



VICERRECTORADO ACADÉMICO

ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL
PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA
FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS
ALUMNOS**

PRESENTADO POR:

Br. ABEL VIGNATTI VALENCIA

PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GESTIÓN EDUCATIVA

CUSCO - PERÚ

2019



VICERRECTORADO ACADÉMICO

ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL
PLAN DE ESTUDIOS, Y SU REPERCUSIÓN EN LA
FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS
ALUMNOS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

CURRÍCULO Y EVALUACIÓN

ASESOR:

Dr. BAPTISTA VELÁSQUEZ, ADOLFO RAFAEL



VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA DE POSGRADO

HOJA DE INFORMACION BASICA DE TESIS

GENERALIDADES:

- Título:
“ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS”
- Autor:
Bachiller: ABEL VIGNATTI VALENCIA
- Asesor: Dr. ADOLFO RAFAEL BAPTISTA VELASQUEZ
- Tipo de investigación:
Básica o fundamental.
Descriptivo-Correlacional, No experimental-transversal
- Enfoque de la investigación:
Cuantitativo.
- Línea de investigación:
Currículo y Evaluación.
- Localidad
Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial Cusco, Cusco-Perú.
- Duración de la investigación
Ocho (08) meses, durante el Ciclo académico 2016-II.

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Con cariño y afecto a:

A Dios

Nuestro Señor de la Divina Misericordia por acompañarme y haberme permitido haber llegado hasta este lugar de mi preparación académica.

Gracias Dios Nuestro.

A mi Madre Nelly

Por su apoyo moral, su cariño y motivación constante en seguir adelante. Gracias.

A mi Padre Humberto (+)

Que desde el cielo me guía y alienta.

A mis seis hermanos

Con cariño y entusiasmo.

AGRADECIMIENTO

Al Dr. Adolfo Rafael Baptista Velásquez docente de la Escuela de Posgrado y asesor de mi tesis por su apoyo y su sabiduría.

Al Dr. Mario Ybarra Mora, docente de la Escuela de Post grado por su cálida acogida.

A mis Amistades y Compañeros:

A Micolás Curasi Condori por su acogida.

A mis compañeros de esta maestría: Como: Luisa, María, y todo el equipo.

RECONOCIMIENTO

A la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, filial CUSCO y su Escuela de Posgrado – Cusco por la oportunidad de mi desarrollo académico y profesional respecto a mis capacidades y competencias analíticas, prácticas y creativas en el camino hacia la obtención del Grado Académico de Maestro en: Docencia Universitaria y Gestión de la Educación.

ÍNDICE

HOJA DE INFORMACION BASICA DE PLAN DE TESIS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RECONOCIMIENTO	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I.....	20
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	20
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.2.1 Delimitación espacial	23
1.2.2 Delimitación social.....	24
1.2.3 Delimitación temporal	24
1.2.4 Delimitación conceptual.....	24
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	24
1.3.1 Problema principal.....	24
1.3.2 Problemas secundarios	24
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.4.1 Objetivo general	25
1.4.2 Objetivos específicos.....	25
1.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.5.1 Justificación teórica	25
1.5.2 Justificación práctica	26
1.5.3 Justificación social.....	27
1.5.4 Justificación metodológica	27
1.5.5 Importancia.....	27
1.5.6 Limitaciones del estudio.....	28
CAPÍTULO II.....	29
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	29

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	29
2.1.1 Antecedentes internacionales	29
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	31
2.2 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	34
2.2.1 La creatividad	34
2.2.1.1 La creatividad empresarial.....	36
2.2.1.1.1 La creatividad empresarial y la administración.	38
2.2.1.1.2 La creatividad empresarial y la administración científica.....	40
2.2.1.1.3 La creatividad empresarial y las teorías de la administración más importantes.....	42
2.2.1.2. Teorías de la creatividad.	44
2.2.1.3. Dimensiones del proceso creativo.	52
2.2.1.4. El ambiente creativo.	56
2.2.1.5. El producto creativo.....	56
2.2.1.6. Evaluación del producto creativo.	57
2.2.1.7. Tipos de creatividad.....	58
2.2.1.8. Niveles de creatividad.....	60
2.2.1.9. Evaluación de la creatividad.	61
2.2.1.10. Creatividad e inteligencia.	62
2.2.1.11 Estilos de creatividad.	63
2.2.1.12. El pensamiento creativo.....	64
2.2.1.13 El pensamiento creativo en la formación de competencias creativas en la universidad.....	69
2.2.2 La formación académica.....	77
2.2.2.1 Objetivos en la formación profesional.....	79
2.2.2.2 Factores de la formación académica.	79
2.2.2.3 La escuela profesional de administración de negocios internacionales-UAP.	84
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	85
CAPÍTULO III.....	90
HIPÓTESIS Y VARIABLES	90
3.1 HIPÓTESIS GENERAL	90
3.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS	90
3.3 DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	91
3.3.1 Definición conceptual.....	91
3.3.2 Definición operacional	91
3.4 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	92

CAPÍTULO IV	94
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	94
4.1 ENFOQUE, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	94
4.1.1 Enfoque de investigación	94
4.1.2 Tipo de investigación	94
4.1.3 Nivel de investigación	95
4.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	95
4.2.1 Método de investigación.....	95
4.2.2 Diseño de investigación.....	96
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	97
4.3.1 Población	97
4.3.2 Muestra	97
4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	99
4.4.1 Técnicas	99
4.4.2 Instrumentos	99
4.4.3 Validación y confiabilidad	99
4.4.4 Plan de análisis de datos.	101
4.4.5 Ética de la investigación.....	101
CAPÍTULO V.....	102
RESULTADOS	102
5.1 ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURAS.....	103
5.1.1 Aspectos generales del estudiante	103
5.1.2 Asignaturas de creatividad empresarial (V.X).	106
5.1.3 Formación académica profesional (V.Y)	119
5.1.4 Contrastación de hipótesis.....	129
CAPÍTULO VI	135
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	135
CONCLUSIONES	139
RECOMENDACIONES.....	141
FUENTES DE INFORMACIÓN	143
ANEXOS	147
Anexo N° 01: Matriz de consistencia	148
Anexo N° 02 Cuestionario.	149
Anexo N° 03 Plan de estudios de la escuela profesional de administración y negocios internacionales de la UAP.....	151
Anexo N° 04: Ficha de validación del instrumento aplicado en la investigación	153

Anexo N° 05. Consentimiento informado	155
Anexo N° 06: Matriz de elaboración de instrumentos.....	157
Anexo N° 07: Constancia de autorización de la escuela de administración negocios internacionales de la UAP.....	159
Anexo N° 08. Declaratoria de autenticidad del informe de tesis.....	160
Anexo N° 09. Pruebas estadísticas descriptivas	161

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones de Creatividad	35
Tabla 2. Teorías de la creatividad	46
Tabla 3. Modelo componencial de Amabile	51
Tabla 4. Tipos de creatividad.....	59
Tabla 5. Motivos y necesidades pedagógicas	67
Tabla 6. De la formación académica	78
Tabla 7. Los objetivos de la formación profesional.....	79
Tabla 8. Población y muestra de estudio	98
Tabla 9. Coeficiente de confiabilidad del instrumento	100
Tabla 10. Distribución por edades y género de estudiantes.....	103
Tabla 11. Distribución por género del estudiante	105
Tabla 12. Definición de creatividad empresarial	106
Tabla 13. Metodologías de los docentes-capacidad cognitiva y valorativa.....	107
Tabla 14. Desarrollo de su capacidad creadora empresarial.....	109
Tabla 15. Conocimientos sobre creatividad empresarial	110
Tabla 16. Estructuración de asignaturas en el plan de estudios.....	112
Tabla 17. Influencia de la inasistencia de asignaturas de creatividad empresarial.....	114
Tabla 18. Contenidos de las asignaturas	115
Tabla 19. Planes de estudios flexibles	117
Tabla 20. Desarrollo de algún proyecto empresarial	119
Tabla 21. Proyecto empresarial por iniciativa personal.....	120
Tabla 22. Identificación de problemas.....	121
Tabla 23. Pensamiento creativo	123
Tabla 24. Colaboradores creativos y proactivos	124
Tabla 25. Honestidad y veracidad.....	125
Tabla 26. Puntualidad	126
Tabla 27. Laboriosidad del estudiante	128
Tabla 28. Relación asignaturas de creatividad empresarial con la formación académica profesional	130
Tabla 29. Análisis e interpretación	130

Tabla 30.Relación creatividad empresarial con la formación académica profesional..	131
Tabla 31.Análisis e interpretación	132
Tabla 32.Relación plan de estudios con la formación académica profesional	133
Tabla 33.Análisis e interpretación	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: La suma de la creatividad empresarial	36
Figura 2: Expresión de la empresa.....	37
Figura 3: La administración y su conglomerado.	39
Figura 4: Los complementos de la creatividad empresarial	40
Figura 5: Interrelación de la administración científica	41
Figura 6: Expresión de la teoría “Y”	43
Figura 7: Teorías integradoras.	47
Figura 8: Teoría de la inversión en creatividad	49
Figura 9: Ambiente en el proceso creativo	50
Figura 10: Proceso creativo planteado por Walla.....	53
Figura 11: El proceso creativo en sus cuatro dimensiones	55
Figura 12: La suma de la creatividad.....	68
Figura 13: El factor personal de la formación profesional	82
Figura 14: Del factor motivacional	84
Figura 15: Distribución por edades y género de los estudiantes.....	103
Figura 16: Distribución porcentual por edades de los estudiantes.....	104
Figura 17: Distribución total por género del estudiante	105
Figura 18: Distribución porcentual de estudiantes por género	105
Figura 19: Definición de creatividad empresarial.....	106
Figura 20: Metodologías de los docentes-capacidad cognitiva y valorativa	108
Figura 21: Desarrollo de su capacidad creadora empresarial	109
Figura 22. Conocimientos sobre creatividad empresarial.....	111
Figura 23: Estructuración de asignaturas en el plan de estudios	113
Figura 24: Influencia de la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial	114
Figura 25: Contenidos de las asignaturas	116
Figura 26: Planes de estudios flexibles.....	117
Figura 27: Desarrollo de algún proyecto empresarial.....	119
Figura 28: Proyecto empresarial por iniciativa personal	121
Figura 29: Identificación de problemas	122
Figura 30: Pensamiento creativo.....	123

Figura 31: Colaboradores creativos y proactivos	124
Figura 32: Honestidad y veracidad	126
Figura 33: Puntualidad.....	127
Figura 34: Laboriosidad del estudiante.....	128

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial-Cusco.

El tipo de investigación es básica o fundamental, de nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental, llegando a observar y medir las variables por medio de las dimensiones consideradas y sus relaciones significativas, entorno que se reflejan en las hipótesis acentuadas en sus respectivas pruebas de contrastación. Estableciendo una población pequeña, donde la muestra fue no probabilística e intencionada, contando con setenta y siete (77) discentes de ambos géneros (mujeres y varones). Advirtiendo y concluyendo de la existencia de una relación significativa moderada entre las asignaturas de creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas (UAP), filial Cusco; situación manifestada en la prueba estadística descriptiva correlacional Rho de Spearman, donde el coeficiente de correlación de $\alpha = 0.414^{**}$ que oscila entre (0 y 1), encontrándose entre $(0.40 < 0.414 < 0.59)$, y que el p -valor calculado es 0.000 ($0.000 < 0.05$), que determina la existencia de una correlación significativa, donde las asignaturas de creatividad empresarial llegan a incidir en la formación académica profesional de los estudiantes, en cuanto al desarrollo de sus habilidades cognitivas, valorativas y conocimientos adquiridos sobre su capacidad creadora para su desarrollo profesional futuro.

Palabras clave: Asignaturas de creatividad empresarial, formación académica profesional.

ABSTRACT

The present work of investigation had as aim determine the relation that exists between the subjects of managerial creativity of the study plan and the professional career education of the pupils of the Vocational school of Administration and International Business of the UAP, subsidiary-Cusco.

The type of investigation is basic or fundamental, of descriptive level correlational, not experimental design, managing to observe and measure the variables by means of the considered dimensions and his significant relations, environment that they reflect in the hypotheses accentuated in his respective tests of contrastación. Establishing a small population, where the sample was not probabilistic and meaningful, possessing seventy seven (77 discentes of both kinds (women and males). Warning and concluding of the existence of a significant relation moderated between the subjects of managerial creativity and the professional career education of the pupils of the Vocational school of Administration and International Business of the University Peruvian Wings (UAP), subsidiary Cusco; Situation demonstrated in the statistical descriptive test correlational Rho de Spearman, where the coefficient of correlation of to = 0.414 ** that ranges between (0 and 1), being between (0.40 <0.414 <0.59), and that the calculated p-value is 0.000 (0.000 <0.05), that determines the existence of a significant correlation, where the subjects of managerial creativity manage to affect in the professional career education of the students, as for the development of his cognitive skills, valorativas and knowledge acquired on his creative capacity for his professional future development.

Key words:Subjects of managerial creativity, professional career education.

INTRODUCCIÓN

En los albores del siglo XXI, con el avance de la tecnología especialmente de la información, estamos viviendo en una etapa de cambio en todo sentido; como es los modos de hábito de vida, modo de trabajar, y modo de comunicarnos etc. teniendo como base el espíritu de la mejora de la calidad de vida de la gente. Este avance incontenible de la tecnología, producto del ingenio y de la creatividad e innovación de los hombres y mujeres que presentan aun cada vez productos y servicios de la más alta calidad, e ingresar al mercado con estos productos competitivos.

Por tanto, y en cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Títulos del Vicerrectorado de Investigación y Posgrado de la Universidad Alas Peruanas; dejo en consideración la Tesis titulada “Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios y su repercusión en la formación académica profesional de los alumnos”, requisito fundamental para optar al Grado Académico de Magister en Docencia Universitaria y Gestión Educativa.

La presente investigación permite destacar de la gran necesidad e importancia en la formación profesional de los alumnos y que tengan a bien en desarrollar sus esquemas mentales y pensamientos creativos, aplicados al sistema empresarial, y estén a la par con los estudiantes de educación superior de otros países. Por cuanto se desarrolle en nuestro estudiantado de la escuela de administración de nuestra universidad, cual faro que ilumina a otros centros superiores, la creatividad empresarial, comprendiendo nuevos y creativos sistemas de administración; de productos y servicios novedosos, esto a partir de las ideas y técnicas para su desarrollo respectivo, recogiendo información necesaria de la experiencia académica y del diario vivir, con un espíritu y pensamiento creativo, las mismas estén contemplados en las asignaturas de creatividad del plan de estudios, por lo que las escuelas de administración y afines y en especial de la Universidad Alas Peruanas, están llamadas a ser las abanderadas para el desarrollo pleno de la creatividad empresarial en el estudiantado, y que en un futuro cercano éstas puedan hacerlo efectivo en sus respectivas empresas y organizaciones en base a ideas

innovadoras, de tal modo que le garantice la sobrevivencia en esta sociedad que es cada vez más competitiva.

Por lo manifestado, fue necesario e indispensable desarrollar la actual investigación y brindar nuevos conocimientos a toda la comunidad científica sobre la información obtenida de las variables estudiadas, especialmente para los académicos interesados en la constante innovación de la educación superior y de profundizar el conocimiento acerca de la realidad del estudio realizado.

Es así, que el contenido de la investigación está sistematizado en seis capítulos, que a continuación se detallan:

Capítulo I: El planteamiento del problema de investigación; Contempla el enunciado del problema evidenciando que las organizaciones de actuales especialmente las empresariales requieren incorporar en su staff de personal, trabajadores y funcionarios que cumplan ciertos requisitos, que estén preparados para hacer frente a los imprevistos, en medio del fomento permanente de la creatividad empresarial en la vida laboral, dentro del contexto de un país que necesita la fuerza de su gente para su desarrollo pleno, desprendiéndose los problemas de la investigación, los objetivos alcanzados, la justificación del estudio a partir de los diferentes escenarios tanto teórica, práctica, social y metodológica, además de la importancia y las limitaciones presentes en el desarrollo de la investigación.

Capítulo II: El marco teórico conceptual; Considera los antecedentes del estudio, las bases teóricas y científicas establecidas a partir de fuentes bibliográficas que permitieron brindar sustento consistente de las variables objeto de estudio.

Capítulo III: Las hipótesis y variables; Estableciendo las hipótesis de investigación general y específicas, las mismas fueron contrastadas de manera puntual y demostrativa, además se considera el cuadro de la definición conceptual y operacional de las variables consideradas para el estudio.

Capítulo IV: De otra parte se considera la metodología de investigación; la misma presenta el enfoque, así como el tipo, nivel y diseño de la investigación, los métodos aplicados, además de la población, la muestra, el muestreo, las técnicas de recolección

de datos, utilizando para ello los instrumentos de medición, como el cuestionario y la observación documental.

Capítulo V: Los resultados de la investigación; donde el procesamiento se desarrolló aplicando técnicas estadísticas inferenciales y descriptivas, cuyos resultados llevaron al análisis y la interpretación de datos aplicando para ello los estadísticos descriptivos, y la estadística inferencial para contrastar las hipótesis establecidas, tanto las de investigación como las estadísticas por medio del software SPSS 24 y Microsoft Excel.

Capítulo VI: Las discusiones de los resultados; las que se encuentran establecidas en relación a la realidad presentada y refrendadas por los antecedentes de investigaciones respectiva, para luego arribar a las conclusiones y recomendaciones sobre “Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios y su repercusión en la formación académica profesional de los alumnos”. Al final contiene la presentación de referencias bibliográficas y los anexos respectivos que respaldan el desarrollo de la investigación desarrollada y culminada.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La creatividad como paradigma que presenta el siglo actual en el contexto competitivo del mercado, ha ido tomando cuerpo para dar un valor diferencial a la creación y elaboración de productos y servicios producidos por la empresa. Sin embargo, tenemos en mente que la creatividad propiamente dicha ha sido históricamente asociada al ámbito de las artes y a la cultura; pero esta aplicación no se ha considerado a otros oficios y profesiones; ahora bien la creatividad empresarial se ha convertido en la llave clave para el desarrollo y crecimiento competitivo empresarial, con participación, libre expresión, de innovación, de efectividad y de un proceso de generación de propuestas e ideas, los mismos que aporten un valor agregado a la empresa.

Actualmente, la creatividad aplicado a la empresa está tomando cuerpo y es objeto de interés de los hombres de negocios; así como, por gente vinculada al mundo empresarial, a los centros de enseñanza superior y el gobierno en sus diferentes niveles. De esta forma sabemos que la creatividad no solamente es la generación de ideas para construir algo de acuerdo a nuestro ingenio, sino también su proceso de desarrollo en el tiempo; por tanto la creatividad como base de la innovación lleva al estudiante de administración al mejoramiento continuo para la competitividad. El estudiante y profesional altamente creativo contribuyen en forma directa en las

mejoras de la empresa, e incrementan el nivel de los procesos de producción y de servicios, y por otro lado a la creación y crecimiento de nuevos productos.

Para tal fin, la formación académica óptimo juega un rol importante en la formación del alumno, el cual tiene que ver con el sustento de entender y poner en práctica a cabalidad la motivación de seguir adelante en pos de una superación constante, haciendo uso de la voluntad y la inteligencia.

Por lo que, el ser creativo implica: trabajar con voluntad en forma individual o en equipo, coordinando con los demás agentes que se dan cita para crear un nuevo producto o servicio.

Dado que si no hay motivaciones para crear un nuevo producto o servicio desde las aulas universitarias, en este caso no se estaría dando las posibilidades de articular los demás conocimientos adquiridos referentes a la administración de una empresa y aplicarlos a la empresa.

Puesto que para que exista realmente una inversión en una empresa y prospere la creatividad empresarial es necesario que se integre de manera global a la persona, como agente propiciador e inventiva de un nuevo producto o servicio para el mercado, así mismo que ellos sean los protagonistas de crear nuevos sistemas de administración, crear nuevos procesos y estrategias administrativos a disposición de la empresa creada para llevar al mercado.

Por tanto, la persona en su libertad pueda desarrollar su creatividad dentro de la empresa con mayor efectividad y con una mayor asignación de responsabilidad, el cual ésta favorece a la aparición de ideas innovadoras y su permanente aplicación, dada la flexibilidad de las actividades como el de métodos de trabajo creativos para cada departamento de la empresa, como el de administración, ventas, producción, recursos humanos, marketing y la alta dirección, y estas conduzcan al cambio en la organización con una gestión clave como el de desarrollo de productos y servicios nuevos y con esta pueda hacer la diferencia sustancial a la competencia en el contexto de un mundo globalizado.

El profesional creativo empresarial que ha tenido una óptima formación académica estará en todas las condiciones para desenvolverse dentro de una empresa sea como gerente o afín, aportando lo necesario con sus ideas creativas e innovadoras para mejorar el sistema empresarial, que abarca sus sistemas de administración, producción, etc.

En su necesidad de logro indicaba que para alcanzar altas metas y tener el impulso de sobresalir; las personas motivadas y con alta necesidad de logro, tienden a encontrar una buena motivación en situaciones competitivas y desafiantes, y las que tienen poca necesidad de lograr algo suelen desempeñarse mal, siendo esta en el mismo tipo de situación (Stoner, Freeman, Edward y Daniel, 1996, p. 484).

Teniendo la creatividad e iniciativa, se estará en la capacidad de anticiparse a lo que necesita la empresa o el cliente y potenciar el negocio al que se dedica. En este entender se necesita de iniciativa para tomar decisiones, resolver casos que se presentan, nuevos planteamientos, adaptabilidad a los cambios en donde la empresa tenga una situación de cambios en lo político, económico y empresarial, y al mismo tiempo se adapte al entorno en que opera.

La formación académica es un factor importante dentro del quehacer de la vida cotidiana del hombre que vive en sociedad y, por consiguiente, ésta se acredita dentro de una institución formativa de conocimientos académicos, de valores; avalados por la misma sociedad y que a su vez se convierte en una herramienta importante para desempeñarse como tal dentro del ámbito profesional.

Respecto a la formación académica superior peruana a nivel general tanto pública y privada, esta se encuentra en un nivel de transición hacia la implementación de la nueva ley universitaria N° 30220, ya que trae cambios significativos desde el punto de vista académico y administrativo. Por cuanto muchas de nuestras universidades no están gozando de credibilidad, y está en tela de juicio su calidad académica, tanto en su nivel de pre grado y post grado debido a muchos factores. Surge también el tema de la implementación adecuada del plan de estudios para cada carrera o escuela profesional, de acuerdo a la modernidad y la tecnología en que vivimos, así como la

implementación de los nuevos conocimientos que se generan conforme pasa el tiempo. (El Peruano, 2014, p.527215)

De esta manera, se visualiza que estos planes de estudio muchas veces no reflejan lo propio de cada escuela profesional, seguramente por falta de un proceso adecuado de implementación del plan de estudios con miras a una formación integral y holística del estudiantado de esta escuela profesional.

La formación académica en la escuela de administración que en este caso muchos profesionales en esta rama no están respondiendo a temas propios como el de ser un profesional con iniciativa, liderazgo y creatividad; a esto añadimos los valores de responsabilidad y puntualidad y el de no tomar muy en serio su preparación e investigación académica. Dado que, los administradores son los abanderados en cuanto a iniciativa y liderazgo, y que tendrán a su mano el deber como profesional de la administración de llevar adelante a toda una organización a todo un grupo humano con sus propios objetivos y planes.

Las aulas universitarias están llamadas a ser el centro de investigación y preparación adecuada para tal fin, con la implementación adecuada de cursos que desarrollen en el estudiantado la iniciativa, la creatividad, el liderazgo y la dirección propia de una organización, centrado en su cultura e intercambio entre universidad y sector laboral y/o empresarial, que garanticen una óptima formación.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Delimitación espacial

El presente trabajo de investigación se desarrolla en el ámbito de la Universidad Alas Peruanas en la filial del Cusco, en su Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, cito en el distrito de San Sebastián, urbanización San José de la ciudad del cusco.

1.2.2 Delimitación social

La presente investigación es un estudio referido a los alumnos de los ciclos IX y X de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

1.2.3 Delimitación temporal

La presente investigación se realizó desde el mes de mayo a diciembre del 2016, sobre todo en el periodo comprendido del Semestre Académico 2016-II.

1.2.4 Delimitación conceptual

Esta investigación abarcó conceptos de: Creatividad empresarial, idea de negocio, creatividad e inteligencia, pensamiento creativo en la formación de competencias creativas en la universidad, pensamiento creativo en estudiantes de educación superior, la formación académica, el rendimiento académico, etc.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Problema principal

PP. ¿De qué manera se relaciona las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco?

1.3.2 Problemas secundarios

PS1. ¿Cuál es la relación que existe entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco?

