendimiento se debe principalmente a Schumpeter (1912) que asocio de forma importante los conceptos de emprendimiento e innovación enfocados al desarrollo económico.

En torno al concepto desarrollado por *Cantillon (1755)* se dieron posteriormente diversos desarrollos sobre el concepto y características de los emprendedores. Por ejemplo, *Baudeau* considera que el emprendedor es quién tiene la capacidad de procesar información y transformarla en conocimiento, constituyéndose como su principal medio de actuación. Para Turgot el emprendimiento es el resultado de una

decisión tomada por un capitalista (comprar tierra, prestar o arriesgar). Para Say la función del emprendedor consiste en entender la forma en que funcionan los procesos y el mercado, y luego, transferir ese entendimiento a la configuración de productos comercializables que satisfagan las necesidades de la demanda. Por su parte Schumpeter (1911) considera que el emprendedor es un agente de cambio económico, que introduce innovaciones en los mercados lo cual origina desequilibrios temporales en los mismos, y esto a su vez induce a un cambio estructural de las actividades productivas presentes.

Entre las caracterizaciones que definen al emprendedor en diversos artículos especializados hemos encontrado que se trata de un individuo innovador que no necesariamente es quién descubre los conceptos o los inventa, sino principalmente los desarrolla dentro del proceso de inserción de los mismos en la realidad económica. Así, la innovación es la principal herramienta que garantiza el éxito del emprendedor. Es decir, el emprendedor es el sujeto de la actividad innovadora y la iniciativa, pudiéndosele descubrir o encontrar en cualquier nivel jerárquico de la organización formal e informal de las empresas.

Según Freire, Gibbs, y Graña para caracterizar al emprendedor se han definido tres conjuntos de características que determinan en conjunto su éxito y son: 1. Los deseos y Actitudes, 2. Los Factores de Personalidad que determinan la dimensión interna del

ser, y 3. Los conocimientos técnicos específicos aplicados en la etapa de preincubación.

Aunque la mayor parte de los trabajos que se venían analizando referentes a la creación de empresas se enfocaban al periodo de incubación (empresas nacientes), el Modelo GEM ha enfatizado en la importancia de considerar las características de los emprendedores y el proceso de creación que se inicia mucho antes que una empresa se ponga en funcionamiento.

Con respecto los perfiles psicológicos del emprendedor podemos decir que es un individuo no sólo visionario de las oportunidades, sino que sus ideas las ejecuta. También el emprendedor (en su papel de visionario) ve lo que otros no ven pero que existe en el entorno inmediato. Es capaz de transformar esas ideas o visiones en hechos concretos. Propone soluciones pragmáticas y sencillas a situaciones complejas que llega a descifrar y dominar. Además, las acciones del emprendedor no afectan solamente la generación de una nueva idea o tipo de ejecución en forma puntual, sino que se manifiesta su acto de emprendimiento a lo largo de todo el proceso.

Un emprendedor al ser una persona de creación, invención, descubrimiento e innovación necesariamente transforma bienes y servicios; procesos; crea o se expande en el mercado, y por lo tanto, crea valor. Aunque dicho valor no siempre es económico o financiero, pues existe una clase de emprendedor social sin ánimo de lucro que crea otro tipo de valores. Pero al final, sea el

emprendedor lucrativo o no, siempre crece valor agregado por el sólo acto de su actividad innovadora. Así la creatividad, invención, etc. se presentan como los impulsores del acto de emprendimiento.

El acto de emprendimiento es transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa, etc. También emprender es el arte o técnica para transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico.

Con respecto a la actividad emprendedora que tiene fines de lucro, se convierte en una de las variadas formas de emprendimiento conocido como emprendimiento económico y definido por Selamé (1999) como la combinación de factores productivos para el desarrollo de un proceso que transformará determinados bienes y servicios en nuevos bienes y servicios que serán, de acuerdo a una serie de características, de mayor valor, todo ello con la resultante del logro de algún margen de utilidad o ganancia.

Uno de los puntos clave de los modelos de emprendimiento es estudiar sus procesos y las características sobre la personalidad y el entorno en que se desarrolló el emprendedor. A esto le hemos denominado respectivamente en este proyecto: variables

endógenas y exógenas del emprendimiento. Dentro de los estudios realizados sobre el emprendedor y su acto de innovación se reconocen dos líneas principales de investigación basadas en el enfoque que caracteriza el objeto central del estudio:

1. El enfoque psicológico del emprendedor.
2. El enfoque sociológico del emprendedor y emprendimiento.

El enfoque psicológico establece que los emprendedores son agentes con características innatas o adquiridas en los primeros años de vida diferentes a las del resto de las personas y trabaja sobre el supuesto que el emprendedor "nace y no se hace". En cambio, el segundo enfoque considera que las características del emprendedor son adquiridas a lo largo de su vida mediante un proceso de socialización donde interactúan una serie de factores económicos, sociológicos, psicológicos, culturales, etc. (variables más bien de tipo exógeno). Así, desde una perspectiva que incluye elementos sociológicos y culturales es posible pensar en una instancia de análisis más amplia, considerando que la creación de nuevas empresas puede ser mejor entendida en términos de: vivencias personales (origen familiar, educación, experiencia ocupacional previa, estilo de vida, estructura de clase, etc.) y el entorno en el que el nuevo emprendimiento se implantará (ambiente facilitador, cultura empresarial). Al respecto, O'Farrel (1986) sostiene que las influencias sociales, culturales e institucionales pueden estimular (o desestimular) las conductas emprendedoras. Tanto Hagen (1962) como McClelland

(1960) consideran al emprendedor con una "personalidad creativa" movida por una alta necesidad de logro. Sin embargo, su análisis incorpora con más fuerza el aspecto social y sus efectos sobre la personalidad emprendedora. Desde nuestro punto de vista ambos enfoques son válidos y se complementan o interactúan simultáneamente en cierto perfil de emprendedores.

2.2. Marco conceptual

- **Emprendimiento:** No forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.
- **Creatividad:** Es una capacidad que parte de la mente humana para engendrar en la realidad soluciones apartadas de lo habitual.¹
- **Elaboración:** es el nivel de detalle, desarrollo o complejidad de las ideas creativas.²
- **Flexibilidad:** Involucra una transformación, un cambio, un replanteamiento o una reinterpretación. La flexibilidad puede ser de dos tipos: espontánea (sí el sujeto es capaz de variar la clase de respuesta que da) y adaptación (cuando el sujeto realiza

¹ Martínez, E. (2010). Creatividad e Innovación: Juntas pero no Revueltas. En U. A. Manizales, *Creatividad & Innovación* (págs. 21-43). Manizales: Editorial UAM.

² Carevic, M. (2006). *La Creatividad*. Recuperado el 03 de Marzo de 2011, de sitio web psicología online: <http://www.psicologia-online.com/articulos/2006/creatividad.shtml>

ciertos cambios: de estrategia de solución de planteamiento para tener éxito)2

- **Fluidez:** facilidad para generar un número elevado de ideas. Según Guilford existen distintos tipos de fluidez: Fluidez ideacional (producción cuantitativa de ideas), fluidez de asociación (referida al establecimiento de relaciones) y fluidez de expresión (facilidad en la construcción de frases) (2)
- **Innovación:** Es un proceso sistemático que pretende generar valor y ventaja competitiva a través de respuestas originales. (1)
- **Originalidad:** Es la aptitud o disposición para producir de forma poco usual respuestas raras, remotas, ingeniosas o novedosas.(2)
- **Redefinición:** es la capacidad para reestructurar percepciones, conceptos o cosas. (2)
- **Sensibilidad a los problemas:** Capacidad para descubrir diferencias, dificultades, fallos o imperfecciones, dándose cuenta de lo que debe hacerse. (2)
- **Servicio:** es la prestación que ofrece una institución. Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente; se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien.
- **Servicios:** organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades.
- **Consulta Externa:** Es la atención regular por personal calificado

- **Calidad:** Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Es el nivel de excelencia que la empresa ha logrado alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Característica que se atribuye a todas aquellas cosas que representan excelencia, eficacia y efectividad.
- **Calidad de Atención:** La calidad de atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona.