PS2. ¿Cuál es la relación que existe entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de

Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

OG. Determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

1.4.2 Objetivos específicos

OE1. Determinar la relación que existe entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

OE2. Determinar la relación existente entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

1.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Justificación teórica

El trabajo se justifica por motivos que esta Escuela de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas de acuerdo al plan de estudios estudiado no existen asignaturas de creatividad empresarial. En este sentido la sociedad peruana requiere ahora principalmente de profesionales con actitud creativa administrativa y empresarialmente. Por cuanto se consideraron las bases teóricas y científicas de las variables estudiadas para conocer la realidad del estudiante en su formación profesional y llegar a orientar para fortalecer su

formación académica en referencia a sus actitudes creativas administrativas y empresariales que hoy en día el mercado ocupacional y las organizaciones innovadoras requieren.

Por cuanto, es de suma importancia la asignatura de creatividad empresarial, ya que sus aportes serán importantes para el buen desenvolvimiento profesional del futuro administrador, y ser profesionales con proyectos e ideas creativas y su inclusión de manera sostenida para la administración de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, con sus propios sistemas de administración y estrategias dedicadas al rubro de las exportaciones, que sabemos que con la aplicación adecuada de la administración científica y el aporte creativo estas van ir creciendo con el tiempo hasta convertirse en medianas y grandes empresas, y cuyos beneficiados serán los estudiantes de administración como futuros profesionales emprendedores, con sus ideas creativas para el desarrollo de las empresas, que por medio de sus clientes gozarán de productos y servicios innovados, de acuerdo al sector empresarial, que seguramente serán en las compañías del rubro de las exportaciones e importaciones.

Por tanto, la escuela profesional de la Universidad Alas Peruanas (UAP) está llamado a dar una formación integral, con autonomía, libertad y confianza desarrollándose en un ambiente adecuado y buen clima organizacional permitiendo estudiar y desarrollar nuevas ideas, vivir el liderazgo y la motivación, que busque alternativas y se desarrollen como personas y estudiantes motivados a dar algo nuevo y beneficioso para la sociedad.

1.5.2 Justificación práctica

El presente trabajo de investigación tendrá su aporte en el mundo de la administración, dado que se comprobó de la ausencia de estas asignaturas en formación académica repercutiendo el nivel académico de los futuros administradores, Por tanto la inclusión de la asignatura creatividad empresarial, de acuerdo a los resultados de la investigación, se tendrá una formación académica completa.

En este sentido, la presente investigación aporta resultados para tener muy en cuenta sobre la importancia de esta asignatura en el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, puesto que la presencia de estas asignaturas se relaciona de manera significativa en la formación académica de los futuros profesionales en administración.

1.5.3 Justificación social

Socialmente es importante la inclusión de asignatura de creatividad empresarial en el Plan de Estudios de la Escuela Profesional que en la actualidad no la tiene, y su aporte para la sociedad será significativo, principalmente con la puesta en el mercado de productos novedosos de acuerdo a su pensamiento creativo desarrollado. Sin embargo, esta escuela tiene su plan de estudios con un perfil profesional cuya proyección va para que los futuros profesionales en el ramo puedan ejercer como administradores o de mando medio en empresas e instituciones que se dedican en su mayoría al corredizo internacional.

1.5.4 Justificación metodológica

Metodológicamente se aplica un enfoque cuantitativo donde se apremian datos numéricos de manera objetiva. Es de tipo básico porque permite construir innovadores conocimientos, dado que un estudiante que no tiene el pensamiento creativo no tendrá la motivación suficiente para aplicar en el mundo empresarial sus habilidades creativas, también tiene un nivel de investigación descriptivo correlacional, porque describe el escenario incierto de las variables estudiadas.

Para su estudio con respecto a la población se tomó en cuenta a los estudiantes del noveno y décimo ciclo, obteniendo de ellos la información necesaria.

1.5.5 Importancia

El presente trabajo de investigación es importante porque permite conocer la realidad latente del Plan de Estudios de la Escuela Profesional objeto de estudio, donde las asignaturas de creatividad empresarial repercute en la formación académica de los estudiantes de los últimos ciclos; por tanto; el resultado contribuirá a la formación integral del estudiante para ser profesionales

con ideas creativas, innovadoras y nuevas con ingenio personal e interacción entre las características personales que reflejen de manera natural para la sociedad.

Por cuanto, es de acuerdo a los requerimientos y necesidades de nuestra sociedad los futuros profesionales deban tener aptitud, actitud y los conocimientos necesarios para la creación propia y administración de su unidad económica, debiendo prepararse para ser líder y emprendedor en la administración de una empresa, la misma se logrará con la estimulación, motivación universitaria, donde esta corriente sea el recurso humano más expectante para solucionar problemas, necesidades, carencias para encaminar al estudiantado hacia una preparación basado en el desarrollo de su ingenio, creatividad e influenciado con la presencia de asignaturas de creatividad empresarial en la escuela profesional de la UAP estudiada.

Es así, que en este escenario universitario las ideas creadoras se convierten en ideas de negocios sostenibles y viables de éxito para el futuro administrador.

1.5.6 Limitaciones del estudio

Respecto a las limitaciones para la realización del presente trabajo de investigación, se pudo evidenciar que no existe mucha bibliografía al respecto del presente tema “Creatividad empresarial a nivel universitario”, pero si rescatar sobre los tratados y trabajos de investigación respecto a creatividad en general o aplicados a diferentes ramas investigativas de la educación, siendo a nivel de inicial, primaria y secundaria de la educación básica regular, etc. En este entender ésta se supera de manera parcial recurriendo al sistema informático en que se encuentra indexada en la ventana de archivos los trabajos de investigación realizados.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes internacionales

En el estudio de investigación desarrollado por Ruíz (2004), intitulado “*Creatividad y Estilos de Aprendizaje*”. Universidad de Málaga, Málaga - España. En donde llega a las siguientes conclusiones: que los niveles de preferencia de los futuros docentes por los diferentes Estilos de Aprendizaje están relacionados con los niveles creativos manifestados. Sin embargo, esta afirmación no pretende ser categórica.

Así mismo señala que los alumnos que pertenecen al último año de carrera presentan una preferencia significativamente superior por el Estilo Activo que los alumnos que acaban de acceder a los estudios universitarios.

Esta tesis doctoral aborda lo siguiente: El de comprobar la existencia de relación entre la creatividad y los estilos de aprendizaje y su medida respectiva. De igual forma trata sobre la relación entre la capacidad creativa del futuro profesional en la educación y la manera en que se interrelaciona con el mundo educativo y su implicancia en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Y las condiciones ambientales en que prefiere trabajar el alumno (p. 536-537).

Por su parte Ruíz (2010), en su trabajo de investigación titulado “*Práctica Educativa y Creatividad en educación Infantil*”. Universidad de Málaga, Málaga –

España. Llega a las conclusiones importantes a saber; que en primer lugar podemos decir que ciertamente, las prácticas educativas tradicionales no facilitan el desarrollo de la creatividad en las primeras edades, lo que hace ver la necesidad de apostar por un cambio de actitud por parte del docente”

Así mismo, sostiene que quizá el mayor desarrollo de la creatividad verbal se da en estas aulas (las constructivistas) porque en ellas se da oportunidad al alumno para hablar, exponer y debatir ideas, así como reflexionar sobre ellas.

Donde, la mencionada tesis aborda lo siguiente: Es el de descubrir sobre qué práctica educativa favorece más al desenvolvimiento de la creatividad; pudiendo ser la metodología tradicional o metodología educativa constructivista, sin ignorar la existencia de otros enfoques, como es el tecnológico (p. 413).

Por otro lado, en el estudio realizado por Esquivias (2004), intitulado “*Pensamiento Creativo en Estudiantes de educación superior: Evaluación de Competencias en el aula*”. Universidad Nacional Autónoma de México, México DF. En donde se puede apreciar que llega a las siguientes conclusiones principales: que las entrevistas realizadas dejaron ver mediante las descripciones de los estudiantes implicados la manera en que consuman el proceso creativo, la forma e inclusive el contexto en el que elaboran o producen ideas novedosas en su pensamiento.

De otra parte, afirma que de esta forma se puede ver la diversidad de campos y producciones de los participantes así como la forma en que el contexto puede influir en este sentido e ellos.

Esta tesis doctoral aborda lo siguiente: que el trabajo de investigación tiene la finalidad de conocer las habilidades creativas en estudiantes de nivel superior, para luego tener que fomentarlas. Es así que se ponen a tapete el pensamiento creativo, el proceso creativo y la elaboración creativa, con una conceptualización de las diferencias individuales biogenéticas, para luego asumirlos en los ambientes de aprendizaje, en medio de factores socioculturales (p. 16-17).

Arévalo, et al. (2009), en su trabajo de investigación titulado “*El desarrollo de los procesos cognitivos creativos a través de la enseñanza problemática en el área de ciencias naturales en niñas del colegio Santa María*”. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá – Colombia. En donde llega a las conclusiones siguientes: que teniendo en cuenta que las estructuras pre inventivas son las precursoras de los productos creativos, la propuesta de la prueba de entrada (en donde de las niñas tenían que realizar un objeto) responde a la idea de seguir el proceso que siguen las niñas en la elaboración del mismo”

Además, afirma que, en la prueba de entrada es evidente que las niñas no proponen muchos objetos totalmente nuevos para ellas, de alguna manera son objetos de su cotidianidad que los han visto directamente o a través de la televisión y el cine. Sin embargo, llama la atención que en la prueba de entrada, se puede decir que son las niñas del grupo de comparación quienes proponen ideas algo novedosas más que las niñas del grupo de intervención.

Esta tesis aborda lo siguiente: Trata de explorar e indagar sobre el desarrollo de las habilidades cognitivas creativas en niñas a través de actividades de intervención mediante situaciones problemáticas. En esta investigación se les pide a las niñas crear objetos novedosos que tenga movimiento, por medio del uso de materiales, como la plastilina, clips, imanes, botones, tapas de gaseosas, cable etc., para luego cuestionarles a las niñas sobre el objetos que construyeron, su funcionamiento y los materiales que realmente usaron, y la idea de dónde salió el objeto (p. 92).

En comparación a los anteriores trabajos de investigación; la presente tesis trata sobre las asignaturas de creatividad empresarial y su repercusión en la formación académica profesional en alumnos de administración de la UAP – Cusco.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En el estudio desarrollado por Rodríguez (2011), cuyo título “*Procesos cognitivos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la facultad de ciencias de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán Valle*”. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán

Valle, Lima- Perú. Donde se puede ver que sus principales conclusiones son: que se demuestra la influencia de los procesos cognitivos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la facultad de ciencias de la universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle.

Por otro lado, señala que el uso y el manejo pertinente de las estrategias cognitivas permitieron el desarrollo de algunas dimensiones del pensamiento creativo como la fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración.

Esta tesis mencionada aborda lo siguiente: La influencia de los procesos cognitivos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle (p. 101).

Considerando el trabajo de investigación de Sánchez (2009), titulado *“Creatividad verbal y comprensión lectora en escolares del quinto grado de primaria de una institución educativa estatal: Callao”*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú. Se puede observar que llega a las siguientes conclusiones: que hay una relación entre creatividad verbal y comprensión lectora en los escolares del quinto grado de primaria, es decir a mayor creatividad verbal mayor comprensión lectora y viceversa.

Así mismo, afirma que los estudiantes del quinto grado de primaria muestran un nivel bajo de creatividad verbal.

Donde, los estudiantes del quinto grado de primaria muestran un nivel bajo en comprensión lectora.

El propósito de esta investigación es establecer la correlación entre la creatividad verbal y la comprensión lectora; mostrando resultados en que el 84% de los participantes con bajo nivel de creatividad verbal tienen a su vez un bajo nivel de comprensión lectora (p. 77-78).

Según Arce y Saldaña (2013), en su estudio desarrollado cuyo título fue *“Influencia del juego de construcción en el desarrollo de la creatividad en niños de 5 años de la I.E. N° 252 “NIÑO JESÚS”, de Trujillo en el año 2013.*

Universidad de Trujillo, Trujillo-Perú. Llega a las principales conclusiones: que los educandos del grupo experimental y grupo control de acuerdo a los resultados del pre test tienen un bajo nivel de creatividad; sin embargo, el grupo control entra a la investigación ligeramente en mejores condiciones que el grupo experimental”

Por otro lado, afirma que los educandos del grupo experimental de acuerdo al post test lograron incrementar su creatividad en originalidad, complejidad y penetración como queda evidenciado en el puntaje promedio total de 15.64 (86.90).

Finalmente, señala que los educandos del grupo control según los resultados del post test lograron mejorar mínimamente su creatividad como lo demuestra su puntaje promedio total de 4.76 (26.47).

Esta tesis tiene como propósito ver y determinar la influencia que tiene el juego de construcción en el desarrollo de la creatividad, para promover el desarrollo de la creatividad de los niños, para poder expresarse por sí mismos, a desarrollar su pensamiento abstracto (p. 63).

En la investigación efectuada por Cuba y Palpa (2015), Intitulada “*La hora de juego libre en los sectores y el desarrollo de la creatividad en los niños de 5 años de las I.E.P. de la localidad de Santa Clara*”. Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”. Lima-Perú. Se puede observar que llegan a las siguientes principales conclusiones: que existe relación entre el sector del hogar y el desarrollo de la creatividad en los niños de 5 años de las I.E.I.P. de la localidad de Santa Clara.

Además, sostienen que existe relación entre la hora de juego libre en los sectores y el desarrollo de la fluidez en los niños de 5 años de las I.E.I.P. de la localidad de Santa Clara.

El aspecto relevante en este trabajo de investigación es ver y determinar si existe relación entre la hora de juego libre y el desarrollo de la creatividad en estos niños, dado que si influye de manera significativa en el desarrollo de la

creatividad. Este trabajo tuvo una muestra de 60 niños a quienes se les evaluaron por medio de fichas de observación (p. 116).

En comparación a esta tesis; la presente investigación trata sobre las asignaturas de creatividad empresarial y su repercusión en la formación académica profesional en alumnos de administración de la UAP – Cusco.

2.2 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.2.1 La creatividad

La creatividad es aquella facultad del ser humano para crear algo nuevo, de acuerdo a su ingenio y su voluntad de llevar aquello que mejor le parezca, en un determinado tiempo y lugar.

Por otro lado, es la capacidad de dar respuestas originales a cualquier problema. Capacidad de lograr generar una idea útil y original, que a través de un proceso creativo permite que el ser humano encuentre una nueva línea de acción que puede ser universalmente nueva o localmente nueva. (Palao y Gómez, 2009, p.37).

Palao y Gómez (2009) afirma: “La creatividad debe ser vista como un poder humano que resuelve los problemas difíciles, genera ideas y productos, abre nuevas fronteras intelectuales, transforma organizaciones agónicas en vivas, y genera productividad y rentabilidad en las empresas” (p. 26).

La creatividad también es una capacidad interna de la persona de generar y crear nuevas ideas, y que esta a su vez vienen del pensamiento original y el pensamiento creativo y la imaginación constructiva, en base a la habilidad de la cognición humana; dado que la persona está naturalmente dotada de esta habilidad y que se encuentra en la mente en calidad de potencia, aún a la espera de poder desarrollarlo.

Por lo que primero está presente la imaginación para luego dar lugar a un pensamiento original y esta se valora por su resultado final; por ello decimos que es la capacidad de toda persona de crear algo, en base a su imaginación.

En la tabla siguiente, se expondrá las variadas definiciones de creatividad, dados en diferentes épocas y autores desde diferentes perspectivas y acontecimientos.

Tabla 1

Definiciones de Creatividad

Autor	Definición
Weithermer.1945	“El pensamiento productivo consiste en observar y tener en cuenta rasgos y exigencias estructurales. Es la visión de verdad estructural, no fragmentada”
Guil-ford.1952	“La creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente”.
Thurs-tone.1952	“Es un proceso para formar ideas o hipótesis, verificarlas y comunicar los resultados, suponiendo que el producto creado sea algo nuevo”.
Os-born.1953	“Aptitud para representar, prever y producir ideas. Conversión de elementos conocidos en algo nuevo, gracias a una imaginación poderosa”.
Barrón 1955	“Es una aptitud mental y una técnica del pensamiento”.
Flana-gan. 1958	“La creatividad se muestra al dar existencia a algo novedoso. Lo esencial aquí está en la novedad y la no existencia previa de la idea o producto. La creatividad es demostrada inventando o descubriendo una solución a un problema y en la demostración de cualidades excepcionales en la solución del mismo”.
May. 1959	“El encuentro del hombre intensamente consciente con su mundo”.
Fromm 1959	“La creatividad no es una cualidad de la que estén dotados particularmente los artistas y otros individuos, sino una actitud que puede poseer cada persona”.
Murray 1959	“Proceso de realización cuyos resultados son desconocidos, siendo dicha realización a la vez valiosa y nueva”.
Rogers. 1959	“La creatividad es una emergencia en acción de un producto relacional nuevo, manifestándose por un lado la unicidad del individuo y por otro los materiales, hechos, gente o circunstancias de su vida”.
Mac Kinnon1960	“La creatividad responde a la capacidad de actualización de las potencialidades creadoras del individuo a través de patrones únicos y originales”
Getzels.1962	“La creatividad es la habilidad de producir formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas”
Parnes1962	“Capacidad para encontrar relaciones entre ideas antes no relacionadas, y que se manifiestan en forma de nuevos esquemas, experiencias o productos nuevos”.
Ausubel. 1963	“La personalidad creadora es aquella que distingue a un individuo por la calidad y originalidad fuera de lo común de sus aportaciones a la ciencia, al arte, a la política, etcétera”.
Freud. 1963	“La creatividad se origina en un conflicto inconsciente. La energía creativa es vista como una derivación de la sexualidad infantil sublimada, y que la expresión creativa resulta de la reducción de la tensión”.
Bruner 1963	“La creatividad es un acto que produce sorpresas al sujeto, en el sentido de que no lo reconoce como producción anterior”. “La creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo, que esencialmente puedan considerarse como nuevos y desconocidos para quienes los producen”
Drevdahl. 1964	“La creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo, que esencialmente puedan considerarse como nuevos y desconocidos para quienes los producen”.
Stein. 1964	“La creatividad es la habilidad de relacionar y conectar ideas, el sustrato de uso creativo de la mente en cualquier disciplina”.
Piaget 1964	“La creatividad constituye la forma final del juego simbólico de los niños, cuando éste es asimilado en su pensamiento”.
Med-nick. 1964	“El pensamiento creativo consiste en la formación de nuevas combinaciones de elementos asociativos. Cuanto más remotas son dichas combinaciones más creativo es el proceso o la solución”.
Torrance. 1965	“La creatividad es un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas,

	deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar estas hipótesis, a modificarlas si es necesario además de comunicar los resultados”.
Gutman. 1967	“El comportamiento creativo consiste en una actividad por la que el hombre crea un nuevo orden sobre el contorno”
Fernández 1968	“La creatividad es la conducta original productora de modelos o seres aceptados por la comunidad para resolver ciertas situaciones”.
Barron1969	“La creatividad es la habilidad del ser humano de traer algo nuevo a su existencia”.
Oerter1971	“La creatividad representa el conjunto de condiciones que proceden a la realización de las producciones o de formas nuevas que constituyen un enriquecimiento de la sociedad”.
Guil-ford. 1971	“Capacidad o aptitud para generar alternativas a partir de una información dada, poniendo el énfasis en la variedad, cantidad y relevancia de los resultados”.
Ulmann1972	“La creatividad es una especie de concepto de trabajo que reúne numerosos conceptos anteriores y que, gracias a la investigación experimental, adquiere una y otra vez un sentido nuevo”.

Fuente: Esquivias (2004, pp. 2-3).

2.2.1.1 La creatividad empresarial.

La creatividad empresarial viene ser la suma de creatividad y empresa que viene de la generación de ideas, por medio de la memoria, el pensamiento, la emoción, el sentimiento y el ingenio, el cual la persona se proyecta en crear una empresa en sus dimensiones respectivas, de forma sostenida haciendo uso del conocimiento y el poder humano; resolviendo cada problema en forma creativa en el transcurso de sus actividades propias, e interactuando con la realidad de manera intrínseca y extrínseca: Creatividad empresarial es suma de empresa y creatividad.

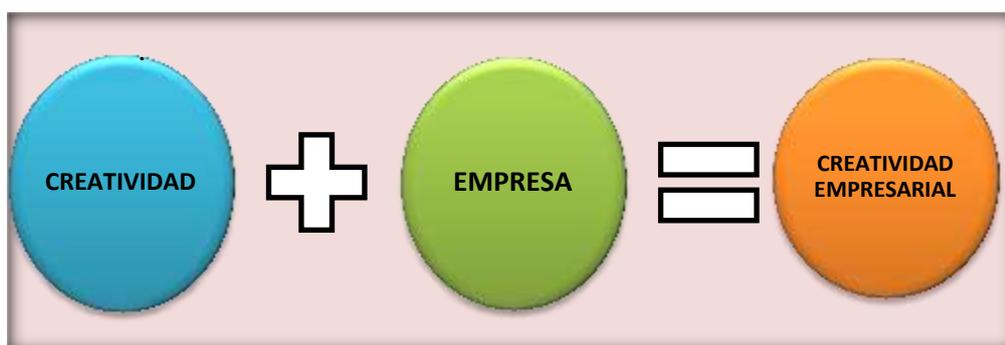


Figura 1: La suma de la creatividad empresarial

Es así que la creatividad en el contexto empresarial aparece unida a la capacidad intrínseca de la persona vinculada al mundo de los negocios, de la empresa, con su diversidad de experiencias y conocimientos al respecto, para dar solución a problemas de la empresa, y esta a su vez se manifiesta en el

empleo de técnicas específicas, las cuales hacen referencia para crear proyectos creativos en la empresa en sus diferentes departamentos y estamentos con calidad de servicios y productos innovadores, con modelos de producción, comercialización y finanzas.

Por otro lado, se puede llegar a discernir que la empresa es una unidad económica, que se crea a partir del pensamiento creativo con un enfoque de proyecto de empresa, (creatividad empresarial) con la finalidad de obtener una ganancia que se materializa por medio de la producción o comercialización sostenida de bienes o servicios; empleando la mano de obra y capital para su funcionamiento, aplicando en este contexto las funciones de la administración y su relación permanente con su contexto interno y el entorno externo. Lo dicho lo expresamos en la figura siguiente:

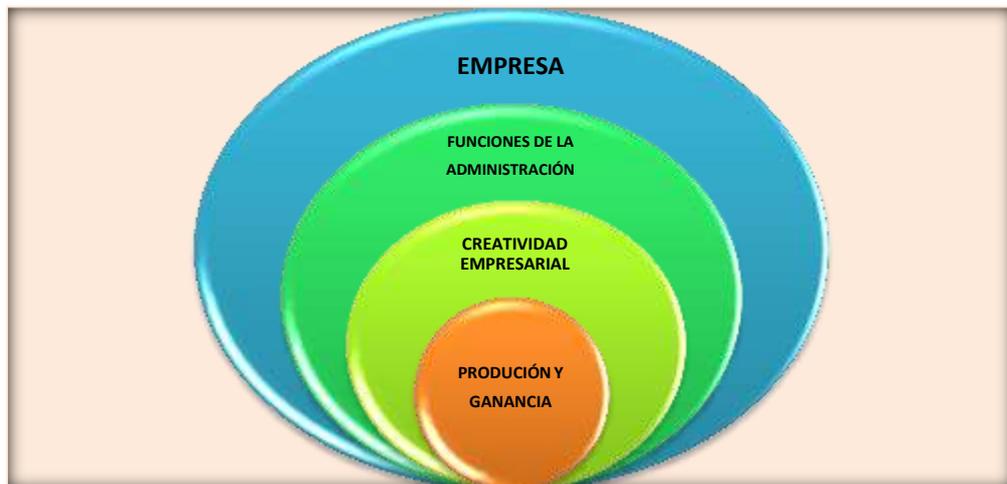


Figura 2: *Expresión de la empresa*

En fin la creatividad empresarial está orientada a desarrollar metodologías y técnicas en medio de un clima organizacional laboral que busquen aumentar de manera significativa las capacidades creadoras de los trabajadores, y también de los directivos quienes están involucrados directamente en la manera de dar iniciativas en las gestión; iniciando ésta con las ideas hasta su desarrollo en proyectos reales y concretos para el crecimiento y expansión de la empresa (Palao y Gómez, 2009, p. 29).

En este entender las personas con creatividad empresarial sienten gusto o disfrutan al realizar aportes con las herramientas necesarias a su organización, en un ambiente iluminado, y propio para su desempeño, y ésta se constituye en el activo valioso de la empresa, no solo por su presencia sino por el aporte realizado y con el soporte de sus colaboradores a quienes se les promueve y desde luego para transformar la forma de pensar y actuar la realidad con una percepción de identidad e iniciativa privada, desarrollados en un ambiente agradable aportando sus ideas creativas de manera constante dentro de la organización, con una motivación de acuerdo a sus necesidades para tener resultados óptimos.

Por otro lado, la cultura organizacional que en forma sostenida genera nuevas ideas, con el aporte del equipo de trabajo de la empresa, tiene retos de envergadura y demandan una capacidad creativa de sus miembros para solucionar los complejos problemas, puesto que una acción creativa grupal supone premisas; estas son las de evaluar constantemente y ver los puntos críticos, para que a partir de allí se genere un nuevo aporte en creatividad empresarial, por ejemplo si los productos de la empresa resultan ser pasados de moda y obsoletos, entonces lanzamos en el mercado nuevos y creativos productos, otra premisa es el de rediseñar las políticas empresariales, etc. Por lo que es evidente que las empresas son innovadoras de acuerdo al crecimiento y desarrollo que tienen, siendo originales y asumiendo su creatividad empresarial de manera sostenida (Palao y Gómez, 2009, p. 30).

2.2.1.1.1 La creatividad empresarial y la administración.

La administración es un conjunto de conocimientos científicos, artísticos y filosóficos, que en forma sistematizada ostenta un liderazgo para comandar y dirigir los lineamientos y políticas de una institución con o sin fines de lucro, a base de la planificación, organización, dirección y control, el cual tiene un carácter universal.

Para su entendimiento lo expreso en la figura N° 3:



Figura 3: *La administración y su conglomerado.*

Ahora bien, para una administración de excelencia, el administrador como persona desde mi perspectiva debe tener el perfil siguiente: capacidad de imaginación y pensamiento creativo, liderazgo, tolerancia al fracaso, innovador, capacidad de trabajo en equipo, adaptable a los cambios y actitud para el buen desempeño laboral.

Respecto a sus habilidades, Torres (2014). Propone: “Tres habilidades importantes que un buen administrador deberá adquirir:

- Conceptuales, que necesita el alto directivo en cuanto a generación de nuevas ideas y conceptos.
- Humanas, propias de los mandos medios (gerentes) para relacionarse tanto con el personal operativo como con la alta dirección.
- Técnicas, para el manejo de dispositivos técnicos” (p.9).

Luego de haber visto el perfil del administrador y sus habilidades, veamos que la relación entre creatividad empresarial y administración van de la mano; enunciando que si el objetivo de un individuo es crear una empresa haciendo uso de su pensamiento creativo como generador de ideas, y ponerlo en práctica de manera sostenida; entonces hacemos uso de la administración para su funcionamiento en el tiempo, con todos sus conocimientos científicos y filosóficos.

Por cuanto la empresa existe sobre la creatividad empresarial y la administración; el uno y el otro se complementa de modo intrínseco y extrínseco.

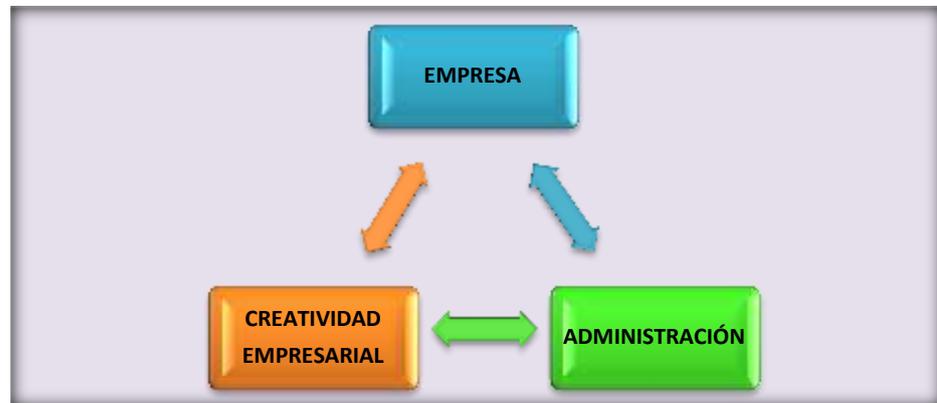


Figura 4: *Los complementos de la creatividad empresarial*

2.2.1.1.2 *La creatividad empresarial y la administración científica.*

Como se ha visto la creatividad empresarial tiene relación con la administración de manera general, ahora bien, nos avocaremos a la administración de empresas desde la administración científica.

Chiavenato (2004). Afirma que “Para Taylor la organización y la administración deben estudiarse y tratarse como ciencia, no empíricamente. La improvisación debe dar lugar a la planeación; el empirismo, a la ciencia: la ciencia de la administración” (P. 49).

Se llama administración científica porque se intenta poner en práctica los métodos de la ciencia para aplicar a los quehaceres y problemas de la administración, y alcanzar altos estándares de suficiencia empresarial. Entonces nos preguntaremos:

Es así que se formula la siguiente interrogante: ¿Qué tiene que ver la administración científica con la creatividad empresarial?

Por lo que Taylor enuncia:

“La gerencia piensa y el trabajador ejecuta”, esta frase nos trae a la memoria el pensamiento creativo enfocado a la empresa, que debe tener

el gerente o el administrador, creando políticas y lineamientos para la dirección de la empresa, en base a ideas “creativas”.

La organización racional del trabajo es un aporte y propuesta de Taylor para la administración; este aporte tiene como fundamento las investigaciones realizadas y genera propuestas novedosas con ideas originales, y por tanto realizados con el acompañamiento objetivo del pensamiento creativo enfocados a la empresa; a esto lo llamamos “creatividad empresarial”.

Estos aportes son:

1. Análisis de trabajo y estudio de tiempos y movimientos.
2. Estudio de la fatiga humana.
3. División del trabajo y especialización del operario.
4. Diseño de cargos y tareas.
5. Incentivos salariales y premios por producción.
6. Concepto de homo economicus.
7. Condiciones ambientales de trabajo (iluminación, comodidad y otros)
8. Supervisión funcional. (Chiavenato, 2004, p. 50).

Se ve esta interrelación en la figura N° 5:



Figura 5: *Interrelación de la administración científica*

2.2.1.1.3 La creatividad empresarial y las teorías de la administración más importantes.

Ahora veamos las teorías que rodean en torno a la administración y su relación con la creatividad empresarial; en este contexto están las famosas teorías de la administración, que son aplicados en las diferentes organizaciones e instituciones empresariales, estas son: La teoría clásica, la teoría “x” y la teoría “y”.

La Teoría Clásica: propuesto por Henri Fayol (1841-1925) fue el creador de esta teoría y uno de los fundadores de la administración moderna, escribió sobre la teoría de la administración en 1916, fue quien propuso las funciones de la administración para la marcha empresarial como son: La planeación, organización, dirección, coordinación y control. De igual modo plantea los catorce principios generales de la administración.

La teoría clásica fundamenta la teoría de la organización (organización formal), la estructura de la empresa, al cual le da énfasis a la división del trabajo, a la especialización de los puestos de trabajo, la coordinación, las líneas de autoridad, el de asesoría y la departamentalización.

Con respecto a la relación de la teoría clásica con la creatividad empresarial; éstas tienen como base las investigaciones científicas y su pensamiento creativo, concretando y categorizando los aportes a la estructura de la administración de la empresa con ideas originales propias.

La Teoría “X” y la Teoría “Y”: Estas teorías fueron planteadas por Douglas McGregor en 1960, en su famosa obra: “El lado humano de las organizaciones” quien manifiesta que el hombre siente aversión al trabajo, denominándolo a esta, “La teoría X”, y se da el caso que los

trabajadores realizan sus labores con naturalidad y autocontrol, llamándola: “La teoría Y”.

La teoría “X”: Está basada en el sentido que el trabajador es por lo general una persona que no le gusta trabajar, tiene poca ambición, es perezoso, tratará de evitar responsabilidades por lo tanto necesitan que constantemente le fuercen, le dirijan y le controlen bajo apercibimiento de castigos y similares, con el fin de que la empresa cumpla con sus metas y objetivos.

Para tal fin es necesario que la empresa formule y aplique el plan de la autoridad formal, donde a cada trabajador se le indica lo que debe realizar y como debe hacerlo, con una serie de normas a cumplir con trabajo bajo presión.

La teoría “Y”: Sostiene que los subordinados sienten por el trabajo un lugar de recreación, que puedan auto controlar su trabajo, asume responsabilidades; la creatividad, la imaginación y el ingenio son parte de estas personas y lo pueden desarrollar con tanta naturalidad, aportando a la empresa.

Esta teoría es referida a todos los trabajadores que sienten anegación y también lealtad para con la empresa donde labora en un determinado lugar y tiempo.



Figura 5: Expresión de la teoría “Y”

2.2.1.2. Teorías de la creatividad.

El crear ideas y lanzar propuestas nuevas lo conocemos como la facultad de inventiva, siendo esta un pensamiento constructivo, pensamiento original en base al uso del ingenio, la habilidad y la voluntad de crear algo novedoso. Considerando la inventiva como un proceso, una caracterización de la personalidad, siendo esta firmeza de percepción, curiosidad, intelectualidad, imaginación y la confianza en sí mismo.

Se afirma también que la creatividad al estilo de Ausbel en la resolución de problemas, que implica la aplicación de conocimientos a situaciones nuevas o la generación de estrategias para la solución de problemas. En ese entender persona creadora es aquella persona que posee un grado de originalidad en algún campo de la vida humana. Por lo que es una capacidad humana para producir algo como originalidad, valores materiales y espirituales nuevos, flexibilidad y fluidez, con la finalidad de satisfacer necesidades personales y sociales. (Sovero, 2002, p. 2).

Ahora bien hablar de creatividad es asociar este concepto al mundo artístico, musical y cultural, un artista puede ser un pintor, y si este aplica todo su arte, sus conocimientos e imaginación resulta un artista pintor con grandes dotes de creatividad; sin embargo la creatividad está en todo tipo de persona que gusta de otras ramas del saber u otras profesiones, de tal manera que la creatividad puede aplicarlo en las diferentes ramas del saber; un ingeniero o un arquitecto puede aplicar todo su ingenio e inteligencia para construir y edificar construcciones de los que conocemos en este siglo que vivimos, un técnico electrónico en comunicaciones puede crear los teléfonos móviles más sofisticados que esta generación conoce, un hombre de negocios puede crear las corporaciones y empresas grandes con más de cien mil empleados trabajando, y están muy bien organizadas de las que hoy y esta generación conoce. Y así cada persona tiene un don natural de ser creativo en su rama o profesión del que profesa, pero que esta creatividad necesita ser desarrollado y motivado plenamente, pudiendo ser esta: en la

etapa de la infancia, niñez, y juventud, y otras edades del que los especialistas pudieran afirmar.

En este entender existen personas altamente creativas y también están los que relativamente tienen creatividad y los que no son creativos; es decir se podría afirmar que desde el vientre de nuestra madre nacemos con el don de la creatividad y que en lo posterior ésta pueda ser estimulada, mejorada y desarrollada conjuntamente con las otras capacidades humanas. Los especialistas: en desarrollo de la personalidad, la creatividad entre otros, nos darán a conocer y aplicar según sea el caso las diferentes técnicas para aumentar y desarrollar la capacidad creadora del ser humano; quienes a su vez testifican que un individuo creativo o en este caso un genio, necesita de periodos largos de soledad, con tendencia a la introversión de ser muy intuitivos y tienen poco tiempo para las relaciones sociales.

Prieto, López, Martínez y Ferrándiz (citado por Ruiz, 2010) plantean enfoques teóricos como: Experimental, historiométrico, biográfico, biológico y computacional (p. 37).

- Experimental. - Este enfoque tiene su estudio principal en los procesos cognitivos, que tiene como tarea la solución de problemas creativos.
- Historiométrico. - Cuya meta es la medición de la creatividad, utilizando la creatividad del pasado y la creatividad del presente en sus principales aspectos, por medio de una documentación histórica.
- Biográfico. - Tiene como base el análisis de los casos históricos de las personas creativas; para ello es necesario el uso de una metodología cualitativa, cuya debilidad se encuentra en la falta de representatividad y control.
- Biológico. - En este se asume que la creatividad es terminantemente un rasgo fisiológico, con la posibilidad de ser medido.
- Computacional. - Este enfoque se apoya en la idea de que el pensamiento creativo de cualquier persona tiene la posibilidad de formalizar, por medio del uso de las técnicas de la inteligencia artificial, como se realiza

con un programa informático; por lo que también la creatividad es un centro de cómputo mental.

Tabla 2

Teorías de la creatividad

Teoría	Defensores	Aspectos claves
Aproximación mística	Sustentada hasta el siglo XIX	Creatividad como proceso espiritual, como don.
Aproximación psicométrica	Surge: siglo XX con el estudio de creatividad	Surge la necesidad de medir, constatar, la creatividad a través de los test.
Teoría psicoanalítica	Freud, Kris y Kubie	La creatividad surge de la tensión entre conciencia real e impulsos inconscientes.
Teoría de la Gestalt	Wertheimer	La creación supone una intuición nueva, un insight inesperado, lo que requiere de la estructuración original de un campo.
Teoría asocianista	Mednick	Para los asocianistas lo importante son las asociaciones o conexiones entre conceptos o ideas remotas.
Teoría conductista	Skinner y Cropley	La creatividad se entiende como las respuestas infrecuentes y originales que se producen por demanda o por presión ambiental.
Teoría humanista	Maslow y Rogers	Creatividad como un producto que surge de la interacción entre la singularidad del individuo (el creador) y los materiales, los sucesos y acontecimientos, las personas o las circunstancias.
Teoría social-personal	Barron, Eysenck, Gough y Mackinnon	Toma como centro de estudio las variables de la personalidad, a las variables motivacionales y el ambiente social, considerando éstas como las fuentes de creatividad.
Teoría cognitiva	Boden, Finike, Ward y Smith	Su interés recae en el propio sujeto y en lo que ocurre “dentro de él” durante el proceso de creación.

Fuente: Ruiz (2010, p. 38)

Por otro lado, respecto a la existencia de otras teorías, se considera a las **teorías integradoras** están planteadas por Sternberg y Lubart (1997) (citado por Ruiz, 2010) que dice: “Es el carácter multidimensional que se le da a la creatividad”.

En este entender la creatividad estudia en todas sus dimensiones; partiendo de un acto creativo de la persona, sea para conseguir una meta o una tarea, o cuando se tienen lugar a los procesos cognitivos y finalmente la llamada personalidad creativa. A esto llamamos teorías integradoras (p. 39).

Las teorías integradoras son:

La perspectiva interactiva de Gardner, la teoría de la inversión en creatividad, la teoría componencial de Amabile y la teoría sistémica de Csikszentmihalyi; como se expone en la figura N° 7:

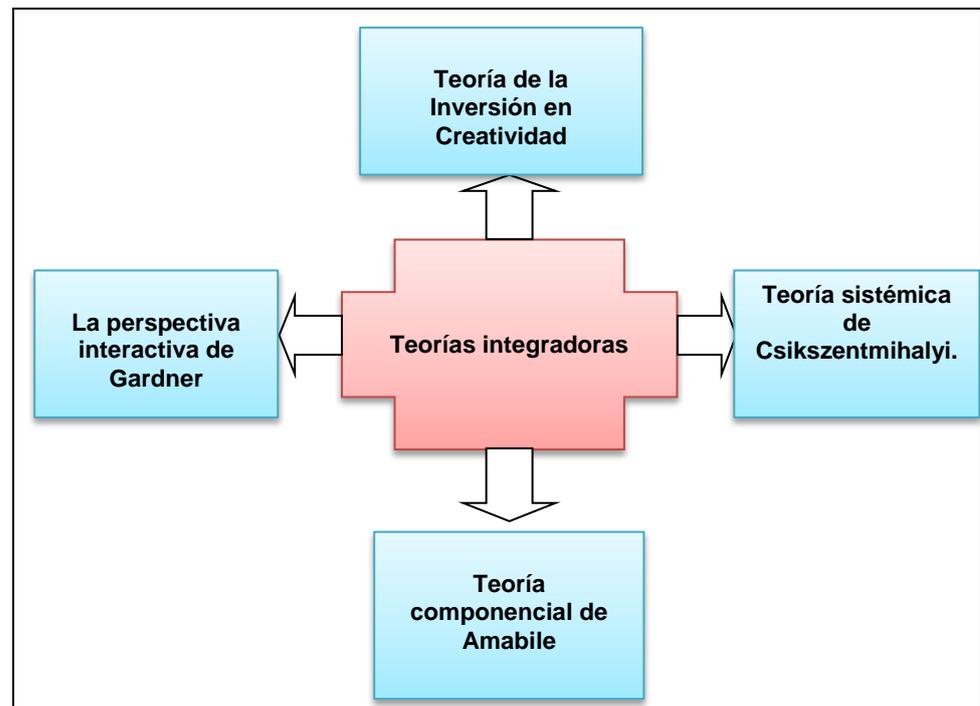


Figura 6: *Teorías integradoras.*

a) **Perspectiva interactiva de Gardner**

Gardner también es autor de la teoría de las inteligencias múltiples el cuál influye en forma directa en su conceptualización, presentación y desarrollo de la creatividad. Esta interesante teoría de la perspectiva interactiva, en su libro Estructuras de la mente (1998) nos plantea que la creatividad y la inteligencia son idénticas, con algunos detalles que son diferentes, es decir que la persona inteligente y la persona creativa son iguales e inseparables, ambos resuelven problemas y crean sus productos, al cual tienen sus propias características menos estándar (Ruiz, 2010, p. 40). En sus características menciona lo siguiente:

- Que solo en un campo la persona es creativa.
- Exhibe su creatividad la persona creativa de manera regular.

- La creatividad crea planteamientos y productos nuevos, así como soluciona los problemas.
- La actividad creativa es conocida siempre y cuando son aceptadas en una determinada cultura.

En todo caso si la inteligencia es múltiple, entonces lo es también la creatividad por lo que no existe solo un tipo de creatividad; existiendo de esta manera la inteligencia unitaria. En este entender Gardner establece cuatro niveles para entender la creatividad (Gardner, 1998, pp. 54-55):

- Subpersonal.- En este caso la creatividad se estudia desde la biología, la genética y la neurobiología.
- Personal. - Analiza el estudio de los procesos cognitivos que identifica a las personas creativas, su personalidad, afectividad, motivación y aspecto social.
- Impersonal. - Este análisis sugiere debe ser estudiado por los filósofos, historiadores y especialistas de la inteligencia artificial.
- Multipersonal. - Está constituido por personas e instituciones que rodean al producto creativo, para su evaluación de la calidad de lo creativo.

Para un mejor entendimiento el anterior autor señala que la creatividad no solo debe considerarse dentro del ámbito de la personalidad, el cerebro y la mente, sino también dentro de tres elementos que son la persona, la disciplina donde la persona está ejerciendo su labor y los otras personas que lo rodean, y dan su apreciación para emitir juicios acerca de la calidad de los productos y del individuo que elabora (Ruiz, 2010, p. 42). Ahora veamos las características de las personas creativas:

- Desde lo cognitivo, cada persona creadora se diferencia uno del otro por el tipo de inteligencia que presenta.
- El sujeto creador tiene por lo general alta autoestima y motivación para realizar su trabajo creativo.

- Tiene el apoyo familiar, lo que denominamos: socio psicológico.
- Demuestra productividad, que en unos diez años de aprendizaje existe la posibilidad del avance en la tarea creadora (Gardner, 1998, p. 393).

b) Teoría de la inversión en creatividad

En esta se relaciona la creatividad con el quehacer financiero y las finanzas, indicando que la persona con talento creativo se define como el “que compra a la baja” y “vende a la alza”; alcanzando valor en la sociedad de la idea comprada a un precio bajo, Lo vemos en la siguiente figura 8.

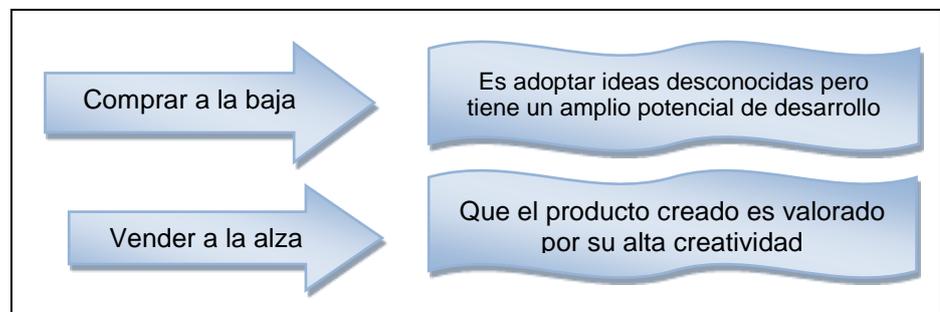


Figura 7: Teoría de la inversión en creatividad

Estos autores califican cinco recursos personales para efectivizar el comprar a la baja y vender al alza, y es como sigue:

- **Inteligencia.** - Tiene un carácter sintético, analítico y práctico; en el caso del sintético la persona creativa tiene la habilidad de analizar un problema nuevo o en todo caso redefinir los problemas, el analítico se refiere al discernimiento de que ideas nuevas serán valoradas y aceptadas, y finalmente el práctico que tiene que demostrar el trabajo producido, producto de su creatividad ante la gente y de esta manera vender la idea.
- **Conocimiento.** - Que es un requisito para llevar a efecto la creatividad, y estar seguro de no inventar lo que ya está inventado; si una persona tiene muchos conocimientos entonces su pensamiento será inamovible, por lo que estará en condiciones de avanzar más allá de lo señalado.

- **Estilos de pensamiento.** - Estos estilos se refieren y ver como se utiliza la inteligencia, y de qué forma se prueba esas habilidades, por lo que cada cual tiene su propio estilo.
- **Personalidad.** - Enuncian que la creatividad sienta sus bases en la persona creativa, no solamente en el aspecto cognitivo o mental, sino en la personalidad, estas personas tienen la singular característica de defender sus ideas, se arriesgan y son enérgicas.
- **Motivación.**- Toda persona que se traza una meta para poder cumplirla está motivado, más aun las personas creativas; de este modo las metas pueden ser extrínsecas, como por ejemplo la fama, el dinero, e intrínsecas que es el desafío personal para la consecución de algo trazado.

c) Teoría componencial de Amabile

Esta teoría intenta ir más allá de la visión clásica humanista de la creatividad, como es la personalidad, y no toma en cuenta la influencia del ambiente que lo rodea. Este ambiente es muy importante para que se desarrolle el proceso creativo; lo veremos en la siguiente figura N° 9:

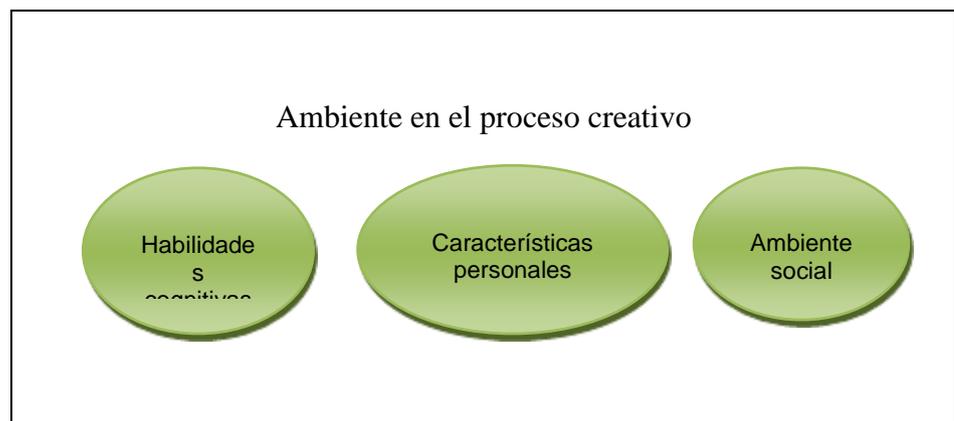


Figura 8: *Ambiente en el proceso creativo*

Por cuanto el modelo componencial del Amabile, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Tabla 3

Modelo componencial de Amabile

Destrezas relevantes para el campo	Destrezas Relevantes para la creatividad	Motivación por la tarea
Incluye: Conocimiento (conceptual y procedimental) sobre el campo. Destrezas técnicas específicas. Talento especial relevante para el campo	Incluye: Adecuado estilo cognitivo. Conocimiento implícito o explícito de heurísticos para generar ideas novedosas. Estilo de trabajo favorecedor.	Incluye: Actitudes hacia la tarea. Percepciones de la propia motivación para acometer la tarea
Depende de: Capacidades cognitivas innatas. Destrezas perceptivas y motrices innatas. Educación formal e informal	Depende de: Entrenamiento en la generación de ideas. Características de la personalidad.	Depende de: Nivel inicial de motivación intrínseca hacia la tarea. Presencia/ ausencia de limitaciones extrínsecas destacadas en el ambiente social. Capacidad individual para minimizar cognitivamente las limitaciones extrínsecas

Fuente: Ruiz, (2010 p. 16) y Amabile, (1996, p. 24)

d) Teoría sistémica de Csikszentmihalyi

Esta teoría está basada en la relación de creatividad y el medio en que lo rodea. Csikszentmihalyi (1998) (citado por Ruiz, 2010) dice: “Por un lado, por la influencia de la creatividad en el desarrollo de la cultura y la calidad de vida y, por otro, a que gracias a la creatividad podemos hacer nuestras vidas más plenas e interesantes” (p. 47).