CAPÍTULO III

MATERIAL Y PROCEDIMIENTO

3.1 Material

3.1.1. Población

La población lo constituyen todas los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo - La Libertad que han registrado matricula durante el semestre 2015-10. El siguiente cuadro detalla el total de alumnos de la Escuela de Administración registrados en el semestre 2015-10.

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO						
REGISTRADOS POR ESCUELA						
201510 - PREGRADO						
Campus: TODOS						
ESCUELA PROFESIONAL		Ingresantes	Activo	Registrados Reserva	Inactivo	Total
ADMI	ADMINISTRACION	375	2497	17	0	2514
ARQU	ARQUITECTURA	351	2102	19	0	2121
CCOM	CIENCIAS DE LA COMUNICACION	219	837	6	0	843
CONT	CONTABILIDAD	132	979	11	0	990
DERE	DERECHO	401	2458	20	0	2478
ECFI	ECONOMIA Y FINANZAS	8	110	1	0	111
EDIE	EDUC. EN IDIOMAS EXTRANJEROS	20	20	1	0	21
EDUC	EDUCACION INICIAL	62	275	5	0	280
EDUP	EDUCACIÓN PRIMARIA	0	40	0	0	40
ELEC	INGENIERIA ELECTRONICA	50	333	6	0	339
EIMI	ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNAC.	64	126	4	0	130
ENFE	ENFERMERIA	59	492	6	0	498
ESTO	ESTOMATOLOGÍA	79	744	5	0	749
FABI	FARMACIA Y BIOQUIMICA	18	18	0	0	18
ICSI	ING. COMPUTACION Y SIST.	62	615	10	0	625
IIAL	ING.INDUSTRIAS ALIMENT.	0	184	0	0	184
IIND	INGENIERÍA INDUSTRIAL	340	1602	14	0	1616
INAG	INGENIERIA AGRONOMA	27	271	3	0	274
INCI	INGENIERIA CIVIL	519	3103	27	0	3130
INSO	INGENIERIA DE SOFTWARE	28	102	1	0	103
INTE	ING TELECOMUNICACIONES Y REDES	0	70	0	0	70
MEHU	MEDICINA HUMANA	602	3852	37	0	3889
MVZO	MEDIC.VETERINARIA Y ZOOTECNIA	58	341	2	0	343
OBST	OBSTETRICIA	66	297	5	0	302
PSIC	PSICOLOGÍA	175	761	9	0	770
Total:		3715	22229	209	0	22438

Figura1. Registrado por escuela según base de datos UPAO 2015-10

3.1.2. Marco de muestreo

Base de datos: Registro de alumnos matriculados semestre 2015-10

3.1.3 Muestra

Para la muestra solo se tuvo en cuenta a los estudiantes hombres y mujeres de 18 años a más que han registrado matrícula en el semestre 2015-10. El tamaño de muestra seleccionado según los análisis correspondientes es de 73 alumnos de una población de 2497; es decir, se encuestó a 73 alumnos que registraron matrícula en el semestre 2015-10.

El tipo de muestreo fue el aleatorio simple, el error de diseño o error de muestreo es de 0.05 (5%) y el nivel de confianza seleccionado para el presente estudio es del 95%.

La expresión matemática para el cálculo del tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

P: evento favorable: 0.95

Q: evento no favorable: 0.05

Z: coeficiente de confianza: 1.96

E: error de muestra: 0.05

N: población total: 2497

n: tamaño de muestra.

Así tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)(2497)}{(0.05)^2 (2496) + (1.96)^2 (0.95)(0.05)}$$

$$n = 73 \text{ alumnos}$$

3.1.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron fueron las siguientes:

- a) Encuestas: se utilizó una encuesta cerrada, se encuestó a los alumnos de ambos sexos de 18 a más años de edad. Las preguntas se enfocaron a la creatividad y el nivel de emprendimiento de los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.

Para este trabajo se utilizó un instrumento de recopilación de información basado en un cuestionario, el cual se aplicó a los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo; el cuestionario incluye 20 afirmaciones las cuales fueron contestadas por los alumnos utilizando

una escala de Likert seleccionando el nivel que más satisfaga su opinión.

La escala de Likert se aplicó de manera auto administrado, es decir, se le entregó la escala correspondiente a cada persona y éste marcará respecto a cada afirmación la categoría que mejor describe su reacción o respuesta, esto servirá para medir el nivel de creatividad y emprendimiento de los encuestados además validar la eficiencia de la encuesta.

- b) Entrevistas Personales: se entrevistó a 01 alto directivo utilizando la guía de entrevista acerca de las condiciones específicas sobre las que se realiza el curso de creatividad y emprendimiento. El Director respondió una entrevista, con lo cual se obtuvo una medición cualitativa de la variable estudiada.

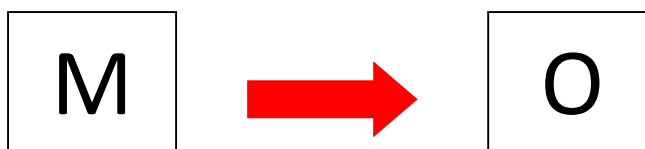
- c) Análisis documental: hasta la fecha se han revisado 4 trabajos de investigación relacionado con el estudio realizado; también se ha revisado el plan estratégico de la Escuela de Administración realizado el año 2014 por la misma institución que fue de gran apoyo en la elaboración de esta investigación.

3.2 Procedimientos

3.2.1 Diseño de contrastación

Se trata de una investigación de tipo descriptiva, se utilizó el método inductivo – deductivo ya que se diagnosticará y analizará el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.

Se utilizó el diseño de una sola casilla para ver la información de la variable motivo del presente estudio.



3.2.2 Análisis de variables

Nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo.

- **Operacionalización de las variables**

La tabla 1. Operacionalización de las variables

TÍTULO	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES O INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO
EVALUACION DEL NIVEL DE CREATIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO.	Creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración de la Universidad Privada Antonor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo	Son competencias y habilidades que permite a las personas desenvolverse con autonomía en entornos cada vez más cambiantes por las dinámicas sociales.	Conocimiento de sí mismo y auto confianza, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión.	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	Escala de Habilidad Emprendedora, validada por Flores (UIGV, 2003), la misma que cuenta con cinco por áreas que se indican en las dimensiones e indicadores

3.2.3 Procesamiento y análisis de datos

Para la presente investigación se utilizó el programa MS Excel, para realizar el procesamiento y análisis de los datos. Así como también el Programa Word. Para el análisis de la información se hizo uso de la estadística descriptiva

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN

DE RESULTADOS

4.1 Presentación de Resultados

En este capítulo se muestran los resultados de la investigación, el cual comprende la interpretación de resultados.

Las encuestas representan una herramienta muy importante porque a través de ellas se puede tener acceso a información necesaria para la evaluación de resultados.

Enunciado N° 1: Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos.

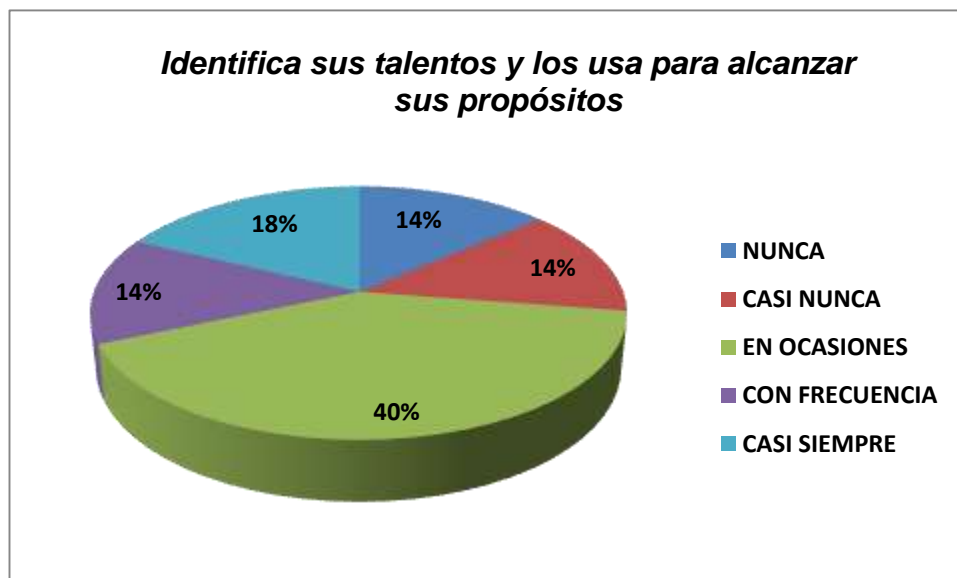
Cuadro N° 1

ITEMS	Q	%
NUNCA	10	14%
CASI NUNCA	10	14%
EN OCASIONES	30	40%
CON FRECUENCIA	10	14%
CASI SIEMPRE	13	18%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 1



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 40% con frecuencia identifican sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos, mientras que un 14% nunca identifica sus talentos.