A su vez este autor se pregunta: ¿Qué es la creatividad?, ¿Dónde está la creatividad? Y ¿Dónde se da la creatividad?, en este entender categoriza que la creatividad no se produce ni se da dentro de la cabeza del ser humano, sino en la relación entre la persona y el contexto sociocultural, que a su vez este no solamente es un fenómeno individual sino sistémico.

Esta teoría viene acompañada de la tesis socio constructivista, el cuál plantea que la actividad de la sociedad influye en el desarrollo social histórico de la persona y la sociedad.

Ahora bien, el mencionado autor de esta teoría plantea que la creatividad sienta sus bases en tres aspectos como son: el campo, el ámbito y el individuo:

1. **El Campo.-** Este componente se encuentra dentro de la realidad cultural, y se rige por medio de reglas y procedimientos, actúan de forma simbólica. Hay campos resistentes al cambio y la creatividad.
2. **El ámbito. -** En este componente se decide si una idea o producto (de la creatividad) se establece en el campo. Para el término ámbito se refiere a las personas que son expertas en un determinado campo; es decir una persona puede ser experto en pinturas u oleos, u otro en el campo empresarial etc.

Estas influyen de tres formas en la creatividad que son:

- Siendo reactivos o positivamente activos, el cuál estimula la novedad que lleva a la acción.
 - Se efectúa un filtro en la selección e identificación de la novedad.
 - El ámbito propiamente puede estimular la novedad, si está relacionado con el sistema social.
3. **El Individuo. -** En esta se da importancia a la persona como ser creativo, quien asume sentimientos, pensamientos y acciones que muchas veces resultan contradictorios.

2.2.1.3. Dimensiones del proceso creativo.

Cabezas (1993) (citado por Ruiz, 2010) Afirma “El proceso creativo es un proceso interno, progresivo e incremental, más o menos lento, por lo que en la gran mayoría de los casos no es breve” (p. 58). Por otro lado, Gervilla (2003) (citado por Ruiz, 2010) dice: “la influencia que en el proceso creativo tiene el

conflicto y el estrés, llegando a afirmar que es necesaria la ausencia de ambos para que se produzca dicho proceso” (p. 58). Este autor menciona ocho características que ejerce influencia en el proceso creativo:

1. Carencia de egoísmo
2. Advertir la identificación con el objeto
3. Englobar el pensamiento divergente y convergente
4. Pensamiento profundo
5. Personalidad creativa
6. Generar dialogo en el grupo de forma necesaria
7. Carencia de estrés
8. Carencia de conflictos, obsesiones y angustias

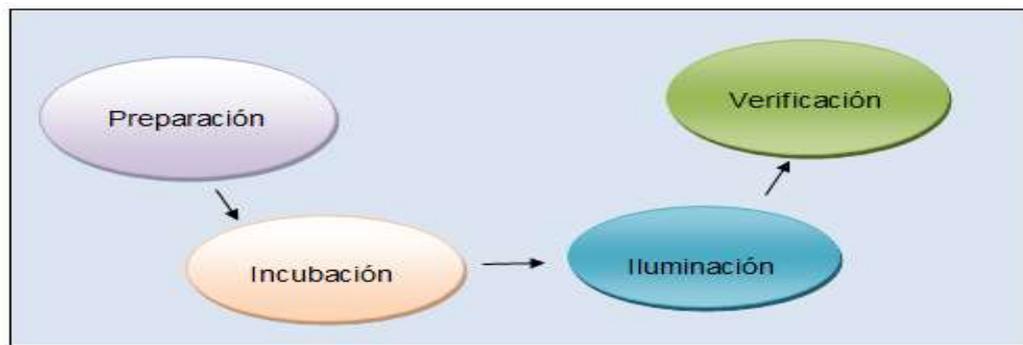


Figura 9: *Proceso creativo planteado por Walla*

Ahora veamos dos versiones principales respecto al proceso creativo como:

Primera versión: Se afirma que el proceso creativo en estos años ha evolucionado y tiene etapas explicables para aplicar en el área de creación de empresas, que son: “Encuentro, preparación, concentración, Incubación, iluminación, verificación y persuasión” (p. 61). He aquí:

1. **Encuentro.** - Se refiere a un problema nuevo que no tiene solución.
2. **Preparación.** - Se dice que son todas las actividades que una persona común y corriente realiza para poder analizar y explicar un problema. Esto implica la búsqueda de datos y su análisis, con aspectos tecnológicos para luego analizar con las habilidades y conocimientos.

3. **Concentración.** - Se refiere a la línea de acción de un principio, en que la mente nuestra apunta a una dirección determinada, uniendo marcos de referencia.
4. **Incubación.** - Es un aspecto de la mente humana que constantemente busca la posibilidad de soluciones y a su vez producir todas las combinaciones posibles, viendo si les son útiles o no, de acuerdo a la información que ha acumulado a lo largo de su experiencia en torno a un determinado problema. Por su parte Ruiz (2010) se pregunta: ¿Cuál es el papel del consciente y del inconsciente en la incubación? Al respecto Wallas (citado por Ruiz 2010) cita que: “El consciente en esta etapa no actúa en ningún momento” (p. 62).
5. **Iluminación.** - A esta etapa se le denomina como la producción de los primeros destellos de solución a lo que la mente humana estaba prácticamente buscando; este es el momento de que el proceso creativo llega a su pico más alto.
6. **Verificación.** -Es el de evaluar sus características de factibilidad al de la solución de ese problema en el proceso creativo. En esta etapa entra a tallar la innovación el cual engloba el análisis de costos, mercados, tiempo, clientes, rentabilidad etc.
7. **Persuasión.** - El proceso creativo en esta etapa se da por culminado, comunicando la solución a la que se ha llegado, convenciendo a la gente usuaria de su alta categoría.

Segunda versión Palao y Gómez (2009). “Refiere al proceso creativo con sus cuatro elementos de interacción, como son: Características, operaciones, resultados y contexto” (p. 32). He aquí expresado en la siguiente figura N° 12, lo propuesto por este autor:

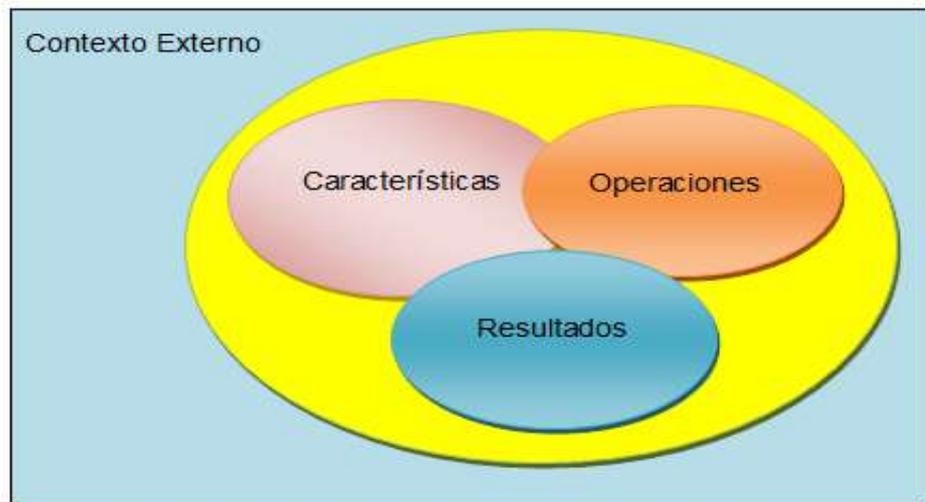


Figura 10: *El proceso creativo en sus cuatro dimensiones*

- **Características.** - En esta tiene que ver las actitudes, interés, habilidades, preferencias, estilos, motivación y los tratos respecto a producción creativa de la persona.
- **Operaciones.** - En esta tiene implicancia el dominio que se ejerce sobre las técnicas, estrategias y métodos para producir y generar ideas, para su respectivo análisis y toma de decisiones y estar en la capacidad de resolver los problemas.
- **Contexto.** - Se designa como tal a los factores externos ambientales que influye en la creatividad productiva. Con la suficiente motivación, dinamismo, debate, confianza, humor, reto, humor, idea y el riesgo que pudiera presentarse.
- **Resultados.** - Para sus efectos se toma en cuenta la novedad, que lleva consigo la originalidad, la utilidad y la transformación, luego se toma en cuenta la resolución que sea apropiada, útil, lógica y valiosa, y finalmente está la elaboración y síntesis, que tenga consigo la parte orgánica, compleja, expresiva, atractiva y este bien realizado.

2.2.1.4. El ambiente creativo.

Al enfocar este tema inmediatamente colocamos nuestra mirada al contexto que rodea a algo con respecto a lo creativo. Ciertamente el ambiente contextual que rodea a lo creativo no se puede descontextualizar porque no se produciría como quisiéramos un producto creativo de calidad, admirable desde todo punto de vista.

Por consiguiente, el ambiente que rodea juega un papel importante en el resultado del producto creativo y no obligatoriamente la parte subjetiva y cognitiva del ser humano, en este sentido aparece la influencia de la familia como principal fomentador de la capacidad y habilidades creativas.

Ruiz (2004) afirma: “Existen determinados estilos parentales y prácticas familiares que tienen una incidencia positiva sobre el desarrollo de habilidades y conductas creativas desde la primera infancia” (p.119).

Este impacto en el desarrollo de la personalidad creativa que de acuerdo a los estudiosos del tema es determinante en la psicología, la madurez intelectual y afectiva- emocional de la persona creativa que a su efecto lleva a cabo la creatividad en cualquier campo de acción que sea de su interés y querer.

2.2.1.5. El producto creativo.

Weisberg (1987) (citado por Ruiz, 2004) afirma: “El pensamiento creador no es una forma extraordinaria del pensar. El pensar creativamente llega a resultar extraordinario a causa de lo que el pensamiento produce, y no en razón de la manera en que lo produce” (p. 115).

El producto creativo no necesariamente tiene que estar ligado a lo artístico; por su puesto está en todas las áreas de interés de las personas. Un excelente producto creativo puede ser una bien organizada corporación empresarial que maneja cientos y miles de trabajadores; también los famosos test psicológicos que ven al ser humano en muchos actos de su vida; y los aparatos tecnológicos aplicados a la ciencia médica para facilitar el manejo y curación de enfermedades, etc. De este modo para que tenga implicancia en la sociedad, el

producto creativo tiene que gozar del reconocimiento social, jugando en este aspecto un rol importante el público, viendo la originalidad, y la novedad del caso, medidos con test psicométricos. Pero como dicen que para ser creativo no necesariamente se tiene que tener niveles altos en test psicométricos, desde un punto de vista psicosocial. En fin, el producto creativo es el resultado de todo un proceso creativo que tiene su origen en la idea, la imaginación y la voluntad de llevar adelante ese proyecto, en una determinada rama de acción.

2.2.1.6. Evaluación del producto creativo.

Toma en cuenta: La originalidad, eficacia, utilidad, parsimonia, germinalidad, transformacionalidad, elaboración, creatividad no definida. Varela, Olea y San Martín (1991) (citado por Ruiz 2004, p. 261):

1. **Originalidad.** - Es el caso que el producto sea lo más novedoso posible, y poco frecuente, a partir de una idea original.
2. **Eficacia.** - Que el producto sea de calidad, que no presente deficiencias y problemas en su diseño.
3. **Utilidad.** - En esta se evalúa el grado de viabilidad, y sirve en gran medida para lo que se ejecuta.
4. **Parsimonia.** - El producto elaborado debe ser lo más sencillo posible, evitando en lo posible la complejidad.
5. **Germinalidad.** - Estas deben tener ideas que sirvan para el contexto en donde se desarrolla o también para otro ámbito.
6. **Transformacionalidad.** - En esta se debe considerar que el producto nos conduzca al cambio, que tenga un grado de transformación.
7. **Elaboración.** - El diseño debe especificar detalles del producto.
8. **Creatividad no definida.** - Es el juzgamiento del grado de creatividad que pudiera tener el diseño de un producto, con el término: “lo que es”

En este sentido la evaluación del producto creativo siempre la da el observador común y corriente, empleando el sentido común, a veces sin la necesidad de imponer complejos exámenes, con preguntas revueltas, puesto que el ser humano está dotado para definir con su propio sentido y razón que es

lo mejor y que es lo peor, respecto a una determinada manifestación artística, o una producción literaria, un producto tecnológico.

2.2.1.7. Tipos de creatividad.

Respecto a este tema, hay autores que plantean tipos de creatividad respondiendo a sus estudios efectuados, es así que Mackinnon (citado por Ruiz, 2010, p. 51). Distingue tres tipos de creatividad: personal, impersonal y mixta. Respecto a creatividad personal, es cuando la persona creativa exterioriza su personalidad propia en actos o modelos creativos que son sensibles a los sentidos, exteriorizando su modo de ser como persona, en el que sus obras de arte son el espejo de su propia personalidad, en ella están las obras creativas que son propios de los artistas (se refiere a los pintores, escultores, entre otros) y los literatos (quienes componen obras de literatura en el amplio sentido de la palabra). La creatividad impersonal que se muestra contrario a lo planteado líneas arriba, en esta predomina la aplicación del nivel intelectual científico de la persona sobre la subjetividad y la parte emotiva del ser en sus obras creativas; este tipo de creatividad es de manera intencionada. Y finalmente tenemos la creatividad mixta, en ella se combina el espíritu artístico propio de la persona creativa y lo científico, tenemos como ejemplo las obras arquitectónicas.

También se establece otros dos tipos de creatividad, como es la creatividad de talento, que es propio de las personas genios, dotados de inteligencia superior en las diferentes áreas de la vida. Y luego tenemos la creatividad de autorrealización, que es universal y es común de todas las personas, dependiendo ésta del desarrollo personal, de la salud físico mental, del carácter, del dominio del yo y de la integridad del carácter Maslow (citado por Ruiz, 2010). De este modo el autor también nos habla de la realización de las tareas de la vida diaria de la manera más original e imaginativa. De este modo también plantea la existencia de la creatividad primaria que es propia de la etapa de la niñez, y secundaria, que es propia de los adultos, que a su vez integra los procesos primarios, como es la imaginación, y de modo secundario

la inteligencia, sin antes tener que mencionar que existen inteligencias múltiples, de acuerdo a estudios realizados por investigadores (p. 51-52).

Heinelt (1992) (citado por Ruiz, 2010) nos habla de tres tipos de creatividad como: creatividad, cuasi creatividad y seudocreatividad. (p. 53-54). La creatividad a la que hace referencia es a aquella originalidad y autenticidad que el hombre puede crear con su sapiencia respecto a la creación de algo, con decisión, energía, y que es constructiva y de utilidad. En cuanto a la cuasi creatividad, de acuerdo a este enfoque, sería el primer paso hacia la creatividad, empezando con la imaginación o aspectos inventivos del niño o del infante, con una fantasía plena, y que es una manifestación ajena a la realidad. Y finalmente la seudocreatividad, ésta se puntualiza en la creatividad fingida, que es parte de un engaño del inconsciente o consiente, que actúa bajo la presión de la opinión pública, en busca de la aprobación social, en el que parece ser creatividad, pero en el fondo no lo es. Cabezas (1993) (citado por Ruiz, 2010, p. 54) afirma que “La creatividad se encuentra en todo momento y esferas de la vida, argumenta sobre la existencia de varios tipos de creatividad, como diversos tipos de actividad al que el hombre está sometido los cuales son: Pedagógica-educativa, ético-religioso, político, artesanal, técnico, artístico, literario, económico, y científico”. Este autor de acuerdo a los estudios realizados llega a la conclusión en cuanto a tipos de creatividad.

Tabla 4

Tipos de creatividad

Grupos	Tipo de creatividad
Alumnos	Creatividad figurativa, Creatividad verbal, Conductas y rasgos de personalidad creadora
Profesorado	Creatividad cognitiva y Fluir de la creatividad

Fuente: Cabezas (citado por Ruiz, 2010)

Ahora bien mi aporte en cuanto a tipos de creatividad refiero la siguiente: Alta creatividad, media creatividad y baja creatividad. En cuanto a la alta creatividad están las obras maestras del más alto nivel, que se ha apreciado y se

aprecia a nivel de la historia de la humanidad; en el los creativos han plasmado lo mejor de su imaginación, de su capacidad y talento e inteligencia para aplicar en su campo respectivo, como es en el campo literario, en el tenemos la bella literatura, representado por Dante Alighieri, Miguel de Cervantes, entre otros representantes, que sigue perenne través del tiempo, de igual manera las obras de arte en cuanto a pinturas, oleos, frescos, esculturas etc. y como no mencionar a las más grandes y espectaculares organizaciones, empresas que manejan miles de empleados, las más grandes obras de arquitectura vistos en nuestros tiempos.

2.2.1.8. Niveles de creatividad.

Taylor (citado por Ruiz, 2010) plantea cinco niveles o grados diferentes por los cuales podemos ser creativos como: Creatividad expresiva, creatividad productiva, creatividad inventiva, creatividad innovadora y creatividad emergente (p. 52).

- a) Creatividad expresiva.** - Como su nombre indica es una creatividad de expresión o de auto expresarse en forma espontánea, sin tener una cualidad especial, pero es la base para el desarrollo de los siguientes niveles de creatividad, siendo para tal fin un espacio concreto y de responsabilidad para llevar adelante este nivel de creatividad.
- b) Creatividad Productiva.** - En este nivel se da la tendencia a controlar la fuerza de la imaginación personal, por medio del conocimiento y el material, motivando y manteniendo el interés, a partir de un buen material didáctico imaginativo, para perfeccionar la técnica creativa.
- c) Creatividad Inventiva o descubridora.** - Este nivel se caracteriza por captar y plasmar de la realidad los detalles y matices, estructurando el conocimiento y reestructurando a partir de la realidad, para aplicar artísticamente y con fundamento en lo que se quiere conseguir con nuevas combinaciones.
- d) Creatividad innovadora.** - Esta se caracteriza por renovar lo antiguo por lo nuevo, o lo que está de moda, aplicando la capacidad de abstracción, partiendo de algo que ya está establecido o que ya tiene un punto de inicio.

e) **Creatividad Emergente.** - Este es el nivel más alto de creatividad que solo algunos alcanzan, por la capacidad y calidad de los resultados, teniendo en cuenta una renovación general, que es provocado por el interés de descubrir algo favorable.

2.2.1.9. Evaluación de la creatividad.

Ciertamente la evaluación de la creatividad es compleja, en el sentido de saber cuánto se ha avanzado en creatividad en un determinado grupo de personas, sistemas educacionales, y saber a ciencia cierta el grado de creatividad que tienen los educandos del nivel inicial, básico y superior universitario de un determinado país, como el nuestro.

Es así que la evaluación de la creatividad es el resultado de políticas de planificación y aplicación de la creatividad en el educando en sus diferentes niveles educativos, de acuerdo a los test psicométricos aplicados para dichos efectos. De este modo la evaluación de la creatividad responde a una secuencia lógica de un proceso implementado para desarrollar en si la creatividad en la persona, por lo que, si no se tiene dicho implementado dicho proceso, entonces ¿Qué se va a evaluar?, como dicen que nadie cosecha lo que no se siembra.

Entonces para poder cosechar creatividad en la persona es necesario sembrar o implementar políticas de planificación. Ahora bien, ciertamente que, en un grupo de personas, de acuerdo a un diagnóstico que se pudiera efectuar algunos gozarán de alta creatividad, otros de forma regular y el resto tendría una baja creatividad. Afirmando que unos tienen la creatividad desarrollada que otros; por lo que esta cualidad tiene determinados niveles de desarrollo.

a) Evaluación de la persona creativa

Evaluación de creatividad es propiamente el de evaluar a la persona misma, si esta posee un grado de creatividad bajo, medio o alto, ya que toda persona por naturaleza tiene este “don” de la creatividad, pero expresado en diferentes grados. Respecto a este tema de evaluación de la persona creativa,

se ha estudiado y planteado diferentes test sobre creatividad por estudiosos y asociaciones académicas.

b) Procedimiento objetivo de evaluación

Este es un procedimiento objetivo de operaciones cognitivas que sirve como criterio de evaluación tomando como sustento: La fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración, por los que fundamenta la creatividad. Guilford (1986) (citado por Ruíz, 2010, p. 75). Estos son:

- **Fluidez.** - Es aquella habilidad para producir un buen número de respuestas en un tiempo record, en base a estímulos verbales.
- **Flexibilidad.** - Es una habilidad destinada a producir ideas que se puedan clasificar en diferentes categorías, con la finalidad de cambiar un enfoque de pensamiento a otro enfoque, usando determinadas estrategias para la solución de problemas.
- **Originalidad.** - Es una capacidad de producir respuestas infrecuentes.
- **Elaboración.** - Que es la capacidad para: desarrollar y detallar una respuesta cualquiera.

2.2.1.10. Creatividad e inteligencia.

García (2005) “La formación de la inteligencia debe ir acompañada necesariamente por la formación de la conciencia y el desarrollo de la vida moral” (p. 124).

Dada la curiosidad en el ser humano, las personas creativas son vistas en nuestra sociedad como las personas más inteligentes, y las no creativas son menos inteligentes. Si bien es cierto que para crear un producto o servicio nuevo se tiene que recurrir a la inteligencia, y a la capacidad imaginativa del individuo, para llevar a cabo la visión de crear algo nuevo novedoso que venga del ingenio y de la inteligencia aplicando estrategias efectivas, con una visión innovadora. Ahora bien, nos preguntamos:

¿Qué relación existirá entre creatividad e inteligencia?

¿Qué relación habrá entre creatividad empresarial y rendimiento académico?

En este sentido se plantea que:

- La creatividad es una capacidad que depende de la inteligencia.
- La inteligencia como capacidad dependiente de la creatividad.
- La inteligencia como capacidad dependiente de la creatividad.
- La creatividad e inteligencia son independientes y que no tienen relación alguna entre ambos.
- la creatividad e inteligencia son capacidades independientes, pero que en algunos aspectos dependen mutuamente (Ruiz 2004, p. 59).

Esta relación inteligencia y creatividad tiene mucho interés para las averiguaciones del caso.

En esta se medirían las actitudes y aptitudes de los involucrados, más aún hay estudiosos que afirman que la inteligencia debe ser considerada como una manera diferente de pensar de la creatividad.

2.2.1.11 Estilos de creatividad.

Taylor (1959) (citado por Ruiz 2010) habla de tres estilos de creatividad: endógena, epígena y exógena. (p. 52).

En cuanto a creatividad endógena el ser humano genera ideas creativas con mucha facilidad, como dando un punto de partida, pero dada la situación que, con el paso del tiempo, no se genera la habilidad para su desarrollo de esta idea creativa. Respecto a creatividad epígena, en ella se desarrolla la creatividad que han sido iniciadas por otros sujetos, dando continuidad y llevadas plenamente a término.

Y por último la creatividad exógena que se generan en la parte externa, por lo que utiliza lo iniciado y desarrollado por otros sujetos pensantes, solo que su originalidad está en la aplicación dentro del círculo creativo.

2.2.1.12. El pensamiento creativo.

Respecto a pensamiento creativo; Esquivias (2008) afirma: “Es aquel que lleva a cabo en la elaboración o modificación de algo, incorporando elementos novedosos en la producción de ideas originales para desarrollar o transformar algo existente” (p.19).

a) El pensamiento creativo y el cerebro:

El cerebro se considera la parte motora del ser humano que juega un rol importante en el pensamiento creativo, y por tanto en la creatividad de manera general, el cuál es responsable del pensamiento, el control del cuerpo, del sentido y de la memoria.

Este órgano recibe datos de los receptores como de los oídos, la vista, el tacto, el olfato, para luego llevar al juicio de valor realizando un análisis de la información. De este modo este órgano es el responsable de controlar los movimientos que son conscientes, al realizar trotes, saltar etc.

De por lo que el cerebro también como dijimos controla el pensamiento, el comportamiento, la parte fisiológica y todo los movimientos que pueda realizar el cuerpo humano.

El cerebro es el centro de información y procesador de datos más grande, tomando las decisiones más acertadas y las que convengan de acuerdo al interés de cada persona; ésta se lleva a cabo por medio de las llamadas neuronas (que son células cerebrales) que se interconectan entre sí una tras otra, por lo que según los estudiosos existen aproximadamente cien mil millones de neuronas, por lo que cada neurona tendría aproximadamente entre diez a once mil contactos con otras células cerebrales o neuronas.

b) El pensamiento creativo y la imaginación

Muchos se preguntaran cuál es lo primero: la imaginación o el pensamiento creativo, o como decir: que es primero la gallina o el huevo,

pero repasemos las definiciones que ya hemos mencionado para sacar algunas conclusiones:

- Respecto a la imaginación Sovero (2002) afirma que es: “La capacidad de la conciencia para elaborar nuevas representaciones e imágenes de carácter sensorial o conceptual sobre la base de la transformación de las impresiones de la realidad proporcionada por los analizadores” (p. 5).
- En cuanto al pensamiento creativo Esquivias (2008) afirma: “Es aquel que lleva a cabo en la elaboración o modificación de algo, incorporando elementos novedosos en la producción de ideas originales para desarrollar o transformar algo existente” (p. 19).

Si bien es cierto que prácticamente ambos términos tienen el mismo significado en su argumentación, o que ambos se complementan. En este sentido se plantea la existencia de la imaginación reproductora y la creadora; con respecto a la reproductora, esta tiene el poder de formar imágenes, el de reproducir una sensación, una percepción que ha sido experimentada, por medios táctiles, olfativos, gustativos kinestésicos y visuales, y la creadora hace que no solamente reproduzca imágenes, sino que luego de combinarlas crea nuevas representaciones. Quillet (citado por Ramos y Guerra, 2005).

Se sabe que las imágenes de los objetos que han sido detectados por los sentidos, es la base que usa la imaginación para su acción; por lo que estas funciones netamente corresponden a la actividad del cerebro del ser humano, entrando en acción el hemisferio derecho del cerebro, en coordinación con el hemisferio izquierdo, haciendo realidad la imaginación y el pensamiento creativo y/o creatividad por intermedio del aprendizaje.

Ramos y Guerra (2005). Afirma: “La imaginación es un rasgo distintivo de la actividad psíquica del individuo y de su naturaleza activa. Se manifiesta en la creación de algo nuevo” (p. 23).

c) El pensamiento creativo y la motivación

La motivación es un estado de la mente, y un proceso psíquico que está activado en un momento dado, con el fin de mover a la persona a realizar algo o a actuar de acuerdo a un fin propuesto o a un impulso.

Ramos (2005) afirma: “Que las actividades mentales (procesos psíquicos), como percepción, memoria, pensamiento, emoción, sentimiento, reflejan la interacción del sujeto con el mundo, y esto, a su vez, regula su conducta, ya que ella es el reflejo de la realidad” (p. 28).

Por tanto la motivación es el motor que mueve nuestro quehacer creativo, y nuestro pensamiento creativo entra en acción con la finalidad de conducirnos a algo propuesto o las metas a alcanzar. Por lo que es evidente que si nos falta la motivación en crear algo nuevo, entonces simplemente no se ejecuta la creatividad, por lo que es necesario que este en coordinación permanente la motivación y el pensamiento creativo.

En la motivación propiamente se vislumbra, la motivación intrínseca y extrínseca, la primera corresponde propiamente a nuestro ser, nuestra esencia y naturaleza, lo que nos motiva para ser persona y salir adelante, el segundo corresponde al impulso de la persona en función con la realidad social del entorno, de tal manera que se genera ideas creativas en relación a esta realidad; veamos la relación con el quehacer.

Tabla 5

Motivos y necesidades pedagógicas

Motivos y necesidades pedagógicas	Intrínsecos	Individuales	a) Obligación de aprender y prepararse para un trabajo seguro. b) Obligación de prepararse para lograr y defender los ideales. c) La intención de desarrollo: La orientación hacia un oficio o profesión
		Sociales	a) La necesidad de desarrollar capacidades, habilidades, hábitos. b) La necesidad de auto valorarse y auto realizarse.
	Extrínsecos	Sociales	a) La obligación que se asume hacia los padres b) Actitud cívica, democracia.
		Individuales	a) La necesidad de obtener buenas notas y valorarse. b) Recibir la aprobación de los demás y ocupar un lugar prestigioso. c) La necesidad de bienestar material y de asegurar el futuro. d) La necesidad de evadir un deber u obligación impuesta.

Fuente: Ramos (2005).

d) El pensamiento creativo y la emoción

Según los estudiosos en el tema afirman que el pensamiento creativo tiene una relación en mayor o menor grado con la emoción. Ahora bien pero ¿Qué es la emoción? Lexus (2009) afirma: “Es la alteración intensa del ánimo provocada por determinadas situaciones y que a veces tiene repercusiones somáticas” (p. 322).

Categorícamente las emociones de la persona están prácticamente en todos los quehaceres del hombre; por lo que las emociones pueden facilitar u obstaculizar el proceso creativo, y propiamente el producto creativo; por lo que a partir de ello es evidente que hablemos de una creatividad emocional, es decir emoción más pensamiento creativo, con una perspectiva constructivista social.

Ruiz (2010) afirma que: “La creatividad emocional es la habilidad de comprender, conocer, acceder y expresar nuestras emociones y la de los demás; de resolver problemas o conflictos personales, intrapersonales e interpersonales, de forma original, novedosa, útil y de calidad, al mismo

tiempo que nos permite conocernos mejor a nosotros mismos y a los demás” (p.55).

Goleman (1995) afirma: “Ordenar las emociones al servicio de un objetivo es esencial para prestar atención, para la automotivación y el dominio, y para **la creatividad**. El autodomínio emocional –postergar la gratificación y contener la impulsividad- sirve de base a toda clase de logros” (p. 46).



Figura 11: *La suma de la creatividad*

e) **El pensamiento creativo y el desarrollo de la personalidad**

Personalidad es como dice: Sovero (2002) afirma: “Ser social insertado en la amplia red de relaciones colectivas como producto histórico y a la vez, como sujeto activo del desarrollo de la sociedad” (p.27).

Ramos (2005) afirma: “La creatividad es una expresión compleja de la subjetividad humana, una expresión de la personalidad en su función reguladora, donde lo cognitivo y lo afectivo funcionan en estrecha unidad” (p. 39).

El pensamiento creativo como parte subjetiva del hombre, en relación con el entorno formativo como es la sociedad, la familia, la escuela y la universidad juegan un rol muy importante en la formación de la personalidad del individuo, es decir su forma de ser; y es la persona el dueño de su destino, el decide, el construye, crea mediante el pensamiento creativo el desarrollo de su personalidad, esto en función con el paradigma de la educación, en un marco histórico social, en donde

interviene el aspecto subjetivo, afectivo y cognitivo en ese proceso de formación, dando estabilidad e integridad a través del tiempo al individuo que busca un rol en la sociedad por medio de operaciones reflexivas y un proceso motivacional para realizarse plenamente y ser partícipe de la cultura creativa, con valores propios de una sociedad a partir de la cultura emprendedora, jugando un papel importante el entorno y la competitividad; dando finalmente un sentido a su creatividad como un valor dentro de la cultura como capital humano para desarrollar la misma, en el marco de la libertad, facilitando la progresiva adopción de metodologías y estructuras de trabajo para mejora de sus actividades que se ha propuesto en bienestar propio y el de la sociedad; para ser maestros de nuestro propio destino el cuál le corresponde solo al pensamiento creativo.

2.2.1.13 El pensamiento creativo en la formación de competencias creativas en la universidad.

En nuestra actualidad la educación universitaria y tecnológica se podría constituir en un medio importante para el desarrollo del pensamiento creativo. En este entender el pensamiento creativo es una estrategia importante para consolidar la formación en la educación superior, el cual permite desarrollar la imaginación por medio de un proceso de desarrollo de estrategias cognitivas con originalidad, independencia e imaginación, y de esta manera consolidar el desempeño profesional de los estudiantes del nivel superior. El aprendizaje creativo también nos lleva a contar con gente creativa, basados en la motivación, imaginación y fluidez con un clima pedagógico e investigativo.

Freiria (2006). Afirma: “El desarrollo de estrategias de pensamiento creativo en los estudiantes universitarios es una vía idónea para perfeccionar el proceso de formación” (p.230). Para dicho fin es necesaria la implementación de asignaturas en planes de estudio, talleres y programas como herramientas necesarias para el desarrollo del pensamiento creativo, y por ende la creatividad, considerando que el hombre es potencialmente creativo (p. 229)

Freiria (2006). Propone como propuesta: “El Clima pedagógico creativo, el proceso de formación y la prueba diagnóstica” (p. 231).

En el clima pedagógico creativo fomenta principalmente el desarrollo de la imaginación y la originalidad, por cuanto necesita de un espacio temporal para construir progresivamente las competencias creativas por etapas, desarrollando la comunicación entre docentes y estudiantes, la actividad grupal por medio de la participación y permitir el desarrollo del aprendizaje significativo, con opciones de experimentar, problematizar y discrepar, dando lugar a la acción y juicio para desarrollar la imaginación.

El Proceso de formación está enfocado para lograr las competencias cognitivas creativas con la finalidad de desarrollar el pensamiento creativo, que ligado al sistema del lenguaje aprende lo nuevo.

Vigotski (citado por Freiria, 2006) indicaba que “La creatividad depende de la capacidad combinatoria ejercida en la actividad de dar forma material a los frutos de la imaginación” (p. 231).

Guilford (citado por Freiria, 2006) afirma: “El pensamiento creativo está dentro del pensamiento divergente” (p.231).

Dentro del pensamiento creativo se da a conocer el aprendizaje significativo y desarrollador. Ausbel (citado por Freiria, 2006) afirmaba que “El aprendizaje significativo es aquel que sucede cuando se desarrolla de modo sustancial lo nuevo con lo que el educando ya sabe” (p. 231).

La prueba Diagnóstica es un instrumento importante para el desarrollo de las competencias creativas en los estudiantes de modo que el clima pedagógico creativo acoja el pensamiento creativo, la imaginación la motivación, la originalidad y el aprendizaje creativo en los alumnos.

Vigotski (citado por Freiria, 2006) afirmaba que “La imaginación es un proceso mental consciente en el que se evocan ideas o imágenes de objetos, sucesos, relaciones, atributos o aquellos procesos nunca antes experimentados, ni percibidos, la imaginación activa, constructiva o creativa, produce imágenes de objetos poco o nada relacionados con la realidad pasada y presente aunque incluye la renovación o la experimentación de lo que se ha vivido (memoria)” (p. 232).

a) El pensamiento creativo en la educación universitaria

El pensamiento creativo que estaría inmerso en la educación universitaria nos puede conducir a una auto liberación, de manera que aplicando y cumpliendo estrictamente el proceso educativo, en lo humano, social y cultural, por la cual los educandos adquieren conocimientos, valores, formas de vida, costumbres etc. incluso también desde el seno familiar, en medio de la formación escolar y del nivel universitario; el pensamiento creativo también contribuye a una educación en valores como: tolerancia, solidaridad, responsabilidad e identidad, acompañado de un proceso continuo de adquisición de conocimientos. El desarrollo del pensamiento creativo también tiene que estar inmerso dentro del proceso de enseñanza aprendizaje; y debo permitirme en definir ¿qué es estrategias de enseñanza aprendizaje creativo? y sus medios educativos en dicho proceso.

Por cuanto, las estrategias de enseñanza aprendizaje creativo, es aquella acción del antes, del presente y del después. El antes es la planificación de los métodos, temas y medios educativos (recursos) creativos para poder aplicar en los educandos, el presente es el momento de la aplicación de lo planificado en la interrelación entre el docente y los alumnos, y entre alumnos, y el después sería la evaluación de lo aplicado en los alumnos; para luego obtener un resultado de aprendizaje creativo satisfactorio de este proceso de manera constructiva.

En este sentido la educación superior universitaria tiene que estar encaminada a pretender desarrollar las capacidades y habilidades cognitivas

del pensamiento creativo: como el de observar, imaginar, interrogar y dramatizarlo para dar rienda a la imaginación, con una serie de experiencias, recursos materiales y otros, dado que al facilitador le corresponde crear situaciones sorprendentes, motivantes, y suscitando buenas relaciones entre los actores de dicho proceso didáctico de enseñanza aprendizaje de manera integradora, considerando que el alumno esté en condiciones de realizarse plenamente, recurriendo a su autoaprendizaje y autoevaluación.

b) Habilidades del pensamiento creativo universitario

¿Cómo enseñar a pensar creativamente para establecer el aprendizaje en el nivel educativo universitario?

Categoricamente es una pregunta común para el desarrollo de las habilidades de pensamiento creativo. En esta intervienen el pensamiento e inteligencia, el pensamiento y lenguaje, el pensamiento creativo, el pensamiento crítico y el pensamiento metacognitivo.

Según Unimar (2012) “El concepto de inteligencia ha incluido aspectos como: la velocidad de procesamiento de información, la creatividad, y la memoria excepcional” (p. 87) y también el pensamiento crítico.

En la inteligencia está presente lo cognitivo y lo cognoscitivo, en lo cognitivo está presente la memoria, la percepción y la atención; y en lo cognoscitivo está la organización de información y estructuración de esquemas mentales y conceptuales, como esquemas, imágenes, proposiciones y modelos.

Respecto al pensamiento y el lenguaje, Vigotski (1979) (citado por Unimar, 2012) afirma: “Tanto el pensamiento como el lenguaje, son procesos cognoscitivos relacionados de forma indisoluble y, forman una estructura como un todo funcional” (p. 88).

En cuanto al pensamiento creativo Unimar (2012) afirma. “Es generador de ideas y alternativas, de soluciones nuevas y originales, permite comprender, inventar, establecer nuevas y personales conexiones entre lo

que se sabe y lo que se aprende” (p.88). El pensamiento creativo también está íntimamente ligado al pensamiento crítico.

En el pensamiento crítico Unimar (2012) menciona: “Permite procesar y relaborar la información que recibe, dispone de una base de sustentación de sus propias creencias, posibilitando una actividad intelectual” (p.88). Esta actividad se da no solamente en los ambientes académicos sino también en el diario quehacer, usando la razón para la solución de problemas y finalmente se pueda tomar decisiones acertadas.

En pensamiento Meta cognitivo. Unimar (2012) afirma: “Se refiere al grado de conciencia o conocimiento que los individuos poseen sobre su forma de pensar (procesos y eventos cognitivos)” (p.88).

El conocimiento de estas habilidades que están en los procesos cognitivos del ser humano nos ayuda para que el alumno no solamente sea un mero receptor de conocimientos, sino también el tener conocimiento de cada persona de manera integral, a base de la imaginación y la intuición como parte del proceso de aprendizaje, utilizando la lógica y los procesos de razonamiento con el análisis y el juicio crítico; considerando para su ejecución la metodología inductiva y deductiva y otras, para la resolución de problemas, haciendo uso del razonamiento lógico, analógico, divergente, hipotético, transitivo y el análisis – síntesis; como operaciones mentales, acompañados del pensamiento crítico y reflexivo, categorizando y desarrollando así en el estudiante universitario las habilidades de pensamiento creativo, como premisa para su desempeño eficaz como futuro profesional en medio de la sociedad, de acuerdo a su escuela profesional.

c) El pensamiento creativo en el diseño curricular universitario

Dado que el término de “pensamiento creativo” y “creatividad” en su significado es prácticamente lo mismo que es el de generar ideas para crear algo nuevo, original o como que creatividad es un término generalizado, para hablar de actos creativos a partir del pensamiento creativo; cuando decimos al ver el resultado o el producto creativo decimos:

“Esto es mi creatividad”

En este entender si revisamos los diseños curriculares de las escuelas profesionales, especialmente de administración, vemos que el tema de creatividad es el gran ausente, claro a excepción de algunas escuelas. Dado que la educación universitaria también tiene que gozar de una educación holística e integral, para poder sacar provecho en el desarrollo de capacidades y habilidades profesionales creativas en el estudiante universitario.

De la Torre (1999) (citado por Esquivias, 2008) afirma: “La creatividad ha de estar presente en el diseño curricular si queremos que lo esté en el desarrollo profesional y en la realización personal del adulto” (p. 71). Para este motivo el mismo autor propone:

En los objetivos de enseñanza aprendizaje, se propone la imaginación, originalidad, lo inventivo, espontaneidad, actitud integradora, tolerancia, apertura, ingenio, sensibilización, elaboración, flexibilidad y el desarrollo de habilidades cognitivo y social. Puesto que la creatividad de esta forma puede ser incluida en el plan curricular.

En los contenidos y su secuenciación, se indica que debe estar presente en cualquier contenido curricular de acuerdo a la materia en que se programe.

En las estrategias y actividades de los docentes se plantea: De la Torre (1999) (Citado por Esquivias, 2008, p. 72) Como método creativo:

- La metodología creativa descansa en el alumno.
- Predominan los procedimientos indirectos.
- La metodología heurística.
- Las estrategias de simulación.
- El aprendizaje autónomo y por descubrimiento.

Menchen y Fresnada (Citado por Esquivias, 2008, p. 72) proponen las siguientes Técnicas creativas de:

- Humor y relajación
- Trabajo en grupo.
- Analogías.
- Audición creativa
- Indagación, discrepancias y paradojas
- Preguntas provocativas.

En los recursos y materiales se sugiere aspectos de organización a base de fuentes de información, recursos audiovisuales, empleando sobre todo la imaginación (Esquivias, 2008, p. 73).

En la evaluación creativa respondiendo a la siguiente interrogante:

¿Cómo y en que consiste una evaluación de creatividad? Se propone:

- Hacer uso de una evaluación polivalente, con aspecto divergente, acopiando información durante el proceso de aprendizaje/enseñanza por medio de técnicas
- Se debe tomar en cuenta los puntos de vista, los aportes personales en su proceso de aprendizaje.
- Que lo aprendido se debe aplicar a otras realidades y problemas diferentes.
- Que los juicios de valor y aportes, sean también producto de diferentes fuentes de información que el alumno ha acopiado (Esquivias, 2008, p. 73).

d) Perfil creativo del docente universitario

Los “perfiles y características de docentes” que veremos corresponden a docentes de los diferentes niveles educativos, y no específicamente para docentes universitarios, pero que también es válido para el docente universitario.

El perfil y características que debe tener un docente entre otros es que: cree que sus alumnos son personas importantes, les ayuda cuando lo necesiten, admite sus errores, confía en los alumnos, es paciente y tiene el sentido del humor, es fácil de hablar con él, se enorgullece con los éxitos de los alumnos, tiene tacto y consideración, se expresa claramente, nunca se enfada ni se encoleriza, es severo, le gusta opinar, revela con frecuencia sus emociones, no cambia en su manera de pensar, está centrado en sí mismo y le gusta estar con gente joven (Esquivias, 2008, p. 74).

El perfil propuesto por Hallman (1975) (Citado por Esquivias, 2008, p. 77-78). Dice que:

- Promueve el aprendizaje por descubrimiento.
- Incita a un sobre aprendizaje y la autodisciplina.
- Estimula los procesos intelectuales creativos.
- Difiere el juicio y promueve la flexibilidad intelectual.
- Induce a la autoevaluación del rendimiento.
- Ayuda a ser más sensible al alumno.
- Incita con preguntas divergentes.
- Aproxima a la realidad y manejo de las cosas.
- Ayuda a superar los fracasos.
- Es democrático que autoritario.

Entre otros aspectos también mencionamos que: debe ser respetuoso de las preguntas de los estudiantes, y de sus ideas originales, y debe mantener el nivel de la creatividad de los alumnos para que se estimule su desarrollo y aplicación de la creatividad en la escuela profesional donde se desempeña, como premisa de ser un profesional ampliamente creativo.

e) Perfil creativo del alumno universitario

Para poder identificar a los alumnos creativos, Jerome S. (1992) (Citado por Esquivias, 2008), incluye rasgos como:

- Habilidad para diferir el juicio.
- Apreciación estética.
- Atracción por lo complejo y lo misterioso.
- Curiosidad y humor.
- Elevado nivel de energía y entusiasmo.
- Imaginación, penetración e independencia.
- Falta tolerancia al aburrimiento.
- No es conformista
- Dispuesto a la diversión.
- Dispuesto a correr riesgos.
- Confianza en sí mismo.
- Sensibilidad y espontaneidad
- Habilidad para ver qué soluciones crean nuevos problemas.
- Tolerancia a las ambigüedades y los conflictos.
- Disposición a enfrentar el ostracismo social.
- Disposición a soñar y fantasear. (p. 79).

En este sentido el perfil del alumno creativo es aquel que da iniciativas de manera constante, haciendo uso de su pensamiento creativo, dando sugerencias, generando preguntas y creando nuevas situaciones de aprendizaje, en el marco de su educación universitaria, haciendo uso de sus atributos como persona. Y finalmente debo decir que este perfil del alumno se debe manifestar en todo momento de su vivir, en el antes, en el ahora y en el después.

2.2.1 La formación académica

Amei (2003) afirma: “Conjunto de enseñanzas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, y cuya función es preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional” (p. 6).

La formación académica tiene carácter de ser integral y holística, como lo expresamos en la tabla 7:

Tabla 6

De la formación académica

Formación Académica	Nivel de aprendizaje	
	Preparación académica	Conocimientos adquiridos
Preparación personal en valores	Laboriosidad y Veracidad	Puntualidad y honestidad etc.

Fuente: Elaboración propia.

En este entender la formación académica también se da en la familia, y tanto así perfectamente en la escuela, conjuntamente con la orientación vocacional, el rendimiento académico y la actitud del alumno frente a la sociedad, por medio de la voluntad de aprender, la curiosidad, y la responsabilidad propia y el de ser consecuentes como parte del estilo de vida; asumiendo una actitud crítica respecto a su compromiso académico, su método de estudio, el sistema educativo, el estudio, la institución educativa, la relación con los docentes, métodos de enseñanza, la relación con los compañeros de estudio, la rigurosidad, las evaluaciones y el trabajo continuo, para el desempeño académico eficaz del estudiante, en base a su autonomía y libertad de desempeño en relación con la institución educativa, la universidad etc.

También tengamos en cuenta que el aprendizaje y formación de cada individuo se realiza por medio de la experiencia, en su escucha y puesta en práctica la interpretación de la realidad en medio del mundo.

La búsqueda constante de superación de acuerdo a su voluntad, que incluyan comportamientos determinados, habilidades sociales, destrezas, iniciativas en base al interés de saber y prepararse de manera adecuada para su desempeño eficaz en la sociedad, e ingresar al mundo del trabajo con una preparación científica que posibilite construir sus lineamientos de vida y su compromiso social.

2.2.2.1 Objetivos en la formación profesional.

Tabla 7

Los objetivos de la formación profesional

Ambito objetivo	Teoría
Teórico conceptual	Es la adquisición de conocimientos con contenidos científicos y técnicos adquiridos en la universidad, con la finalidad de poner en práctica en el puesto de trabajo.
Creativo cognitivo	En esta el alumno desarrolla sus habilidades creativas, sus cualidades y capacidades cognitivas para ejercer como tal en la profesión para el que se capacita.
Aptitud y actitud	Esta refiere cuando el alumno adquiere la capacidad suficiente para enfrentar los obstáculos y problemas que se presenta a lo largo de la profesión, resaltando y poniendo en práctica los valores adquiridos, como la ética profesional, la empatía, etc.
Liderazgo	Se refiere a que el futuro profesional tenga la suficiente capacidad de influenciar, coordinar, comunicar, inspirar, y motivar a las personas de su entorno donde se desempeña para lograr los objetivos organizacionales.
Trabajo en equipo	Que es la capacidad de trabajar y participar en un ambiente de respeto y acogida de iniciativas, dentro de un equipo de personas con un solo objetivo.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2.2 Factores de la formación académica.

La formación académica tiene que ver con diferentes factores; como el factor de rendimiento académico, el factor económico, el factor familiar, el factor personal y el factor institucional.

a) Factor de rendimiento académico

Este factor está ligado al proceso de aprendizaje, al juicio de valor, pero dada la situación se muestra complejo porque tiene que ver con asuntos de la memoria, el interés y la voluntad propia del alumno en querer aprender algo encomendado.

Dado que el rendimiento académico está interpretado por indicadores cuantitativos, con una calificación vigesimal, en base a un rango de aprobación respecto de una asignatura, que tiene contenidos específicos.

En este entender dentro del contexto educativo el rendimiento académico por medio de la evaluación, es representado por una calificación cuantitativa o una nota aprobatoria o desaprobatoria, que es el reflejo de la preparación

académica que tuvo durante el proceso de enseñanza aprendizaje en un tiempo y lugar determinado por parte del estudiante.

Respecto a la nota o cuantificación académica en el caso peruano ésta es visto por la autoridad respectiva para aplicar al estudiantado de acuerdo al nivel de estudios que cursa; para el nivel primario, secundario y superior, ésta es de cero a veinte puntos o en letras:

De la “A hasta la E” respectivamente; con un rango aprobatorio de: “11 a 20 puntos” o de: “14 a 20 puntos”, y en letras de la: “A hasta la C”.

Este mecanismo, es para promover o no al estudiante para su pase al siguiente grado de estudios, desde luego asumidos con responsabilidad y objetividad de parte del docente dentro de la institución educativa donde labora, con interpretaciones óptimas, teniendo en cuenta su realidad subjetiva y las condiciones necesarias para su actuación.

Estas notas respecto al rendimiento académico es simbólica dándose como una observación de cómo evoluciona el estudiante en su proceso formativo, pero teniendo en cuenta que estas notas no es el reflejo de su inteligencia, o de una realidad objetiva de forma absoluta, tanto así que se destacan la relación entre el proceso de aprendizaje con los logros obtenidos en un determinado semestre académico que involucra los factores extrínsecos e intrínsecos del alumno, por medio de valores y las decisiones tomadas para el caso, para llegar a una definición y decisión final.