Enunciado N° 2: Actúa por iniciativa propia usando sus recursos.

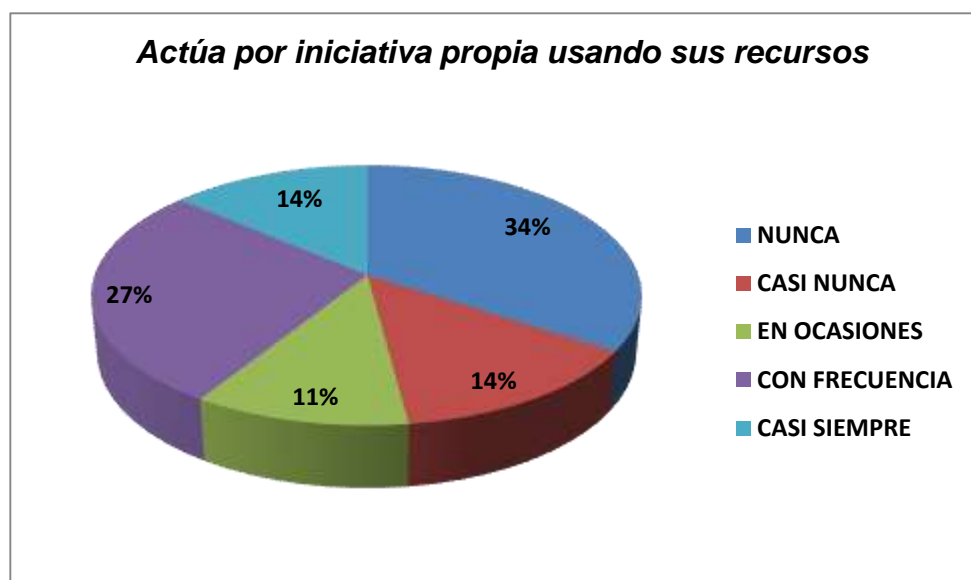
Cuadro N° 2

ITEMS	Q	%
NUNCA	25	34%
CASI NUNCA	10	14%
EN OCASIONES	8	11%
CON FRECUENCIA	20	27%
CASI SIEMPRE	10	14%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 2



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 34% de ellos nos respondió que nunca Actúa por iniciativa propia mientras que un 11% lo hace solo en ocasiones.

Enunciado N°3: Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones.

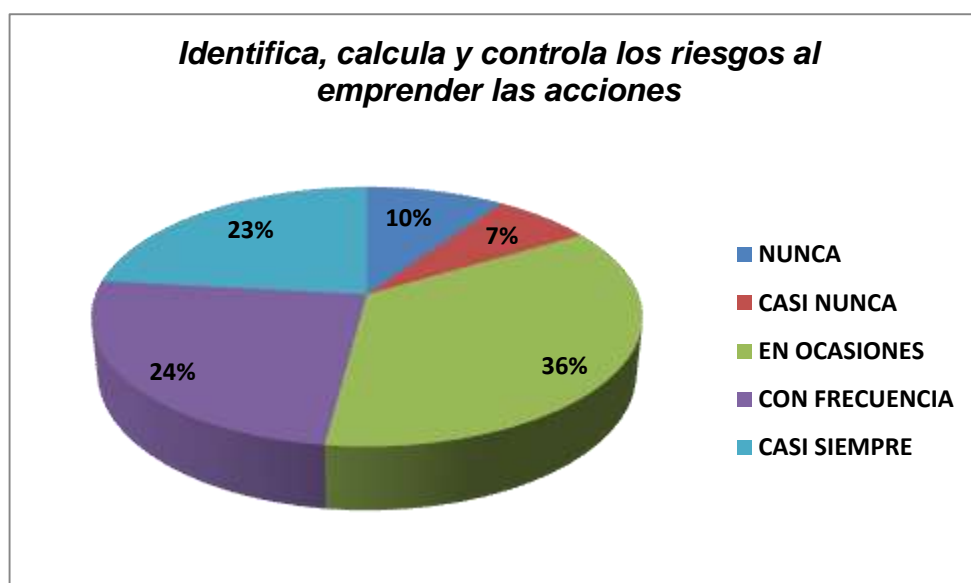
Cuadro N° 3

ITEMS	Q	%
NUNCA	7	10%
CASI NUNCA	5	7%
EN OCASIONES	26	36%
CON FRECUENCIA	18	24%
CASI SIEMPRE	17	23%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 3



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 36% identifica, calcula y controla los riesgos solo en ocasiones, mientras que un 7% casi nunca lo hace.

Enunciado N° 4: Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos

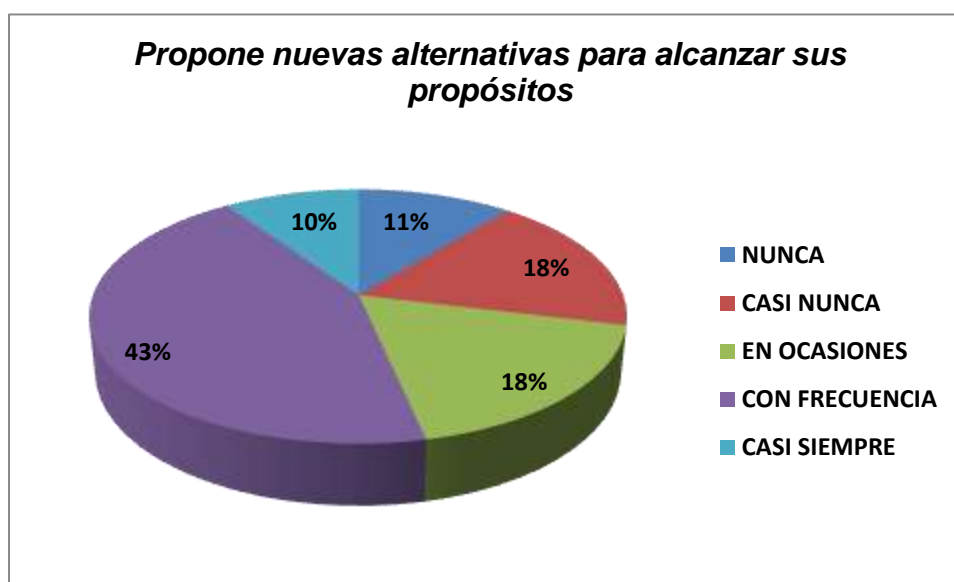
Cuadro N° 4

ITEMS	Q	%
NUNCA	8	11%
CASI NUNCA	13	18%
EN OCASIONES	13	18%
CON FRECUENCIA	32	43%
CASI SIEMPRE	7	10%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 4



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados en la carrera de administración un 43% propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos y sólo un 10% nunca propone alternativas.

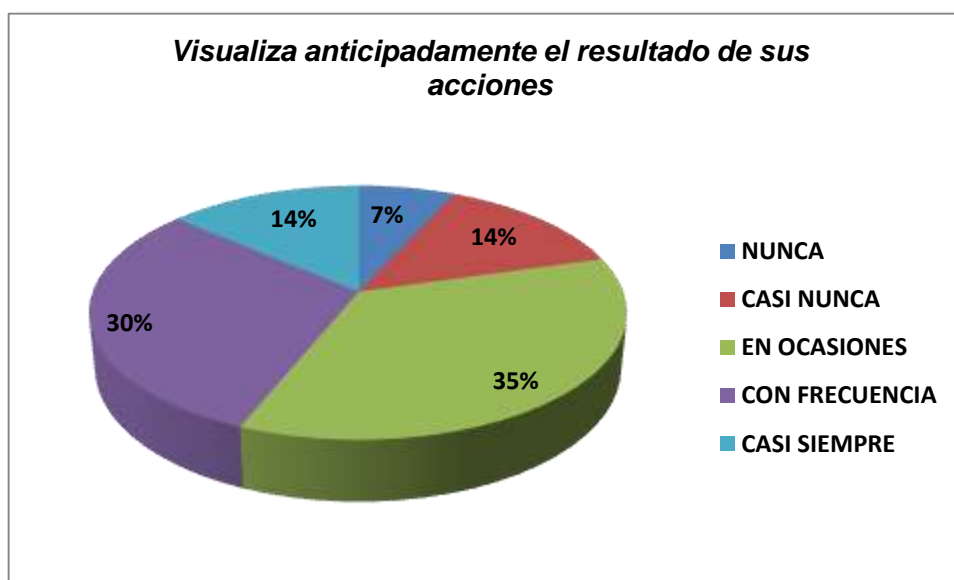
Enunciado N° 5: Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones

Cuadro N° 5

ITEMS	Q	%
NUNCA	5	7%
CASI NUNCA	10	14%
EN OCASIONES	26	35%
CON FRECUENCIA	22	30%
CASI SIEMPRE	10	14%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 5



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: De acuerdo con las encuestas realizadas un 35% de los alumnos si visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones mientras que un 7% no lo hace nunca.

Enunciado N° 6: Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas

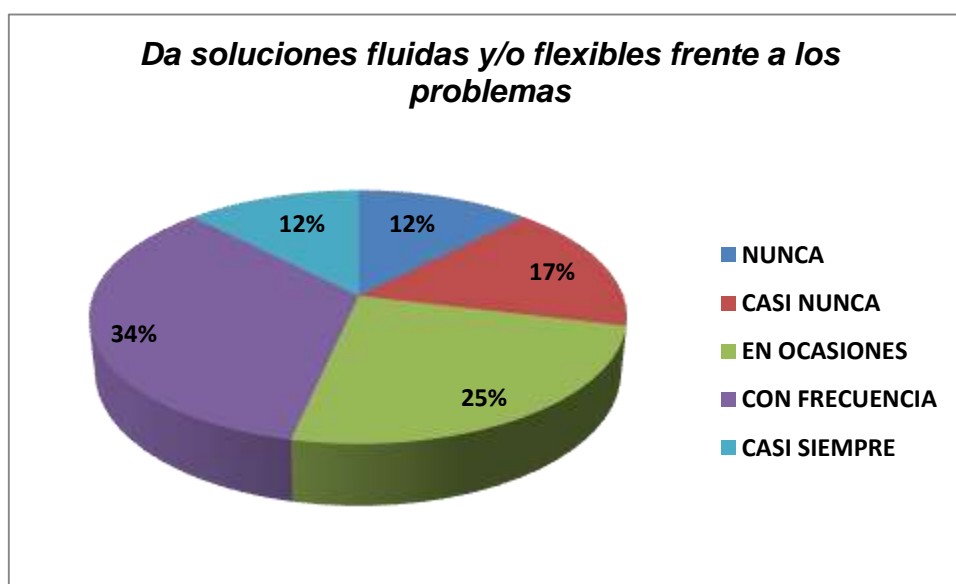
Cuadro N° 6

ITEMS	Q	%
NUNCA	9	12%
CASI NUNCA	12	17%
EN OCASIONES	18	25%
CON FRECUENCIA	25	34%
CASI SIEMPRE	9	12%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 6



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados en la carrera de Administración un 34% da soluciones fluidas frente a los diversos problemas que se puedan presentar mientras que tan solo un 12% no lo hace nunca.

Enunciado N° 7: Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias.

Cuadro N° 7

ITEMS	Q	%
NUNCA	10	14%
CASI NUNCA	12	16%
EN OCASIONES	29	40%
CON FRECUENCIA	11	15%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación

Gráfico N° 7



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con la encuesta aplicada a los alumnos de administración un 40% de ellos busca y toma para resolver sus exigencias mientras que un 14% de los alumnos nunca lo hace.

Enunciado N° 8: Busca perfeccionarse y superarse como persona.

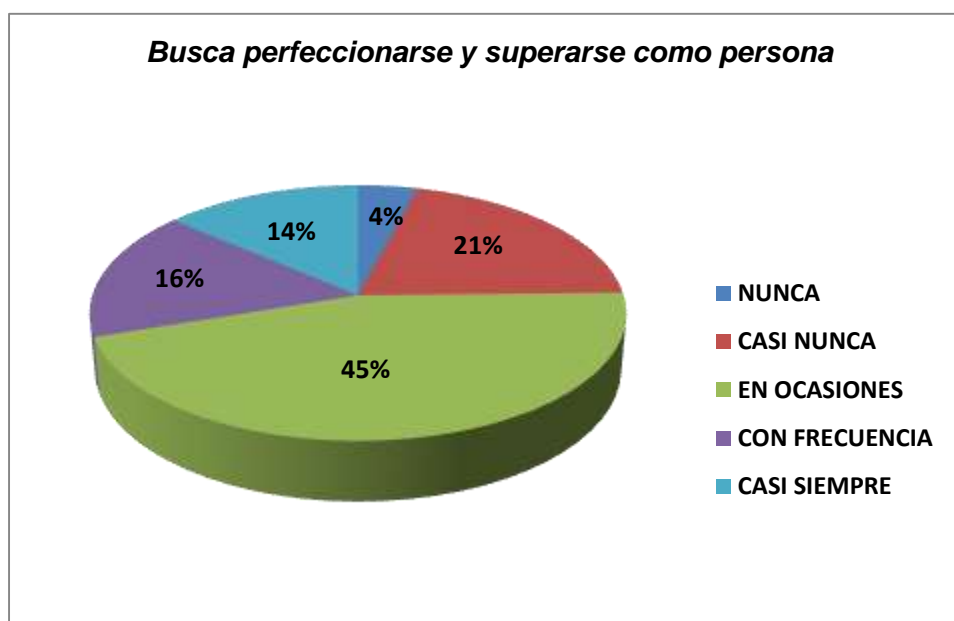
Cuadro N° 8

ITEMS	Q	%
NUNCA	3	4%
CASI NUNCA	15	21%
EN OCASIONES	33	45%
CON FRECUENCIA	12	16%
CASI SIEMPRE	10	14%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Grafico N° 8



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados de la carrera de Administración el 45% en ocasiones busca perfeccionarse y superarse como persona y un 4% no busca superarse como persona.

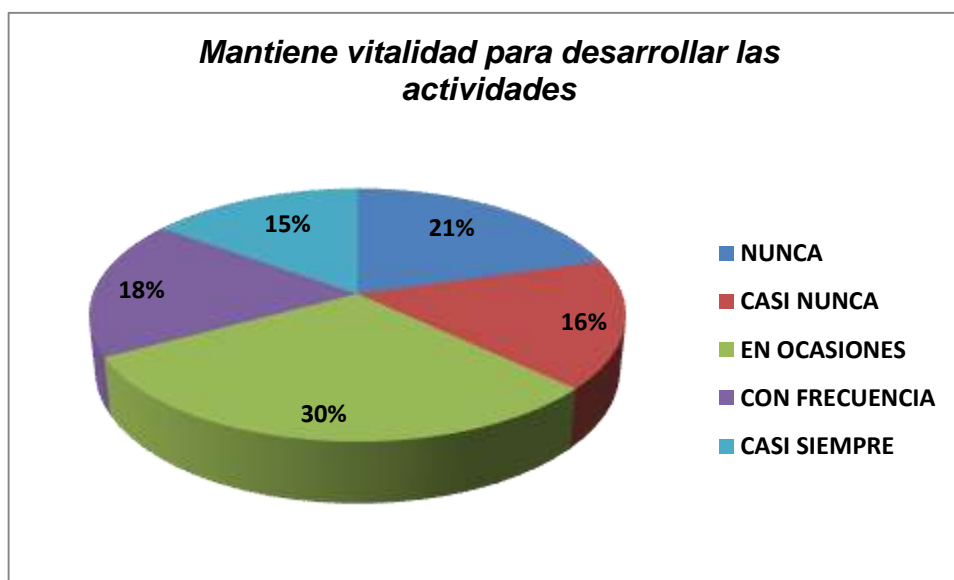
Enunciado N° 9: Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades

Cuadro N° 9

ITEMS	Q	%
NUNCA	15	21%
CASI NUNCA	12	16%
EN OCASIONES	22	30%
CON FRECUENCIA	13	18%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 9



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de administración el 30% en ocasiones mantiene la vitalidad para desarrollar las actividades, mientras que un 15 % casi siempre mantiene dicha vitalidad.