El rendimiento académico en el nivel universitario, no solo se debe concebir como una forma de recepción y acumulación de datos y conocimientos, sino que es todo un proceso de crecimiento intelectual, para despertar en el estudiante su capacidad analítica, reflexiva, creativa y crítica, respecto a su preparación y su aporte para con la sociedad.

Ahora no se trata de acumular títulos por doquier; se trata de tener y obtener calidad educativa.

b) El factor económico

Este factor incide en la formación del estudiante ya que los recursos económicos es el sustento para llevar a cabo la formación académica, que provienen mayormente de los recursos económicos de los padres de familia, y en otros casos de becas de estudio provenientes de la misma institución, de otras instituciones y del estado; éstas dependiendo en la mayoría de los casos del desempeño y el rendimiento académico del alumno, tiene que ver con todas la condiciones económicas del alumno para su proceso de aprendizaje enseñanza para poder solventar gastos de: estudio, alimentación, vivienda, transporte, material de estudio, vestido, esparcimiento y otros gastos al cuál estas sean satisfechas para el desarrollo de sus actividades en forma satisfactoria. En este entender el estudiante tiene que tener ese apoyo para el logro de sus objetivos trazados.

Ahora bien algunos estudiantes optan por el apoyo de una beca que proviene de la misma institución en que estudia, de otras instituciones y del financiamiento del estado, que en su mayoría es de acuerdo al rendimiento académico del estudiante, para poder solventar estos gastos de estudios y tener tranquilidad y el tiempo necesario para una dedicación exclusiva en los estudios.

c) El factor familiar

Este factor se explica como una dimensión bastante compleja, pues muchos de los estudiantes provienen de distintas familias, cuyo ambiente familiar y la relación entre padre e hijos influye en el proceso de enseñanza aprendizaje del educando, puesto que en el núcleo familiar se gestan principalmente los valores, los patrones de comportamiento, y la actitud del estudiante hacia el estudio. Y como dicen muchos estudiosos que la familia es la primera escuela, en donde la persona desde el momento que nace va adquiriendo diferentes habilidades, conocimientos, las cuales se van haciendo fuertes para poder interactuar con el mundo que le rodea que es la sociedad y el ambiente físico. De esta manera y de acuerdo a la formación

familiar que tuvo el educando, esta influirá en su formación académica, poniendo en práctica sus destrezas y habilidades académicas de manera significativa, para construir su personalidad y hábitos de estudio.

d) El factor personal

Visto dentro del contexto ser humano es toda una dimensión psico biológica social, tiene motivos suficientes en uso de su razón para proyectar su vida, su educación.

Este factor personal influye también en el ámbito educativo de nivel superior, por cuanto es la persona misma la que decide su futuro en base a su ser corporal, psicológico y social, por cuanto si una de estas bases falla, entonces veríamos peligrar las oportunidades de superación profesional a nivel universitario. Dentro de este factor se considera también la habilidad y el esfuerzo.

En la vida académica, habilidad y esfuerzo no son sinónimos; el esfuerzo no garantiza un éxito, y la habilidad empieza a cobrar mayor importancia.

Esto se debe a cierta capacidad cognitiva que le permite al alumno hacer una elaboración mental de las implicaciones causales que tiene el manejo de las autopercepciones de habilidad y esfuerzo. (Edel, 2003, p.1)



Figura 12: *El factor personal de la formación profesional*

En este ámbito los docentes tienden a valorar el esfuerzo de los estudiantes que la habilidad personal.

Por tanto el esfuerzo personal es el empleo de la energía plus, de manera física o mental que tiene el ser humano para lograr un objetivo que se propone. Ahora partiendo de este modo conceptual en la mayoría de casos los alumnos ponen al máximo nivel sus energías mentales para lograr sus objetivos, incluso los que tienen habilidades e inteligencia también se esfuerzan pero en menor medida. Como dicen todo logro que la persona consigue es fruto del esfuerzo y sacrificio mismo de la persona; de manera que el esfuerzo humano influye en el rendimiento académico, y por tanto en la formación académica acompañado de una serie de estrategias estudiantiles, que evidentemente se verificará en el proceso de enseñanza aprendizaje.

e) El factor motivacional

Este factor constituye una conceptualización importante para el desempeño eficaz del alumno en su formación académica respecto a motivación.

Alcalay y Antonijevic (1987) citado por (Edel, 2003) enfatiza respecto a motivación estudiantil: “Este proceso involucra variables tanto cognitivas como afectivas: cognitivas, en cuanto a habilidades de pensamiento y conductas instrumentales para alcanzar las metas propuestas; efectivas, en tanto comprende elementos como la autovaloración, autoconcepto, etc.” (p.5).

Ciertamente la motivación para el buen rendimiento académico es bastante amplia, un estudiante de nivel superior universitario puede seguir su proceso de educación motivado por diferentes factores, y estas actúan entre sí. Un motivo puede estar entrelazado con otro motivo, y un motivo con otros varios motivos; estas pueden ser:

- Motivado para el logro de su título profesional
- Motivado por factores de superación personal y profesional.
- Motivado para ser reconocido en la sociedad.
- Motivado para conseguir un puesto de trabajo.

- Motivado para conseguir tener riqueza.
- Motivado por asuntos espirituales y religiosos.
- Motivado por razones familiares y sociales.
- Motivado por un estímulo económico.

La motivación lo expresamos en la figura 14:



Figura 13: *Del factor motivacional*

f) El factor institucional

Este factor hace referencia a la institución superior donde el educando realiza sus estudios respectivos, pero su influencia en el estudiante en su proyecto de ser un profesional a carta cabal no influye de manera categórica, ya que el mismo estudiante elige la institución donde realizar sus estudios. De esta manera la institución educativa superior puede brindar una preparación óptima, o una preparación media o una preparación mediocre, pero el estudiante al final elige.

2.2.2.3 *La escuela profesional de administración de negocios internacionales-UAP.*

a) De la escuela

La Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales tiene sus inicios conjuntamente con la fundación de la Universidad Alas Peruanas en el año de 1996.

Forma profesionales con visión global de acuerdo al mercado competitivo y globalizado, con un paradigma multifuncional y multidisciplinarios, con visión gerencial y estratégica, formados para investigar mercados nacionales e internacionales.

b) Del perfil profesional

“El administrador egresado de la Universidad Alas Peruanas, está capacitado para desempeñarse en los sectores público y privado, en organizaciones nacionales e internacionales, en cargos gerenciales de las áreas de negocios internacionales, mercadotecnia, administración de operaciones, planeamiento estratégico, en la línea financiera y contable y de recursos humanos” (UAP, 2017, p. 1).

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Creatividad empresarial

La creatividad empresarial es la dimensión humana transformadora del ser y del medio en un proceso cognitivo afectivo y energético para la generación y desarrollo de ideas originales, pertinentes y relevantes (Gonzales, 2012, p. 30).

Formación académica profesional

Conjunto de enseñanzas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, y cuya función es preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional (Amei, 2003, p. 1).

Alumno

Horst y Zenke (2001). Afirman que en general es toda persona, sea niño, joven o adulto, que asiste a un centro educativo para adquirir conocimientos, capacidades y habilidades (p. 10).

Aprendizaje

Sovero (2002), señala que es proceso de adquisición de habilidades, competencias, conocimientos o procedimientos a través de la práctica concreta”. (p.5).

Asignatura

Es aquel curso o materia que contiene una serie de contenidos respecto a un determinado tema general, que está planificado para su enseñanza respectiva.

Autogestión empresarial

Son empresas que son administradas por los trabajadores, de igual modo tienen participación de los resultados económicos de manera directa y efectiva.

Cognición

Sovero (2002) afirma: “Acto de conocimiento, conocimiento en general. Proceso mental o intelectual, que posibilita el conocimiento de objetos o de todos los que nos rodea” (p. 9).

Competitividad

Palabra que viene del inglés competitiveness; para referirse al nivel de productividad de una empresa o un país, de acuerdo a un proceso y modo de aplicación de un sistema económico, administrativo de producción.

Cultura empresarial

Son todas aquellas normas, valores y hábitos que se encargan de dar forma a un grupo organizado con fines lucrativos, donde existe una administración y trabajadores, que le dan una forma determinada; en un lugar y tiempo determinado.

Desarrollo académico

Para su efecto se sustenta en base a programas elaborados por instituciones educativas para el desempeño académico eficaz de un estudiante de manera escalonada, teniendo en cuenta el pasado, el presente y el futuro.

Diseño curricular

Es aquel conjunto de actividades académicas programadas que da a conocer y propone una institución educativa de cualquier nivel, para su desarrollo respectivo en una sesión de clase.

Docente

Es aquel profesional debidamente preparado para llevar adelante y aplicar el proceso de enseñanza aprendizaje, a un determinado número de alumnos, en lugar y tiempo respectivo, de acuerdo al nivel de estudios que cursan.

Educación

Es todo un proceso de inculcar sabiduría a la persona, a vivir en sociedad de manera armónica y en valores personales, culturales y sociales, satisfaciendo las necesidades de aprendizaje, formando su personalidad de manera integral, en un determinado espacio y tiempo, de acuerdo a la planificación de enseñanza aprendizaje de las instituciones a su cargo.

Educación superior

Es aquella etapa de la educación que inculca sabiduría y valores de manera sostenida; categorizando el desarrollo y la especialización de los educandos en los diferentes campos del saber de manera integral, y contribuyendo de esta manera al desarrollo de un país.

Enseñanza

Es aquel conjunto de procesos educativos sistemáticos programados por el docente, con la finalidad de que el educando tenga las posibilidades de aprender; por medio de la orientación, conducción para su desarrollo psíquico, físico y académico del estudiante.

Evaluación

Es el resultado de los logros alcanzados luego de un proceso de aprendizaje enseñanza a un estudiante o estudiantes, valorados de manera cuantitativa y cualitativa.

Gestión empresarial

Palabra que deriva del latín: “gestio, onis” que significa acción y efecto de administrar. Gestión empresarial abarca la coordinación, administración y gerencia de una empresa, con proyección a resultados económicos sociales satisfactorios, haciendo uso de la planificación, organización, dirección y control para la toma de decisiones de manera competitiva.

Imaginación

Sovero (2002) afirma: “capacidad de la conciencia para elaborar nuevas representaciones e imágenes de carácter sensorial o conceptual sobre la base de la transformación de las impresiones de la realidad proporcionada por los analizadores. (p. 5).

Instrumento de evaluación

Es aquella herramienta física que se programa, con la finalidad de medir el grado de aprendizaje desarrollado por el estudiante: Estos son la prueba escrita, el cuestionario o una encuesta.

Innovación

Es aquella facultad del ser humano para crear algo nuevo en reemplazo de un objeto o situación objetiva, que se encuentra deteriorada o pasado de moda, suscitándose un cambio; esto de acuerdo al ingenio y voluntad de la persona.

Memoria

Sovero (2002) afirma: “Proceso psicológico que consiste en almacenar, conservar, recordar o evocar experiencias pasadas. Se apoya en la imaginación y está en función

de la misma; hay tres tipos de memoria: Sensorial, a corto plazo y largo plazo” (p. 21).

Plan de estudios

Es una secuencia lógica previamente planificada, que contiene una serie de asignaturas para una determinada escuela profesional cuyo objetivo es la formación académica del estudiante mediante este sistema.

Planificación curricular

Es aquella herramienta por medio del cual se hace realidad el currículo; con etapas de anticipación, organización y articulación con respecto a temas de aprendizaje.

Repercutir

Lexus (2009) afirma: “Cambiar de dirección un cuerpo al chocar con otro. Producir eco el sonido. Causar efecto una cosa en otra (p. 792).

Socialización del aprendizaje

Es aquella expresión que explica el intercambio de experiencias de lo aprendido en un determinado lugar, suscitado entre los estudiantes, incluyendo los facilitadores.

Titularidad empresarial

Se refiere cuando una persona tiene el poder jurídico de una organización empresarial, y tiene la potestad de representar, y conducir dicha organización, así como disponer de los bienes materiales e inmateriales, capital para fines de desarrollo.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 HIPÓTESIS GENERAL

HG. Las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios presentan una relación significativa con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

3.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS

HS1. Existe relación significativa entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

HS2. Existe relación significativa entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco.

3.3 DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

3.3.1 Definición conceptual

Variable X: Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios.

“La creatividad empresarial es la dimensión humana transformadora del ser y del medio en un proceso cognitivo afectivo y energético para la generación y desarrollo de ideas originales, pertinentes y relevantes”. (Gonzales, 2012)

Variable Y: Formación académica profesional.

“Conjunto de enseñanzas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, y cuya función es preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional”. (Amei, 2003)

3.3.2 Definición operacional

Variable X: Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios.

La creatividad empresarial es la capacidad de desarrollar ideas y hacer uso de la innovación con estas ideas para una administración eficaz.

Variable Y: Formación académica profesional.

La formación académica es integral y holística del estudiante, respecto a preparación académica, los valores adquiridos. De este modo los docentes se responsabilizan por los resultados de la educación.

3.4 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
V1: Variable X Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios.	La creatividad empresarial es la dimensión humana transformadora del ser y del medio en un proceso cognitivo afectivo y energético para la generación y desarrollo de ideas originales, pertinentes y relevantes (Gonzales, 2012)	La creatividad empresarial es la capacidad de desarrollar ideas y hacer uso de la innovación con estas ideas para una administración eficaz.	Creatividad empresarial	Exactitud	¿Llega a definir con exactitud el concepto de la Creatividad Empresarial?	Tricotómica 0: No 1: Sí 3: NS/NC
				Metodologías utilizadas	¿Las metodologías utilizadas por los docentes de su escuela profesional potencializan el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?	
				Capacidad de iniciativa y gestión.	¿Según Ud. durante su preparación universitaria llegó a desarrollar su capacidad creadora empresarial?	
				Conocimientos	¿Considera Ud. que los conocimientos que tiene sobre creatividad empresarial son suficientes para su desarrollo profesional?	
			Plan de estudios	Presencia de asignaturas (estructura)	¿Las asignaturas del plan de estudios se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial?	
				Ausencia de asignaturas	¿Considera que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios influye en su formación profesional en referencia a su creatividad empresarial?	
				Contenidos de las asignaturas	¿Los contenidos de las asignaturas permiten una formación que desarrolle sus habilidades necesarias sobre creatividad empresarial?	
				Flexibilidad del plan de estudios.	¿Los planes de estudios son lo suficientemente flexibles para potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?	

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
V2: Variable Y Formación académica profesional	“Conjunto de enseñanzas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, y cuya función es preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional”. (Amei, 2003).	La formación académica es integral y holística del estudiante, respecto a preparación académica, los valores adquiridos. De este modo los docentes se responsabilizan por los resultados de la educación.	Formación académica del alumno:	Desarrollo empresarial	¿Ud. tiene pensado en el futuro llegar a desarrollar algún proyecto de empresa como profesional?	Tricotómica 0: No 1: Sí 3: NS/NC
				Iniciativa personal	¿El proyecto empresarial a desarrollar en el futuro como profesional, lo llegaría a realizar a iniciativa personal?	
				Identificación de problemas.	¿Llega a identificar Ud. con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa o institución?	
				Pensamiento creativo empresarial.	¿Considera Ud. que el pensamiento creativo tiene influencia en la solución de problemas en una empresa?	
			Formación en valores del alumno:	Proactividad	¿Siendo Ud. líder de una empresa cree que los colaboradores deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional?	
				Honestidad y veracidad.	¿Según Ud. se considera que es honesto y veraz en el cumplimiento de sus actividades?	
				Responsabilidad.	¿Ud. se considera puntual para llegar a desarrollar sus responsabilidades?	
				Laboriosidad.	¿Se considera Ud. laborioso para cumplir sus obligaciones?	

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 ENFOQUE, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

4.1.1 Enfoque de investigación

El estudio de investigación es de enfoque cuantitativo donde se apremiaron datos numéricos de manera precisa y objetiva. Es así que las investigaciones de enfoque cuantitativo permiten obtener los datos con rigor científico, bajo el soporte de mediciones exactas y precisas a partir del uso de instrumentos del área de la estadística. A partir del cual el investigador tiene la posibilidad de predecir los resultados y ser generalizables al ámbito de estudio. (Sarantokos, 1998) citado por (Roxisil, 2000)

4.1.2 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básica o fundamental, porque permite construir innovadores conocimientos y en los campos de investigación objeto de estudio; toda vez que recogerá información de la realidad actual académica universitaria y permitirá enriquecer el conocimiento científico, sobre todo de la educación superior, la misma que estará orientado al descubrimiento de principios y leyes en el proceso de la formación profesional del discente. Para el cual, se establece la razón de los propósitos de la investigación y la naturaleza del fenómeno estudiado y de acuerdo a lo propuesto en el mismo. (Sánchez y Reyes, 2009, p.13)

4.1.3 Nivel de investigación

La investigación corresponde a un nivel descriptivo correlacional, en donde se llegó a describir el escenario incierto de las variables estudiadas de manera comparativa tal como se presentan en los ambientes de formación profesional de los alumnos objeto de estudio.

Por consiguiente, toda investigación descriptiva correlacional averigua de manera específica los atributos y factores de éxito del objeto para ser analizados de manera objetiva, llegando a evaluar la existencia de relaciones entre dos o más variables bajo un escenario específico. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80). Por cuanto, la presente investigación permitió estimar y apreciar la relación existente entre la variable X: “asignaturas de creatividad empresarial” y la variable Y: “formación académica profesional” y el grado de correlación de estas variables que se llegó a expresar en las hipótesis, las mismas que fueron sometidas a las respectivas pruebas estadísticas inferenciales.

4.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1 Método de investigación

Para desarrollar la presente investigación se utilizó los métodos científicos deductivo y analítico:

El método deductivo, por deducción se entiende toda conclusión a la que lleguemos después de un razonamiento, y en un sentido más estricto la deducción se entiende como la demostración o derivación certera de la afirmación o consecuencia de una o de varias afirmaciones o premisas sobre la base de las leyes de la lógica (Carbajal, 2014, p. 1). Donde, la información obtenida fue a partir de herramientas y técnicas de investigación, partiendo de lo genérico a lo específico, las mismas tuvieron principios del marco teórico en relación a las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y de la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial-Cusco.

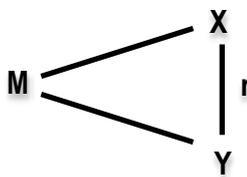
De otra parte, el método analítico consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías (Ruiz, 2006, p. 128). Por tanto, la investigación consistió en la descomposición del todo en sus partes para realizar el análisis respectivo de la información relevante, identificando las variables que establecen la vigente en la entidad y pudiendo comprobar las correlaciones existentes entre los elementos que las componen, y llegando a conclusiones objetivas.

4.2.2 Diseño de investigación

El estudio corresponde a una investigación cuyo diseño es no experimental-transaccional o transversal, cuyos datos e información fueron recolectados en un solo momento que permitió describir las variables y analizar su incidencia y/o interrelación en un momento dado entre las variables estudiadas.

En consecuencia las correlaciones de las variables estudiadas se llegan a plasmar y sustentar en la contrastación de las hipótesis que fueron sometidas a las respectivas pruebas estadísticas de manera rigurosa. (Hernández, et al., 2010, p. 149-150)

El diagrama diseñado fue:



Dónde:

M = Muestra comprendida por los alumnos

X = Variable X: Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios

Y = Variable Y: Formación académica profesional

r = Relación entre variables estudiadas

La investigación es no experimental, debido a que se observó de manera directa los factores clave de incidencia y la relación de las Asignaturas de Creatividad Empresarial en el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial Cusco, a partir del cual se examinó y razonó toda información en su escenario y contexto natural de trabajo, sin estropear variable alguna.

Así mismo, es una investigación transversal, toda vez que la información necesaria se acopió en un tiempo único a partir del cual se llegó a discernir, analizar e interpretar de manera temporal las variables en estudio sin existir ninguna manipulación, señalando en cada una de ellas sus atributos principales. (Hernández, et al., 2010, p. 80)

4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1 Población

Una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, se procedió a delimitar la población que va fue estudiada y sobre la cual se generalizó los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Selltizet al., 1980) citado por (Hernández, et al., 2010, p. 174).

Por tanto, la población estuvo conformada por todos los alumnos matriculados en la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco en el periodo del semestre del 2016-II de la presente casa de estudios superiores que es objetos de este trabajo de investigación.

4.3.2 Muestra

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y tiene que definirse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población. (Hernández, et al., 2010, p. 173)

El extracto y elección de la muestra para la investigación, se efectuó de manera no probabilística e intencionada, donde se llegó a incluir a todos los estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco, sin efectuar exclusión alguna de la población, razonando que la población es finita y pequeña; por lo que, la muestra es representativa de la población a la que se llegó a extrapolar los resultados alcanzados.

Es así, que la muestra no probabilística o dirigida, es el subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. Por tanto, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos. (Hernández, et al., 2010, p. 176, 190)

Por cuanto, la muestra establecida fue de setenta y siete (77) estudiantes de ambos géneros y se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 8

Población y muestra de estudio

Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco, 2016-II		
Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales		
Ciclos	Población	Muestra
Noveno	45	45
Décimo	32	32
Total	77	77

Fuente: Coordinación Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales Universidad Alas Peruanas, filial-Cusco (2016-II).

4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

4.4.1 Técnicas

La técnica para el acopio de datos e información se refieren al conjunto de procedimientos y recursos de que se vale la ciencia para conseguir su fin. Donde la técnica de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información pertinente. (Hernández, et al., 2014, p. 198)

Es así, que la técnica aplicada estuvo conformada por la encuesta, la misma contaba con una serie de indicadores que permitió observar los eventos, patrones y parámetros tanto de las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y de la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.

4.4.2 Instrumentos

El instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información sobre las variables que tiene en mente. (Hernández, et al., 2010, p. 200)

Los instrumentos diseñados y utilizados fueron exclusivamente para medir la variable (asignaturas de creatividad empresarial) y la variable (formación académica profesional), las mismas llevaron ítems ordinales ajustados a evaluar sus dimensiones respectivas, con la finalidad de fotografiar la aproximación psicométrica asentada en una escala de medición tricotómica.

4.4.3 Validación y confiabilidad

La investigación contó con herramientas (cuestionario) de acuerdo a las exigencias de toda investigación, contando con los respectivos ítems y escalas de medición en mérito a las variables estudiadas, las mismas que fueron sometidas antes de su aplicación a la medición y validación de juicio de expertos.

Además, el instrumento formulado en mérito a los resultados alcanzados fue sometido al análisis de alfa de Cronbach para determinar con mucha precisión sobre su consistencia y significancia de la información obtenida, la misma se logró bajo la siguiente formula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

K : Número de ítems

$\sum S_i^2$: Sumatoria de varianzas de los ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems

α : Coeficiente de alfa de Cronbach

$$\alpha = 0.733$$

Tabla 9

Coefficiente de confiabilidad del instrumento

Nº	Variables	Nº de Alumnos	Nº Ítems	Alfa de Cronbach
V.X	Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios	77	08	0.723
V.Y	Formación académica profesional	77	08	0.743
Coeficiente de confiabilidad del instrumento		77	16	0.733

Fuente: Elaboración propia; SPSS 24 y Excel. 2016

Por cuanto, para el análisis del coeficiente de alfa de Cronbach se utilizó la siguiente escala de medición:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable

Es así, considerando la tabla precedente se puede advertir que el coeficiente de alfa de Cronbach logrado está en medio del intervalo de confianza de $0.7 < \alpha = 0.733 < 1$; de donde afirmamos que el instrumento aplicado dio datos sustanciales y consistentes, llegando a especificar que su confiabilidad es aceptable, estando cerca a uno (1); por tanto, existe seguridad y solidez en la información obtenida producto de las preguntas establecidas.

4.4.4 Plan de análisis de datos.

Toda la información obtenida fue procesada en sus respectivas bases de datos (DB) para luego representarlos por medio de la estadística descriptiva en tablas y figuras aplicando el software SPSS 24 y la hoja de cálculo Excel. A partir de las cuales se procedió con el análisis, interpretación y discusión de los resultados de manera sistematizada, objetiva para alcanzar y entender la realidad precisa de las variables estudiadas.

De otra parte por la naturaleza de las variables objeto de estudio, para poder demostrar y explicar las hipótesis de la investigación, se manejó el estadístico Rho de Spearman. Donde, el proceso de datos se efectuó mediante la estadística inferencial y se pudo determinar las dimensiones que actúan de manera asociada en la creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial-Cusco.