Enunciado N° 10: Cumple con los compromisos adquiridos

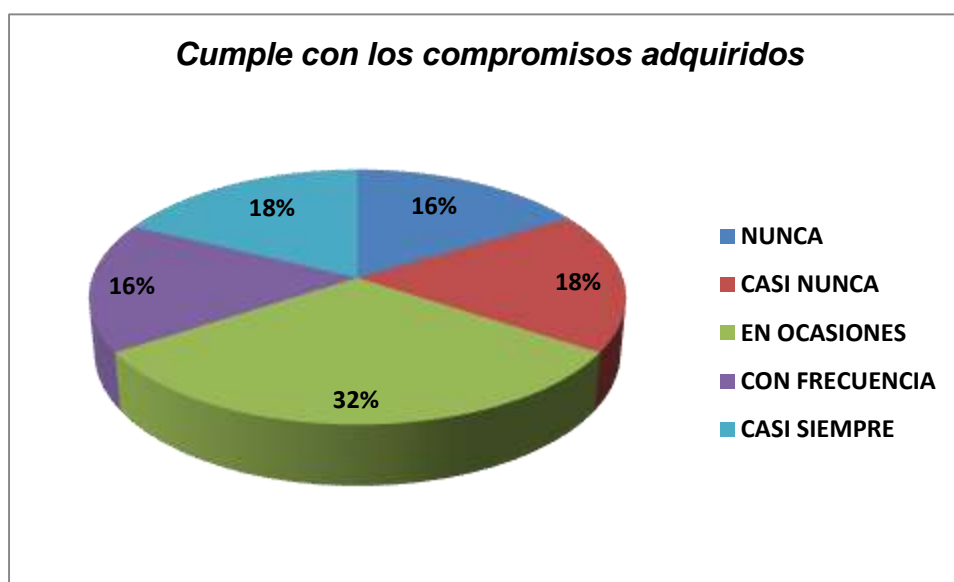
Cuadro N° 10

ITEMS	Q	%
NUNCA	12	16%
CASI NUNCA	13	18%
EN OCASIONES	23	32%
CON FRECUENCIA	12	16%
CASI SIEMPRE	13	18%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 10



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 32% en ocasiones cumple con los compromisos mientras que un 16% nunca cumple con ellos.

Enunciado N° 11: Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)

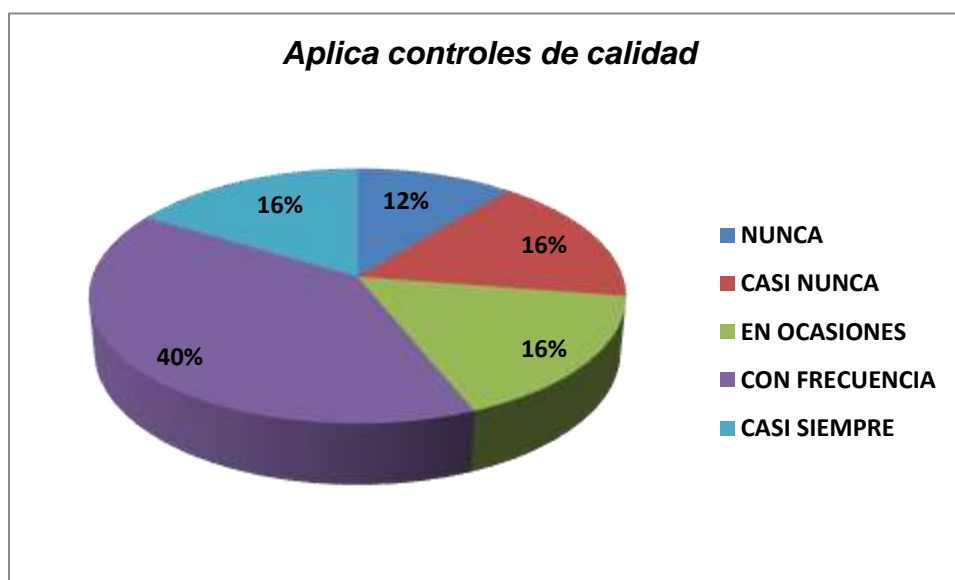
Cuadro N° 11

ITEMS	Q	%
NUNCA	8	12%
CASI NUNCA	12	16%
EN OCASIONES	12	16%
CON FRECUENCIA	29	40%
CASI SIEMPRE	12	16%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 11



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de administración un 40% con frecuencia hace las cosas bien, mientras que un 12% de los alumnos considera que no lo hace nunca.

Enunciado N° 12: Define metas o propósitos concretos en su desempeño.

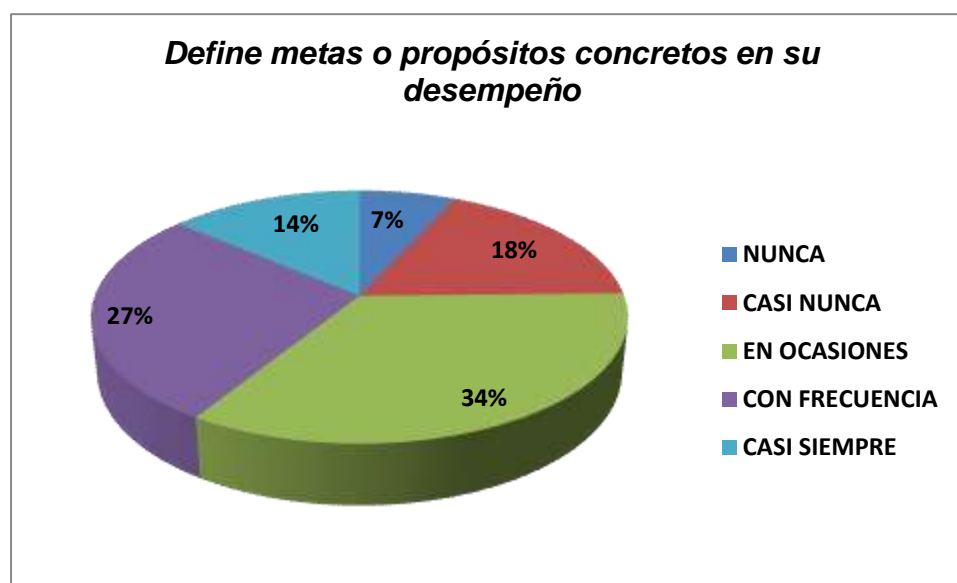
Cuadro N° 12

ITEMS	Q	%
NUNCA	5	7%
CASI NUNCA	13	18%
EN OCASIONES	25	34%
CON FRECUENCIA	20	27%
CASI SIEMPRE	10	14%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 12



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 34% respondió que en ocasiones define sus metas o propósitos que desea desempeñar mientras que lamentablemente un 7% de los alumnos nunca se propone metas

Enunciado N° 13: Investiga, explora, curiosa, pregunta.

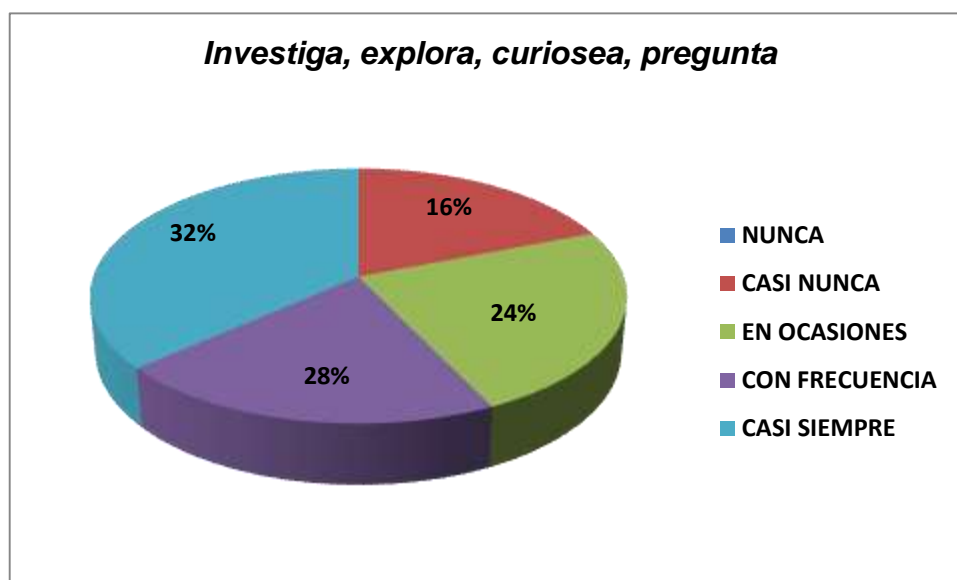
Cuadro N° 13

ITEMS	Q	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	11	16%
EN OCASIONES	18	24%
CON FRECUENCIA	20	28%
CASI SIEMPRE	24	32%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 13



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de administración el 32% de los alumnos casi siempre investiga, explora, curiosa y preguntas mientras que un 16% casi nunca lo hace.

Enunciado N° 14: Evalúa y corrige las acciones

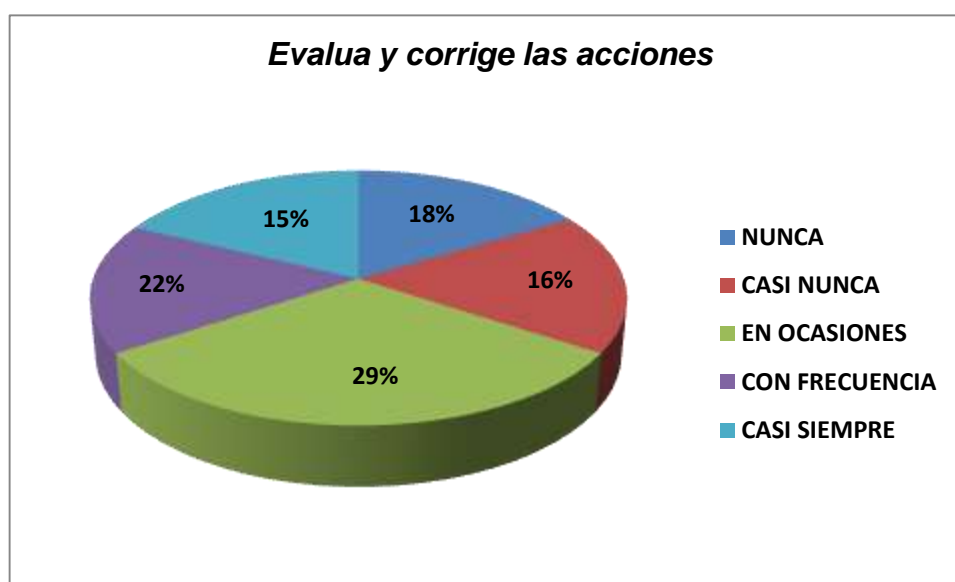
Cuadro N° 14

ITEMS	Q	%
NUNCA	13	18%
CASI NUNCA	12	16%
EN OCASIONES	21	29%
CON FRECUENCIA	16	22%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 14



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados un 29% nos respondió que evalúa y corrige las acciones que realiza mientras que un 18% nunca lo hace.

Enunciado N° 15: Trabaja cooperativamente en equipo.

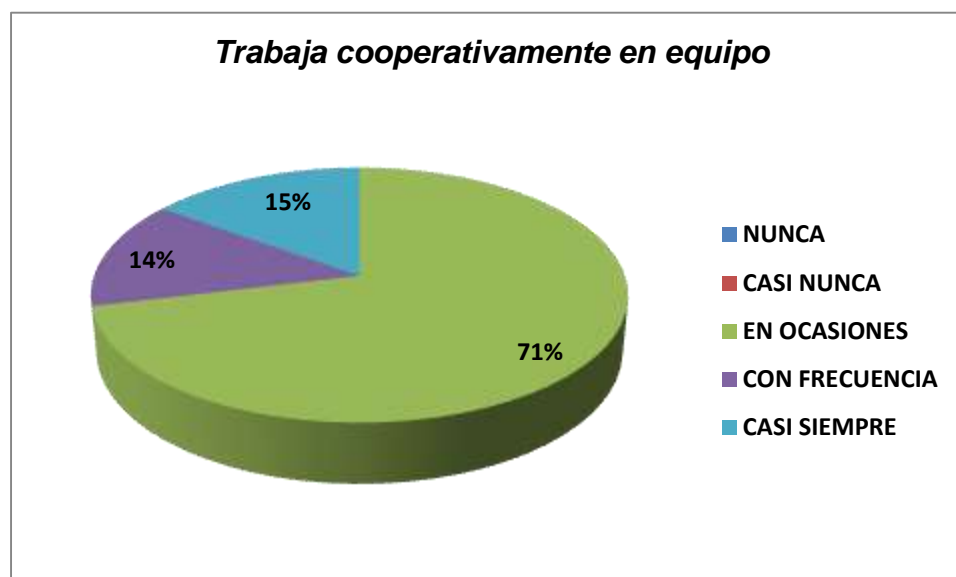
Cuadro N° 15

ITEMS	Q	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
EN OCASIONES	52	71%
CON FRECUENCIA	10	14%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 15



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de administración el 71% nos respondió que en ocasiones trabaja cooperativamente en equipo, mientras que un 15% trabaja en equipo casi siempre.

Enunciado N° 16: Administra racionalmente los recursos

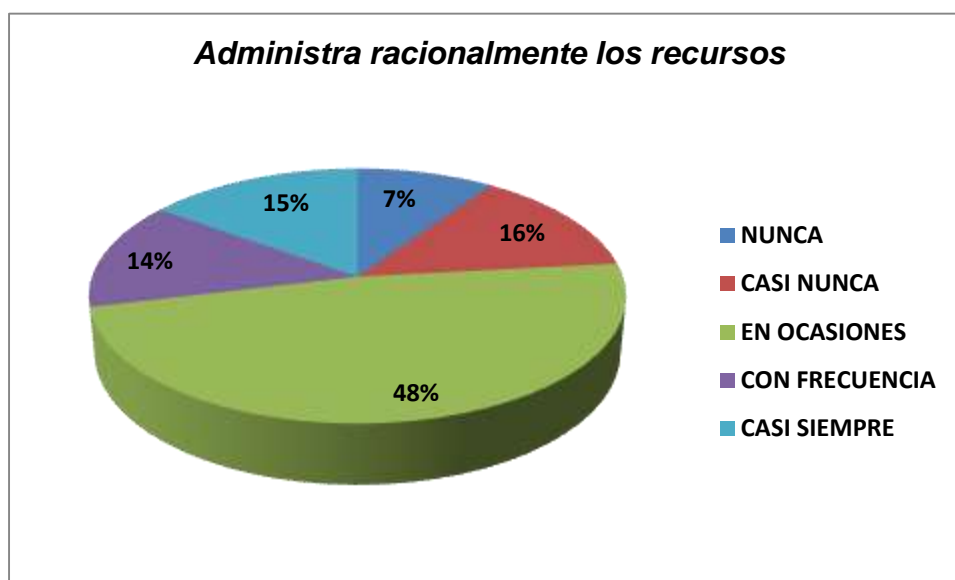
Cuadro N° 16

ITEMS	Q	%
NUNCA	5	7%
CASI NUNCA	12	16%
EN OCASIONES	35	48%
CON FRECUENCIA	10	14%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 16



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10

Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de administración el 48% en ocasiones administra racionalmente los recursos mientras que un 7% de los alumnos nos respondió que nunca lo hace.