4.4.5 Ética de la investigación

Para el desarrollo del presente estudio se aplicaron todas y cada una de las rigurosas y exigencias éticas de toda investigación científica, desde un contexto personal y profesional, habiendo considerado los escenarios de confidencialidad, anonimato, veracidad, motivación, confiabilidad, compromiso y consentimiento de todos los actores que participaron durante todo el ciclo de vida de la investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

Con la finalidad de realizar un adecuado análisis, interpretación y discusión de los datos obtenidos y establecer los eventos más incidentes de las asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios y su implicancia en la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas - filial Cusco, se aplicaron encuestas a los estudiantes de la escuela objeto de estudio las mismas que fueron diseñadas en función al logro de los objetivos del presente trabajo, así mismo se llegó a observar y analizar el plan de estudios de la escuela en mención.

Se señala que la operatividad de las encuestas estuvieron en función a escalas tricótomicas, basados en valores de medición de Números (N°) y porcentajes (%) de acuerdo a los factores estudiados y que se reflejan en las tablas subsiguientes:

5.1 ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURAS

5.1.1 Aspectos generales del estudiante

Tabla 10

Distribución por edades y género de estudiantes

N°	Edad (años)	Mujer	Varón	Total	%	Porcentaje Acumulado
1	20 –21	13	8	21	27	27
2	22 – 23	12	7	19	25	52
3	24 – 25	6	6	12	16	68
4	26 – 27	4	4	8	10	78
5	28 – 29	1	3	4	5	83
6	30 a más	6	3	9	12	95
7	No precisa	--	4	4	5	100
Total		42	35	77	100	

Fuente: Elaboración propia.

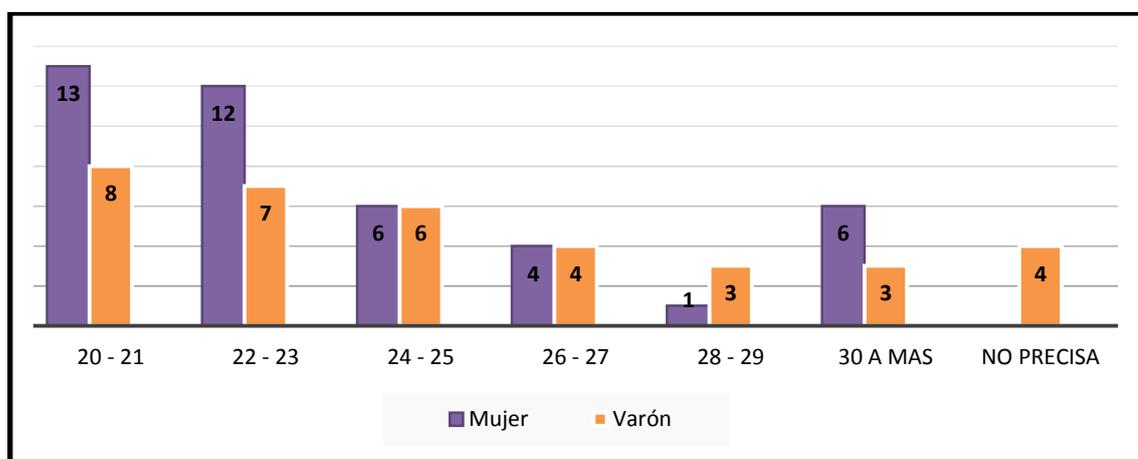


Figura 14: *Distribución por edades y género de los estudiantes*

a) Según la edad:

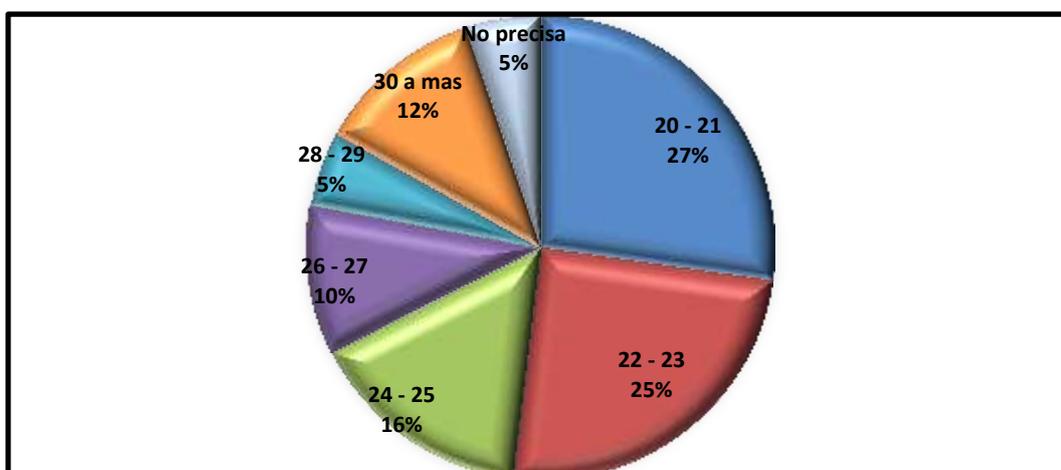


Figura 15: Distribución porcentual por edades de los estudiantes

Como se puede apreciar que la tabla 10 y figuras 15 y 16, los alumnos presentan edades entre los 20 y 21 años que conforman el 27% (grupo uno), seguido del grupo dos que conforman los alumnos que tienen entre los 22 y 23 años con un porcentaje del 25%, seguidamente está el grupo tres que conforman los estudiantes que tienen entre 24 y 25 años con un 16%, luego está el grupo cuatro con alumnos que tienen entre 26 y 27 años con un 10% respectivamente, luego el grupo cinco está conformado por los que tienen entre 28 y 29 años con un 5% respectivamente, y por último el grupo seis que tienen entre los 30 años a más con un 12%.

Por consiguiente, se puede determinar que los alumnos se encuentran entre 20 y 21 años que suman la mayoría que están por egresar con un 27%, y que si sumamos con los que tienen entre 22 y 23 años de edad que son un 25%; tenemos un 52%, que sería la mayoría del total de estudiantes encuestados, que por cierto se asevera una buena edad para adquirir los conocimientos universitarios necesarios. Ahora el otro rubro son los estudiantes que tienen entre 24 a 27 años de edad, que en total obtienen un 26%, que también está considerado una edad buena para los estudios en educación superior; ahora bien los alumnos que tienen entre los 28 años a más suman en total un 17%, que buscan ser profesionales en esta escuela profesional.

b) Según su género:

Tabla 11

Distribución por género del estudiante

Género	f	%	Porcentaje Acumulado
Mujer	42	55	55
Varón	35	45	100
Total	77	100	

Fuente: Elaboración propia.

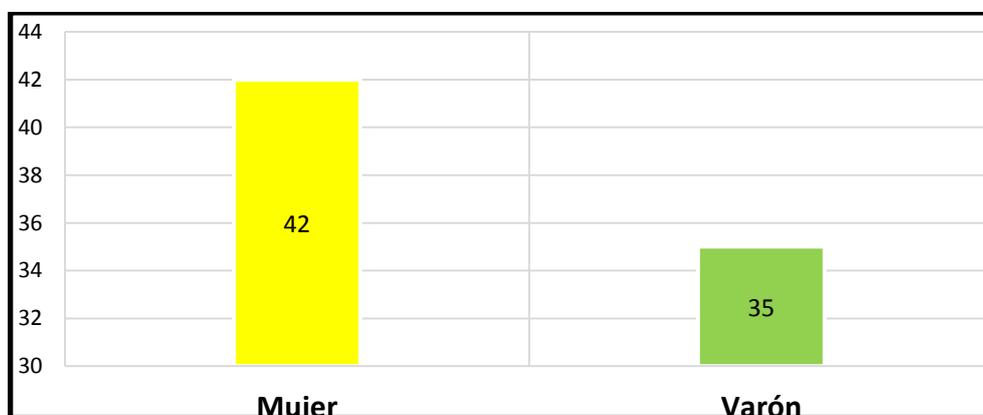


Figura 16: *Distribución total por género del estudiante*

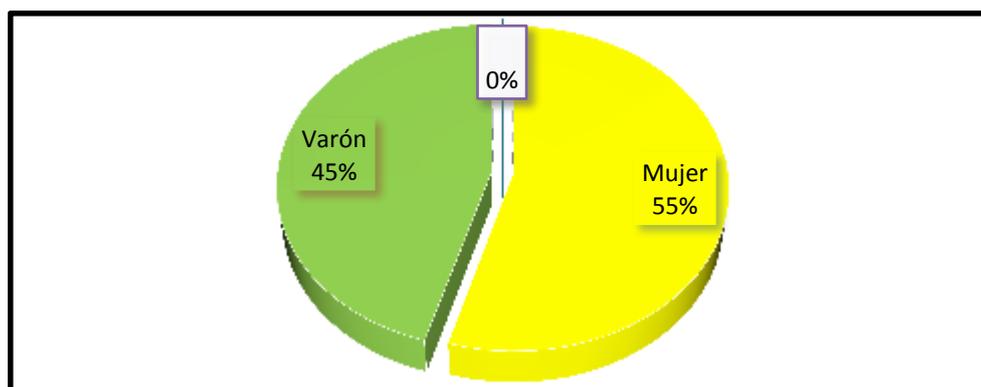


Figura 17: *Distribución porcentual de estudiantes por género*

Como se observa en la tabla 11 y figuras 17 y 18; De los 77 alumnos encuestados, 42 son mujeres y representan el 55%, y varones son 35 alumnos, representando un 45%: haciendo un total del 100% de los alumnos del IX y X ciclo de esta escuela profesional.

5.1.2 Asignaturas de creatividad empresarial (V.X).

a) Dimensión N° 01: Creatividad empresarial.

Tabla 12

Definición de creatividad empresarial

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
1	¿Llega a definir con exactitud el concepto de Creatividad Empresarial?	Si	29	38	38.00
		No	45	58	96.00
		NS/NC	3	4	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 12, se puede ver que 29 estudiantes encuestados respondieron que definen correctamente, otros 45 estudiantes que no definen o que definen incorrectamente y tan sólo 03 estudiantes no saben o no llegaron a responder.

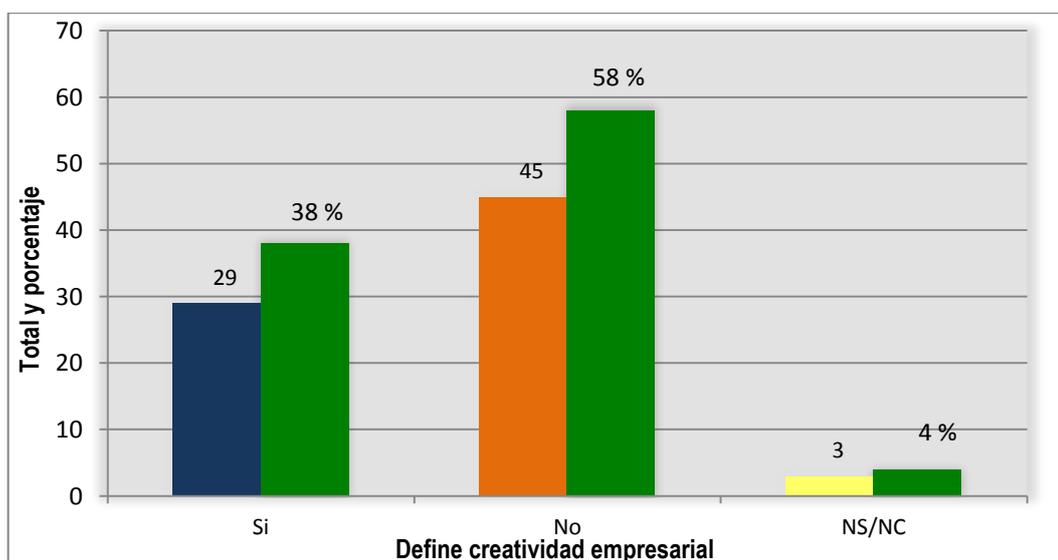


Figura 18: *Definición de creatividad empresarial*

Por tanto en la tabla y figura anterior, se puede determinar que el 58% no definen correctamente respecto a la definición y/o significado de creatividad empresarial,

tomando en cuenta que son alumnos que están para egresar de estas aulas universitarias, por otro lado el 38 % de los alumnos respondieron correctamente la definición planteada y tal sólo el 04 % llegaron a responder que no saben y/o no contestaron.

Por cuanto este porcentaje elevado que se llegó a observar es una señal de que la no inclusión de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios repercute en su formación académica profesional referente a creatividad empresarial; situación que se puede lograr superar y tener mayor variación significativa, mediante la innovación constante de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios.

Tabla 13

Metodologías de los docentes-capacidad cognitiva y valorativa

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
2	¿Las metodologías utilizadas por los docentes de su escuela profesional potencializan el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?	Si	30	39	39.00
		No	41	53	92.00
		NS/NC	6	8	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

De la presente tabla relacionada a las metodologías utilizadas por los docentes, se puede advertir que el 53 % de los encuestados adujeron que no, el 39 % opinaron que sí y que el 8 % sostuvieron que no saben y/o no contestaron sobre las metodologías utilizadas por los docentes en cada sesión didáctica.

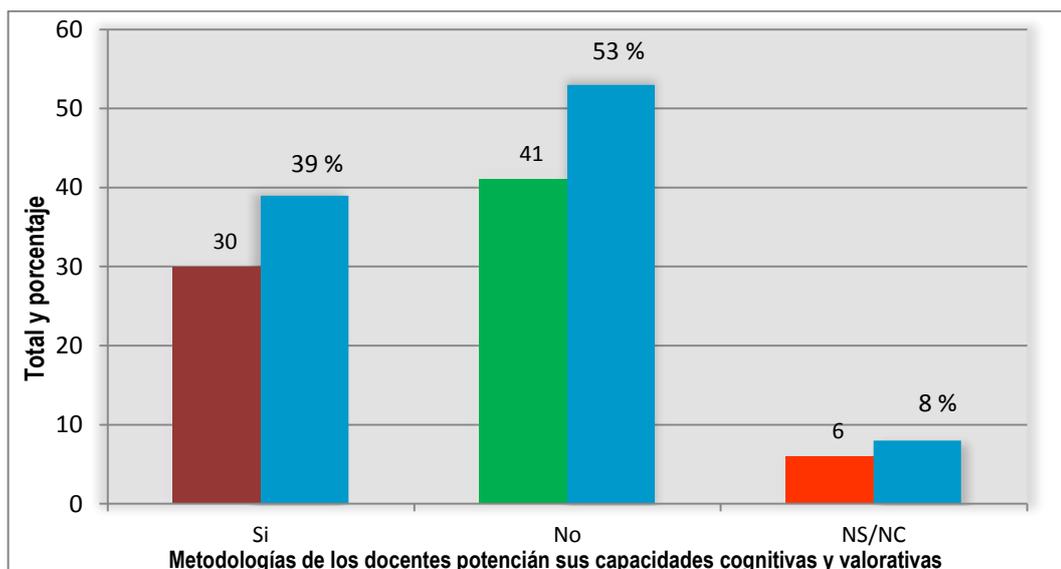


Figura 19: Metodologías de los docentes-capacidad cognitiva y valorativa

Es así que observando la tabla 13 y figura respectiva (20), se halla que 41 estudiantes encuestados (53 %) opinaron que las metodologías utilizadas por los docentes de su escuela profesional no llegan a potencializar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos, este escenario llega a más del cincuenta por ciento, por otro lado 30 estudiantes señalaron que las metodologías que utilizan los docentes en sus sesiones didácticas si llegan a potencializar sus capacidades cognitivas y valorativas a lo largo de su formación profesional; finalmente y en una cantidad y porcentaje muy reducido (6=8%) de estudiante afirmaron que no saben y/o no conocen de las metodologías utilizadas por los docentes.

Por consiguiente, el escenario presentado y que se refleja en la tabla y figura precedente, los alumnos señalaron que las metodologías utilizadas por los docentes en el proceso de enseñanza y aprendizaje en cada sesión didáctica a lo largo de su formación académica profesional no llegaron a generar y potenciar las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos, la misma no llegó a contribuir con despertar, desarrollar y potenciar las habilidades, las destrezas y la creatividad empresarial de manera significativa, función que puede lograr superarse y tener las mejoras respectivas a partir de la adecuación e innovación de las metodologías por parte de los docentes y que incidan e incluyan escenarios de creatividad empresarial.

Tabla 14

Desarrollo de su capacidad creadora empresarial

N°	Ítem	Afirmación	F	%	Porcentaje Acumulado
3	¿Según Ud. durante su preparación universitaria llegó a desarrollar su capacidad creadora empresarial?	Si	46	60	60.00
		No	28	36	96.00
		NS/NC	3	4	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la tabla anterior y de manera general vemos que el 60% mencionan que si se desarrolló durante su formación y/o preparación en la universidad la capacidad creadora empresarial, frente a un 36%, en el que afirman que no y finalmente un 4% de alumnos mencionan que no saben y/o no conocen el desarrollo de este proceso formativo.

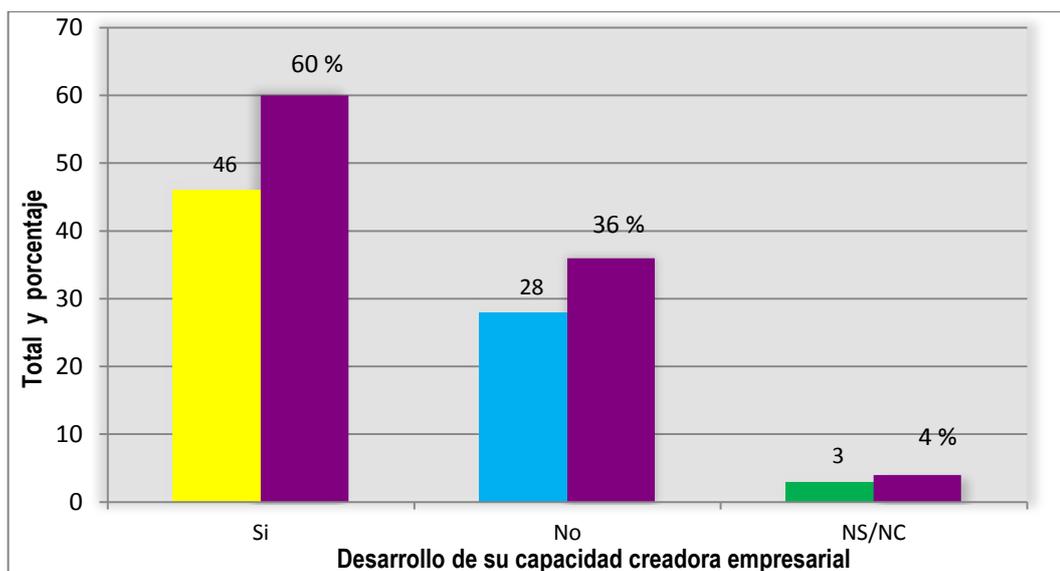


Figura 20: *Desarrollo de su capacidad creadora empresarial*

Es así, que se puede manifestar de la tabla 14 y figura 21, que 46 estudiantes que hace el 60% indican que sí desarrollaron satisfactoriamente su capacidad creadora empresarial y que solo 28 estudiantes que viene a ser el 36% y que revelan que no desarrollaron la capacidad creadora empresarial a lo largo de su preparación y de formación profesional, al final se tiene que 3 estudiante (4 %) afirmaron que no saben y/o no conocen haber desarrollado sus capacidades y

habilidades creadora y de emprendimiento empresarial en el ámbito de su formación profesional.

De los datos obtenidos a partir de las respuestas de los alumnos, se puede determinar que un poco más de la mitad de estudiantes se encuentran satisfechos por haber desarrollado a lo largo de su preparación y/o formación académica profesional su capacidad creadora empresarial, lo que le permitirá poder diseñar, desarrollar y emprender proyectos empresariales a futuro, pero un porcentaje muy significativo se encuentra insatisfecho por qué en el proceso de su formación profesional no llegó a desplegar y expandir sus habilidades y destrezas de creatividad empresarial, debilidad que se presenta y que debe afrontar y mejorar en el mercado competitivo de hoy en día. Por tanto este escenario se debe fortalecer y lograr superar al diseñar estrategias que incidan en el plan de estudios y los servicios educativos que brinda la escuela profesional y de esta manera fortalecer la creatividad empresarial en todos los estudiantes y lleguen a robustecer la formación académica profesional para que un plazo corto puedan emprender y desarrollar empresas productivas que satisfagan las necesidades de la población.

Tabla 15

Conocimientos sobre creatividad empresarial

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
4	¿Considera Ud. que los conocimientos que tiene sobre creatividad empresarial son suficientes para su desarrollo profesional?	Si	10	13	13.00
		No	65	84	97.00
		NS/NC	2	3	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Al efectuarel análisis delatabla 15, se aprecia con respecto a los conocimientos sobre creatividad empresarial, que el 84 % señalan que no, un 13% manifiestan que sí y que tan sólo el 3 % sostienen que no saben y/o no

conocen haber aprendido con respecto a creatividad empresarial en las aulas universitarias.

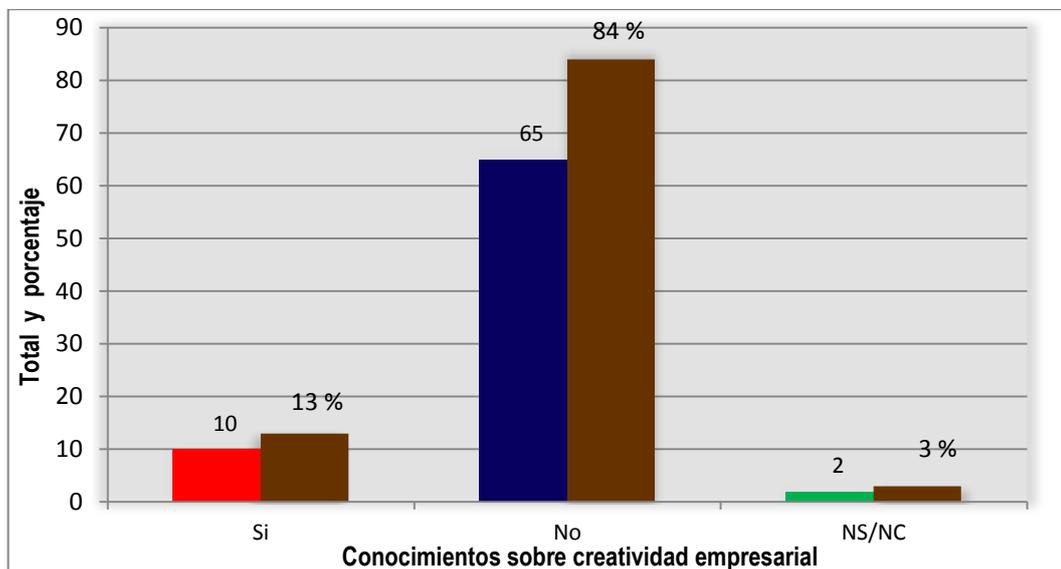


Figura 21. *Conocimientos sobre creatividad empresarial*

En la tabla 15 y figura precedente, se ve, que del total de alumnos considerados, 65 discentes (84 %) llegaron a responder que no se consideran con los conocimientos suficientes sobre creatividad empresarial para poderlo aplicar a lo largo de su desarrollo profesional, por otro lado 10 estudiantes sostienen que si tienen los conocimiento sobre creatividad empresarial y que estos son suficientes para poner en función en su desarrollo profesional (13 %), al final 2 encuestados (3 %) afirmaron que no saben y/o no conocen tener los conocimientos suficientes sobre creatividad empresarial para ser aplicados en su desempeño profesional.

Por cuanto y a partir de las variables establecidas, se puede manifestar que el mayor porcentaje y en una situación preocupante, considera que los conocimientos que tiene sobre creatividad empresarial no son suficientes para su desarrollo profesional y que les falta formarse en temas de creatividad empresarial para poder emprender a futuro con desarrollar empresas altamente competitivas y que satisfagan su formación profesional en referencia a este evento; así mismo y en un porcentaje bastante bajo los estudiantes afirmaron que los conocimientos que tienen sobre creatividad empresarial son suficientes para

poder emprender retos a lo largo de su desarrollo profesional en referencia a este punto. Pudiendo señalar de los alumnos no están lo suficientemente satisfechos de los aprendizajes obtenidos respecto a creatividad empresarial y que de alguna manera sienten una frustración en su preparación como futuro profesional, en el que lidiará el día a día con la toma de decisiones, la iniciativa y para lo cual tiene que tener como base la creatividad empresarial. Debiendo plantear las mejoras respectivas para superar esta situación de insatisfacción sobre el grado de conocimientos que tiene el alumnado de esta escuela profesional respecto a creatividad empresarial.

b) Dimensión N° 01: Plan de estudios

Tabla 16

Estructuración de asignaturas en el plan de estudios

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
5	¿Las asignaturas del plan de estudios se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial?	Si	24	31.17	31.17
		No	48	62.34	93.51
		NS/NC	5	6.49	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 16, en la que se puede observar referente a la estructuración del plan de estudio de acuerdo al logro de la formación profesional, que el 62.34 % de estudiantes llegaron a responder que no, seguido del 31.17 % que señalaron que sí y tan sólo un 6.49 % de estudiantes afirmaron que no saben y/o no contestaron sobre este ítem.