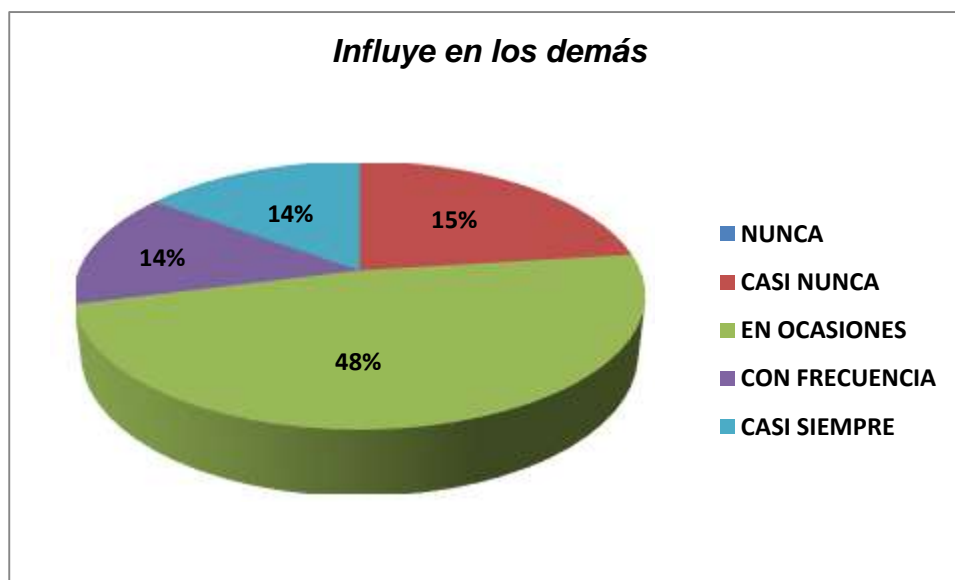
Enunciado N° 17: Influye en los demás

Cuadro N° 17

ITEMS	Q	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	17	23%
EN OCASIONES	35	48%
CON FRECUENCIA	10	14%
CASI SIEMPRE	11	15%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N° 17



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: Del total de los alumnos encuestados el 48% nos respondió que en ocasiones influye en los demás mientras que un 23% de los alumnos casi nunca influye en los demás.

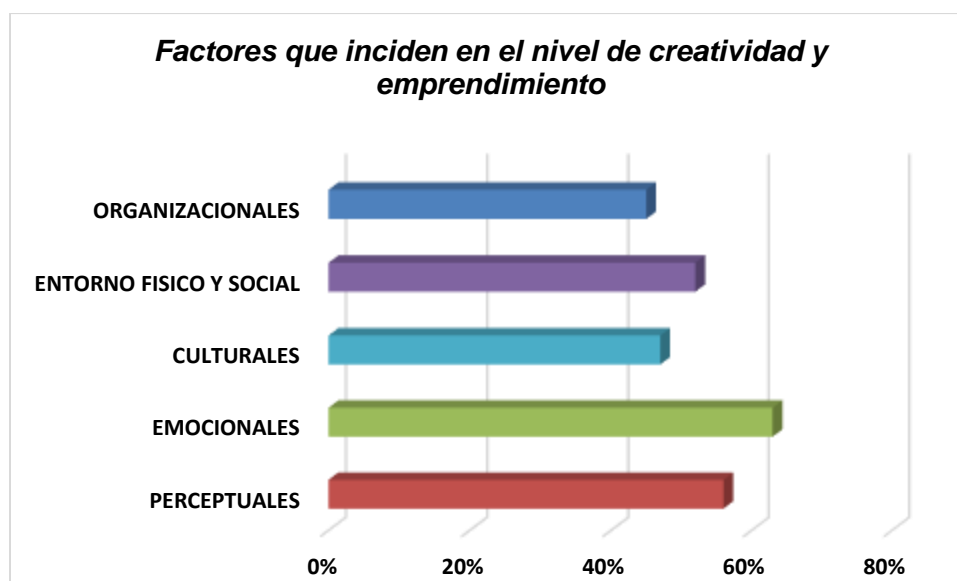
Enunciado N° 18: Factores que inciden en el nivel de creatividad y emprendimiento

Cuadro N° 18

ITEMS	Q	%
PERCEPTUALES	41	56%
EMOCIONALES	46	63%
CULTURALES	34	47%
ENTORNO FISICO Y SOCIAL	38	52%
ORGANIZACIONALES	33	45%
TOTAL	73	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Gráfico N°18



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de administración 2015-10
Elaboración: Equipo de investigación.

Interpretación: De acuerdo con la encuesta realizada el 63% de los alumnos considera que el factor que índice en el nivel de creatividad y emprendimiento es el factor emocional y solo un 45% el factor organizacional.

4.2 Discusión de resultados

Con el fin de profundizar el análisis de los resultados a continuación se plantean y discuten los resultados obtenidos:

Para cumplir con el objetivo de medir el nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos, aplicamos una encuesta con 20 enunciados.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los alumnos de administración del semestre 2015-10 podemos afirmar que el nivel de Creatividad y emprendimiento es medio, y según dichos resultados los alumnos en su mayoría tienen metas trazadas y les agrada trabajar en equipo lo cual es importante en toda organización y esto también incide de forma positiva al emprendimiento de los alumnos, según los resultados obtenidos podemos afirmar que el nivel de Creatividad y Emprendimiento ha aumentado en los alumnos de forma favorable, con respecto al estudio realizado por Marquez (2002) en el año que se indica donde el nivel de emprendedurismo manifestado era bastante bajo.

Para los alumnos de administración del semestre 2015-10 el factor que más incide en el nivel de Creatividad y Emprendimiento es el factor emocional, ya que para ellos es importante el cómo se sienten para que de esa manera pueda influir en las decisiones que pueda tomar.

Julca Meza, Ema (2011) en su Tesis Doctoral “Evaluación De Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento empresarial en Los Estudiantes De Turismo” de la Universidad San Martín de Porres – Lima , conceptualiza a la universidad desde una perspectiva de mercado, poniendo énfasis en la formación para cubrir las demandas de profesionales dentro de un mercado

consumista; así mismo , pone énfasis en la formación para el desarrollo del país, a tal punto que se puede asignar a la universidad la función de asesora del sistema en función a las políticas de desarrollo que de manera libre y soberana debería adoptar cada nación. Al respecto coincidimos en sentido en que se debe poner énfasis en la formación para el desarrollo del país; es en ese sentido que creemos se debe impulsar el desarrollo de habilidades emprendedoras en nuestros estudiantes, a efectos de que se dé inicio al desarrollo de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo. El emprendimiento empresarial en los diferentes sectores puede darse en múltiples áreas y de variadas formas.

Coincidimos también con lo planteado por Mollo, Gabriela (2008): En su tesis “El Espíritu Emprendedor en la formación de los nuevos profesionales” en la que señala que, los factores determinantes del fenómeno emprendedor son: Perceptuales, emocionales, culturales, el entorno físico y social y organizacionales.

Con respecto a lo planteado por Romero Alonso, Rosa Eliana (2006): En su Tesis “Talleres De Formación En Creatividad Para Profesores” consideramos que es importante en la medida de que los profesores vuelquen lo aprendido y le den mayor valoración a la creatividad y sus manifestaciones en sus alumnos, así como la generación de una actitud autocrítica respecto de sus prácticas y las posibilidades de expresión que entregan a los alumnos, en ese sentido también es importante que se capacite a los docentes en el desarrollo de talleres asociados a la creatividad y emprendimiento , hecho que se proyecta como un potencial del cambio pedagógico que puede tener alcances no dimensionados totalmente en esta experiencia.

También consideramos que es muy importante lo planteado por Márquez Yauri, Heyner (2002), en el sentido de que se requiere de un programa que promueva e impulse la actividad emprendedora en los jóvenes estudiantes de la escuela de Administración, que se complemente con las asignaturas relacionadas con el emprendedurismo. Con respecto a lo señalado de que se requiere asignaturas orientadas a desarrollar las habilidades emprendedoras cabe indicar que en actual plan de estudios de Escuela de Administración existen ya las asignaturas de Creatividad y emprendimiento, Cultura Emprendedora, Generación de Empresas, que van a contribuir al desarrollo de las habilidades emprendedoras de los estudiantes de la Escuela de Administración. Si bien es cierto en el estudio realizado en el año 2002 por Márquez el nivel de emprendedurismo manifestado en ese año es bastante bajo, sin embargo en el presente estudio encontramos un nivel medio lo cual podría atribuirse a las asignaturas antes indicadas.

Finalmente debemos señalar que el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo es medio con lo cual la hipótesis queda plenamente demostrada.

CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. El nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo es medio.
2. Los factores que inciden en el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo más importantes son: Emocionales, perceptuales y el entorno físico y social.
3. El plan de estudios de la carrera de Administración cuenta con asignaturas orientadas a promover la creatividad y emprendimiento de los alumnos, las asignaturas son las siguientes: Cultura Emprendedora, Creatividad y emprendimiento, Generación de Empresas y Gestión de PYMES sin embargo, es necesario hacer una revisión de los contenidos.
4. No existe en la institución un conjunto de actividades orientadas a promover el emprendedurismo sin embargo, en el plan estratégico institucional y en el plan estratégico de la Escuela de Administración el emprendedurismo se constituye como un valor.

5.2 Recomendaciones:

1. Complementar la formación de los estudiantes de la carrera de Administración con actividades extracurriculares orientadas a promover y desarrollar las habilidades emprendedoras y la creatividad de los estudiantes como son: las visitas empresariales, testimoniales de Emprendedores y Empresarios exitosos.
2. Retomar e Impulsar a nivel de la Universidad proyectos como la incubadora de empresas que canalicen actividades orientadas a promover el emprendedurismo y su aporte que orienta a la creación de nuevas empresas, y la formación de jóvenes empresarios.
3. Elevar el presente estudio para Dirección de Escuela a efectos de que se pueda tomar alguna decisión que retroalimente la ubicación, naturaleza y contenidos de las asignaturas relacionadas con el emprendedurismo.

Referencias Bibliográficas

- BASU A. y GOSWAMI A. (1999). South Asian entrepreneurship in Great Britain: factors influencing growth. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Reading, v. 5, n. 5, p. 251-275.
- BRUCE, JUDITH (1990). *Elementos fundamentales de la calidad de atención: Un marco conceptual simple*. The Population Council
- ESHUN, J.P. Jr. (2009). Business incubation as strategy. *Business Strategy Series*, Pennsylvania, v. 10, n. 3, p. 156-66.
- GONZÁLEZ, M. D., VELA, J. y OCHOA, R. (2001). Metodología para la Evaluación del Potencial Emprendedor Universitario. En IX SEMINARIO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA – ALTEC 2001, San José. Anales del IX Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica – ALTEC 2001. San José.
- GONZÁLEZ, M. D.; VELA, J. y OCHOA, R. (2003). Evaluación del Potencial Emprendedor Universitario para la Generación de Empresas de Base Tecnológica: Un Estudio de Caso. En X SEMINARIO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA – ALTEC 2003, Ciudad de México. Anales del X Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica – ALTEC 2003. Ciudad de México.
- HARMAN, U. y GONZÁLEZ, M. D. (2011). Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de tecnologías intermedias: caso del proyecto RAMP PERÚ. Anales del XIV Congreso Latino Iberoamericano de Gestión Tecnológica “Innovación para el crecimiento sostenible en el marco del Bicentenario” - ALTEC 2011. Lima.
- HARMAN, U. (2008). Línea de Base de los Innovadores del Primer Programa de Fortalecimiento y Acompañamiento a Creadores de Tecnología para el Desarrollo y de los Actores del Sistema Regional de Innovación Tecnológica. Documento Conceptual del Proyecto RAMP PERÚ. Lima.

- HERNANDEZ, R.; FERNANDEZ C. y PILAR B. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill. Quinta edición.

- ISMODES, E. (2006). Países sin futuro. ¿Qué puede hacer la universidad? Fondo Editorial de la PUCP. Disponible en:
<http://blog.pucp.edu.pe/skins/paisesnecios/Libropaisessinfuturo.pdf> (20/02/2012).

- JONES-EVANS, D. (1995). A typology of technology-based entrepreneurs. A model based on previous occupational background. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. Dublín, v.1, n. 1, p. 26-47.

- KANTIS, H.; ANGELELLI, P. y GATTO, F. (2000). Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia? Proyecto "Estudio comparativo sobre Entrepreneurship: América Latina y Asia". Banco Interamericano de Desarrollo e Instituto de Industria de la Universidad Nacional de General Sarmiento.

- KELLEY, D.; BOSMA, N. y AMORÓS, J.E. (2010). Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report. Babson College, Babson Park, MA, United States, 2011. Disponible en:
<http://www.gemconsortium.org/download/1314841070876/GEM%20GLOBAL%20REPORT%202010rev.pdf>. (14/07/2011).

- LAZEAR, E.P. (2003). Entrepreneurship. Discussion Paper No. 760. Stanford University and IZA Bonn. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=333802>. (01/12/2010).

- LEE, J. (1997). The motivation of women entrepreneurs in Singapore. Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Singapur, v. 3, n. 2, p. 93-110.

- LEIVA, J.C. (2003). Creación de Empresas de Base Tecnológica a Partir de un Concurso Nacional de Emprendedores. En X SEMINARIO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA – ALTEC 2003, Ciudad de México. Anales del X Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica – ALTEC 2003. Ciudad de México.
- LINDGREN, M. (2009). Social constructionism and entrepreneurship. Basic assumptions and consequences for theory and research. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Estocolmo, v. 15, n. 1, p. 25-47.
- MACÊDO, F. (2009). O Tipo Ideal na Compreensão do Fenômeno Empreendedor: um Estudo em uma Incubadora de Base Tecnológica. Em XIII SEMINARIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA – ALTEC 2009, Cartagena. Anales del XIII Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica – ALTEC 2009. Cartagena.
- MARCH, I. (1999). Las Claves del Éxito en Nuevas Compañías Innovadoras Según los Propios Emprendedores. Revista Dirección y Organización. Valencia, n. 21, p. 167-176.
- MAZZAROL, T.; VOLERY T.; DOSS, N. y THEIN, V. (1999). Factors influencing small business start-ups. A comparison with previous research. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Perth, v. 5 n. 2, p. 48-63.
- MORALES, S. T. (2008). El Emprendedor Académico y La Decisión de Crear SpinOff: Un Análisis del Caso Español. Tesis Doctoral presentada al Departamento de Dirección de Empresas,

Web Grafía.

- www.monografias.com

- www.gestiopolis.com

- www.regionlibertdad.gob.pe

- www.minsa.gob.pe

ANEXOS

Anexo 01

Encuesta

Estimado alumno, el siguiente cuestionario es parte de una investigación orientada a la generación de negocios. Te agradecemos por la valiosa colaboración que prestas a este estudio, y esperamos llenes el documento con objetividad.

INFORMACION GENERAL

A. Edad: _____ (años Cumplidos)

B. Sexo: (1) Masculino (2) Femenino

C. La Institución Educativa donde terminó la educación secundaria fue:

(1) Estatal (2) Privada (3) Parroquial

I. *En las siguientes afirmaciones debes marcar una, y solo una, de las siguientes opciones.*

0	1	2	3	4	5
<i>Nunca</i>	<i>Casi Nunca</i>	<i>En ocasiones</i>	<i>Con frecuencia</i>	<i>Casi Siempre</i>	<i>Siempre</i>

1. Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos []
2. Actúa por iniciativa propia usando sus recursos []
3. Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones []
4. Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos []
5. Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones []
6. Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas []
7. Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias []
8. Busca perfeccionarse y superarse como persona []
9. Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades []
10. Cumple con los compromisos adquiridos []
11. Aplica controles de calidad (hace bien las cosas) []
12. Define metas o propósitos concretos en su desempeño []
13. Investiga, explora, curioso, pregunta []
14. Evalúa y corrige las acciones []

15. Trabaja cooperativamente en equipo []
16. Administra racionalmente los recursos []
17. Ud influye en los demás []

II. Con respecto a los factores que inciden en el nivel de creatividad y emprendimiento, marque los que usted considere necesarios.

Perceptuales []

Emocionales []

Culturales []

El entorno físico y social []

Organizacionales []

¡MUCHAS GRACIAS!