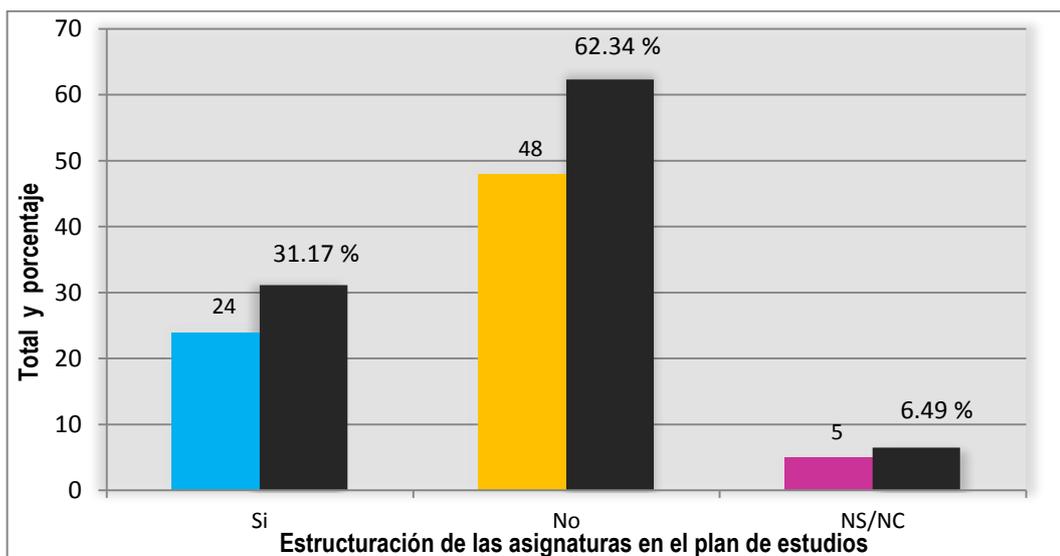


Figura 22: Estructuración de asignaturas en el plan de estudios

Es así que en la tabla anterior y figura 23, muestran resultados de la encuesta realizado a los estudiantes, de los cuales 48 estudiantes del total llegaron a señalar que las asignaturas del plan de estudios no se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial, lo que hace el 62.34 %, por otro lado 24 estudiantes sostuvieron que si consideran que las asignaturas del plan de estudios se encuentran estructuradas de acuerdo al perfil profesional y que estas inciden positivamente en su formación profesional y que está relacionado con la creatividad empresarial y finalmente 5 estudiantes señalaron que no saben y/o no conocen adecuadamente el plan de estudios.

Por tanto, se pudo apreciar que más de la mitad de estudiantes de la escuela profesional de administración y negocios internacionales afirmaron que las asignaturas del plan de estudios no se encuentran estructuradas ni integradas suficientemente para lograr una formación académica de calidad en relación a la creatividad empresarial y que les pueda permitir un futuro promisorio para la apertura eficiente de llegar a innovar, diseñar, desarrollar y tomar decisiones eficientes ya sea en la gestión y/o emprendimientos empresariales. Entorno que se debe reestructurar y plantear mejoras significativas del plan de estudios y que estas estén inmersas en el fortalecimiento de la creatividad empresarial y de

acuerdo a las nuevas exigencias del mercado competitivo, permitiendo lograr profesionales con habilidades y destrezas creativas empresariales.

Tabla 17

Influencia de la inasistencia de asignaturas de creatividad empresarial

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
6	¿Considera que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios influye en su formación profesional en referencia a su creatividad empresarial?	Si	59	77	77.00
		No	13	17	94.00
		NS/NC	5	6	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

En la presente tabla, se puede advertir que el 77 % de los estudiantes opinaron que si influye en su formación profesional; seguido del 17 % donde los alumnos indican que no influye y tan sólo el 11% manifiestan que no saben y/o no conocen si llega a influir este evento en su formación profesional.

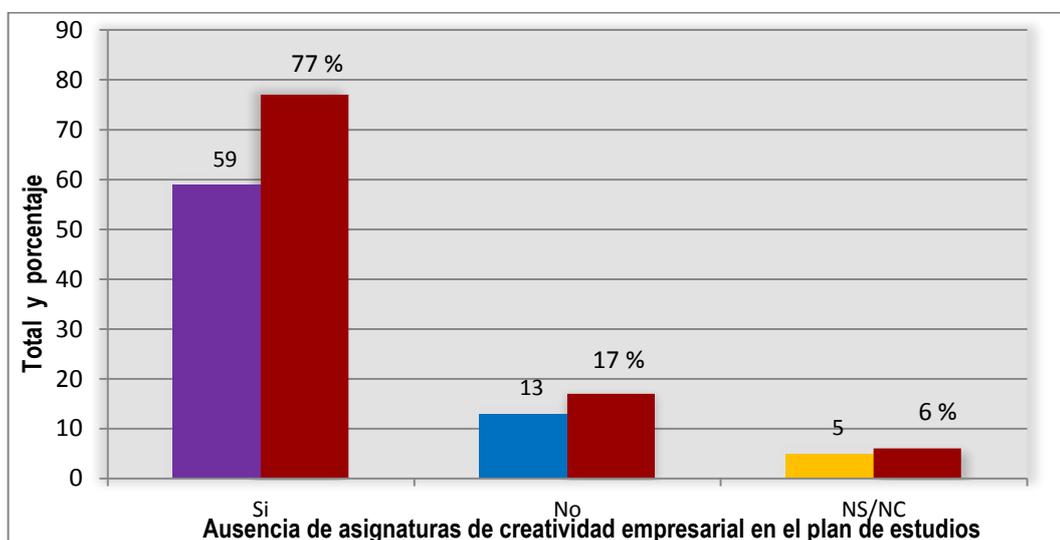


Figura 23: *Influencia de la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial*

Por consiguiente la tabla y figura anterior, demuestran que los estudiantes señalaron que 59 de ellos considera que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios influye en su formación profesional en referencia a su creatividad empresarial, haciendo un 77 % respectivamente, dando a conocer que les falta preparación universitaria respecto a este tema, y los

que afirman que no influye representa solo un total del 17 %, siendo un total de 13 estudiantes.

Llegando a confirmar de esta manera que los alumnos son actores directos y sustentan que la no existencia de asignaturas de creatividad empresarial en su plan de estudios afecta su formación profesional. Escenario que se debe trabajar y sugerir realizar las mejoras necesarias para que los planes de estudios se lleguen a innovar y actualizar periódicamente y que las mismas contengan asignaturas que permitan desarrollar las destrezas creativas a nivel empresarial.

Tabla 18

Contenidos de las asignaturas

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
7	¿Los contenidos de las asignaturas permiten una formación que desarrolle sus habilidades necesarias sobre creatividad empresarial?	Si	26	34	34.00
		No	46	60	94.00
		NS/NC	5	6	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Los datos que muestra la tabla precedente, se puede advertir de los estudiantes encuestados el 60 % sostienen que no, el 34 % dijeron que si y que tan sólo el 6 % afirmaron que no saben y/o que no llegaron a responder sobre los contenidos de las asignaturas que les permita desarrollar la creatividad empresarial.

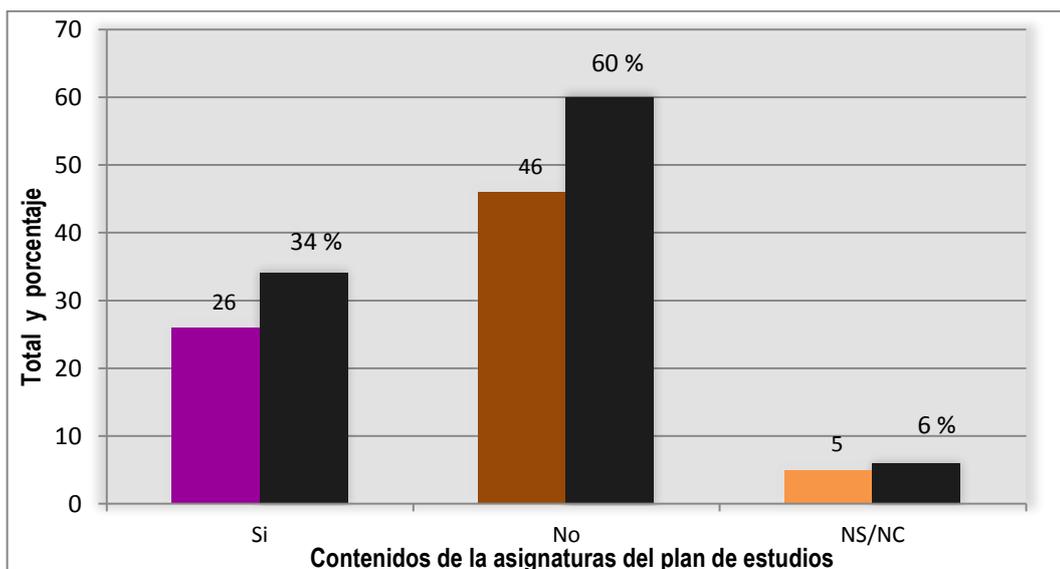


Figura24: *Contenidos de las asignaturas*

En tanto, al observar la tabla 18 y figura 25, se esgrime que 46 estudiantes que hace el 60 %, indicaron que los contenidos de las asignaturas no les permiten una formación profesional en las que puedan desarrollar sus habilidades necesarias sobre la creatividad empresarial, por otro lado 26 (34 %) estudiantes determinaron que los contenidos de las asignaturas actuales les ha permitido desarrollar sus habilidades y que son necesarias para conocer a cerca de la creatividad empresarial, situación que les permitirá en un futuro emprender y tomar decisiones para formalizar empresas competitivas que estén encaminadas al desarrollo de la sociedad, al final 5 discentes suscriben que no saben y/o no conocen o contestan sobre los contenidos de las asignaturas toda vez que nunca se llegaron a preocupar por los mismos.

Por lo tanto, se puede determinar que los estudiantes al ser actores activos y pensantes de su formación profesional, se advierte que casi las tres cuartas partes de ellos sostuvieron que los contenidos de las asignaturas actuales del plan de estudios no les permiten una formación suficientemente satisfactoria en las que puedan desarrollar sus habilidades y que sean necesarias para conocer a cabalidad la creatividad empresarial y poder afrontar el mercado globalizado con conocimientos, habilidades y destrezas profundos las mismas estén sistematizadas y enmarcadas a la gestión, creatividad y emprendimiento empresarial. Contexto que exige diseñar mejoras efectivas a corto plazo donde

los contenidos de las asignaturas deben estar estructuradas en base a un syllabus de competencias basadas y enfocadas en la proactividad del estudiante en relación a la creatividad empresarial y de esta manera mejorar este cuello de botella que existe hoy en día.

Tabla 19

Planes de estudios flexibles

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
8	¿Los planes de estudios son lo suficientemente flexibles para potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?	Si	20	26	26.00
		No	48	62	88.00
		NS/NC	9	12	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la presente tabla19, se llega a establecer que el 62 % de los actores encuestados llegaron a esgrimir que no, seguido del 26 % en las que señalan que sí y que tan sólo el 12 % de los estudiantes llegaron a afirmar que no saben y/o no conocen o contestaron sobre la flexibilidad de los planes de estudios vigentes en la escuela profesional.

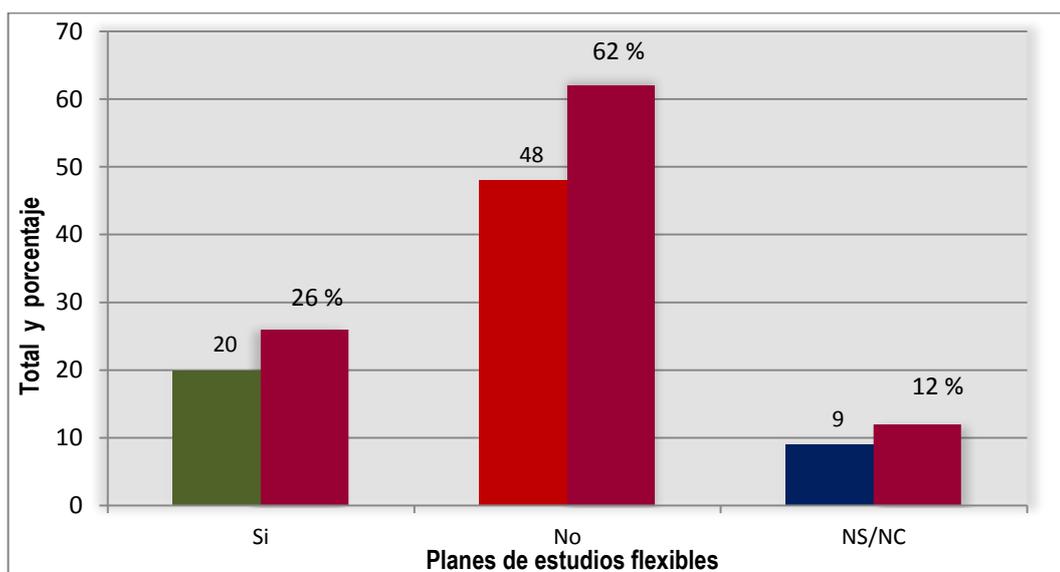


Figura 25: *Planes de estudios flexibles*

Los resultados capturados y que se aprecian en la tabla 19 y se reflejan en la figura anterior, en relación al ítem consultado, se puede afirmar que 48 discentes y que alcanzan al 62 %, sostuvieron que los planes de estudios no son lo suficientemente flexibles para potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos, encontrándose algo insatisfecho por la realidad presente especialmente en lo relacionado a su logro profesional y de su creatividad empresarial; así mismo se aprecia que 20 alumnos, que hacen el 26 % afirmaron que los planes de estudios vigentes con los cuales llegaron a desarrollar su formación profesional a la fecha si se encuentran lo suficientemente flexibles y les ha permitido potenciar y desarrollar sus capacidades cognitivas y valorativas las mismas que les permitirá afrontar los desafíos profesionales a futuro.

Escenario que muestra y permite marcar, que del total de estudiantes que se encuentran cursando el IX y X ciclo de estudios, que más del cincuenta por ciento de ellos vertieron y consideran que los planes de estudios vigentes y con los cuales estos se están formando para ser profesionales competitivos y de éxito no son lo suficientemente flexibles para llegar a potenciar y desarrollar las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos en general, entorno que incide y se muestra en la actualidad en la mayoría de ellos esta debilidad, al no tener un pleno conocimiento y dominio sobre la creatividad empresarial y que son conscientes de su realidad y formación profesional. Por cuanto se debe trabajar y plantear las mejoras respectivas para superar este estado de inadecuado e insatisfacción en los estudiantes.

5.1.3 Formación académica profesional (V.Y)

a) Dimensión N° 01: Formación del alumno:

Tabla 20

Desarrollo de algún proyecto empresarial

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
9	¿Ud. tiene pensado en el futuro llegar desarrollar algún proyecto de empresa como profesional?	Si	74	96	96.00
		No	3	4	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Partiendo del análisis a la tabla anterior en la que muestra, que el 96 % de los alumnos afirmaron que sí y por otro lado el 4 % de ellos señalaron que no a la pregunta en mención.

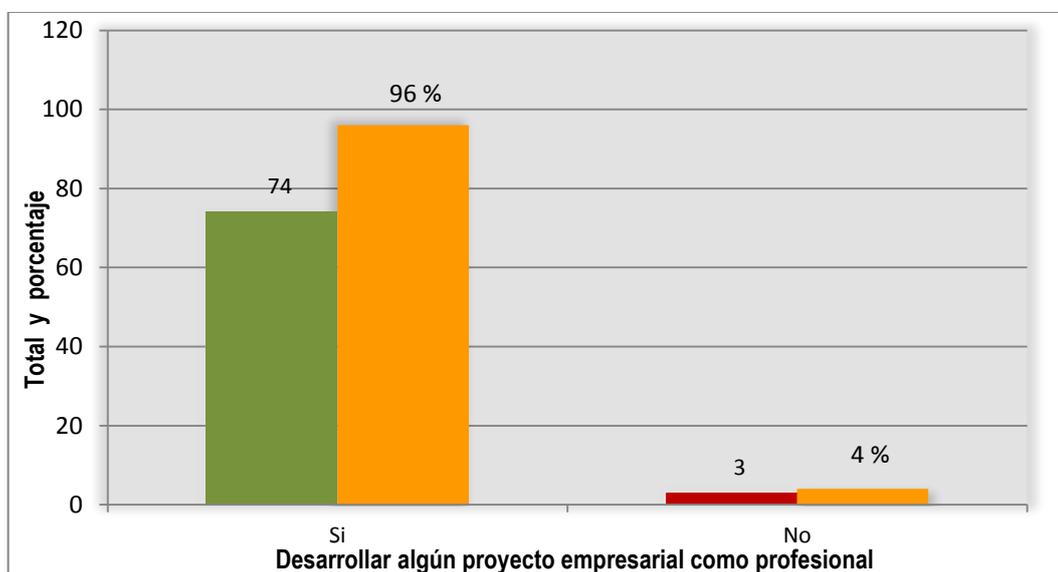


Figura 26: *Desarrollo de algún proyecto empresarial*

Es así que a partir de la tabla 20 y figura 27, y considerando que la interrogante está relacionada con la creatividad empresarial, el de emprender una empresa, para el cual realizará el uso del ingenio y la imaginación empresarial; se puede llegar a ver por tanto, que 74 (96 %) de los encuestados se encuentran motivados

y tienen pensado en el futuro llegar desarrollar algún proyecto de empresa como profesional independiente, situación contraria de 3 estudiantes que llega a un porcentaje reducido (4 %) que señala que no tienen planes ni proyectos para desarrollar una empresa.

Por tanto, se puede llegar a determinar y se refleja en que la gran mayoría de los estudiantes, con un cercano al 100% desean tener su propia empresa y unidad económica de manera independiente y autónoma, debiendo para tal efecto y es necesario planear su preparación universitaria en base a creatividad y que estos no lleguen a cambiar de planes y se empeñen en ser en el futuro empleados dependientes de empresas u otras instituciones públicas y/o privadas. Situación que exige diseñar estrategias para mantener y robustecer este estado de satisfacción y motivación de los alumnos y no generar escenarios de inestabilidad.

Tabla 21

Proyecto empresarial por iniciativa personal

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
10	¿El proyecto empresarial a desarrollar en el futuro como profesional, lo llegaría a realizar a iniciativa personal?	Si	54	70	70.00
		No	19	25	95.00
		NS/NC	4	5	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla antecesora, confirmamos que el 70% de los estudiantes desean y planificarían tener su propia empresa, frente al 25% del alumnado que no desean tener su empresa a iniciativa propia y el 5 % señalan que no saben y/o no contestaron tan situación.

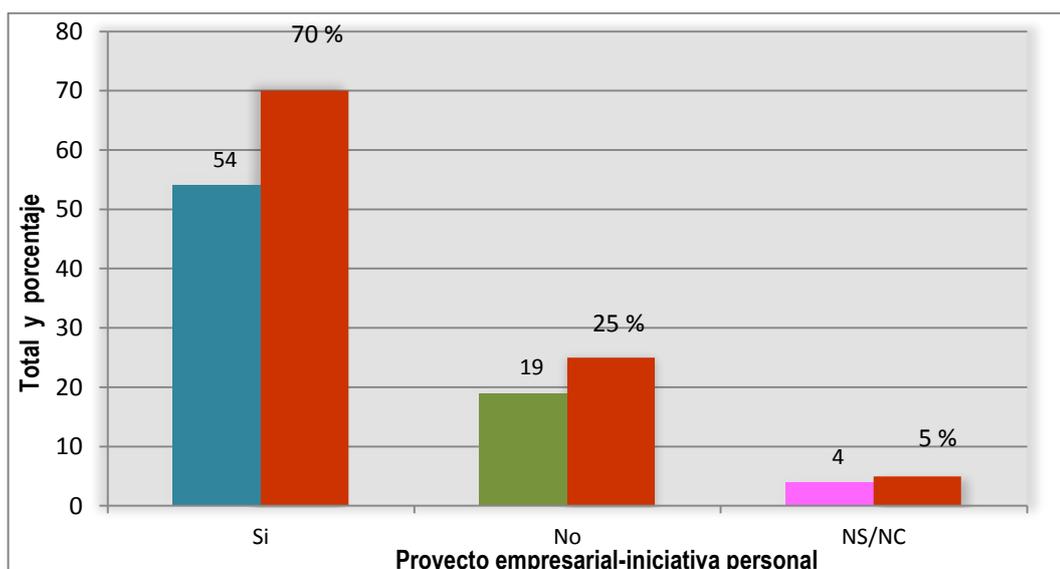


Figura 27: Proyecto empresarial por iniciativa personal

La tabla 21 y figura 28, en la que se aprecia datos de los estudiantes encuestados y pues afirmamos que los estudiantes están manifestando su deseo fuerte (54 alumnos) que en un tiempo mediano y/o largo plazo, estos tienen en mente crear su propia empresa por iniciativa propia, por lo que sería muy conveniente y necesario llegar a formarles y capacitarlos en temas para el desarrollo de su creatividad y de esta manera estos puedan a ser emprendedores; por otro lado 19 alumnos sostuvieron que el proyecto empresarial a desarrollar en el futuro como profesional, no lo llegaría a realizar a iniciativa personal, sino tomarían como referencias o imitarían otras organizaciones prosperas. Entorno que exige la mejora respectiva por intermedio de la innovación constante y oportuna del plan de estudios y que esté de acuerdo a las exigencias actuales y latentes de la sociedad del conocimiento.

Tabla 22

Identificación de problemas

Nº	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
11	¿Llega a identificar Ud. con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa o institución?	Si	41	53	53.00
		No	36	47	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla 22 sobre ésta interrogante y de manera general queda establecido que el 53 % de los encuestados dicen sí, frente a un 47% que determinan que no logran identificar oportunamente los problemas en la administración de una institución.

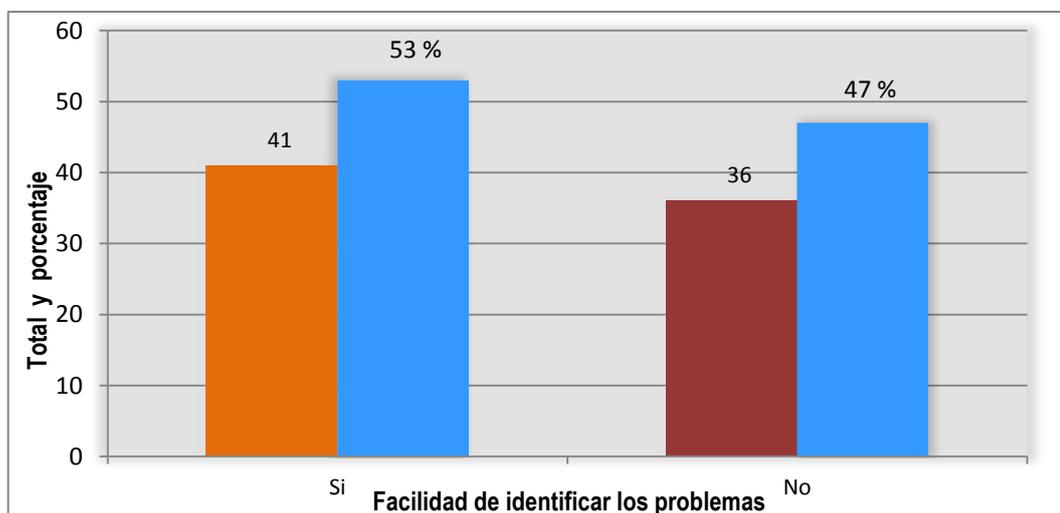


Figura 28: Identificación de problemas

La información obtenida y que se refleja en la tabla y figura precedente, se deduce que 41 estudiantes manifestaron que llegan a identificar con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa o institución, siendo el 53 %; por su parte 36 encuestados y que llegan a un 47 % señalaron que no llegan a identificar de manera oportuna los problemas que se presentan y se pudieran presentar durante la administración de una organización, categorizando que les falta desarrollar el tema creatividad para lograr monitorear e identificar un problema empresarial y plantear las alternativas de su encausamiento y solución del mismo. Por tanto se debe diseñar estrategias para la mejora continua de este estado toda vez que el administrador de una empresa pública y/o privada debe estar preparado para hacer frente a estas contingencias y que refleja toda su preparación y formación profesional.

Tabla 23

Pensamiento creativo

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
12	¿Considera Ud. que el pensamiento creativo tiene influencia en la solución de problemas en una empresa?	Si	70	91	91.00
		No	6	8	99.00
		NS/NC	1	1	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Advirtiendo la tabla anterior, el 91 % del total los estudiantes indicaron que sí, por otro lado el 8 % afirmaron que no y tan sólo el 1% dijeron que no conocen y/o no saben si el pensamiento creativo puede favorecer a la solución de problemas empresariales.

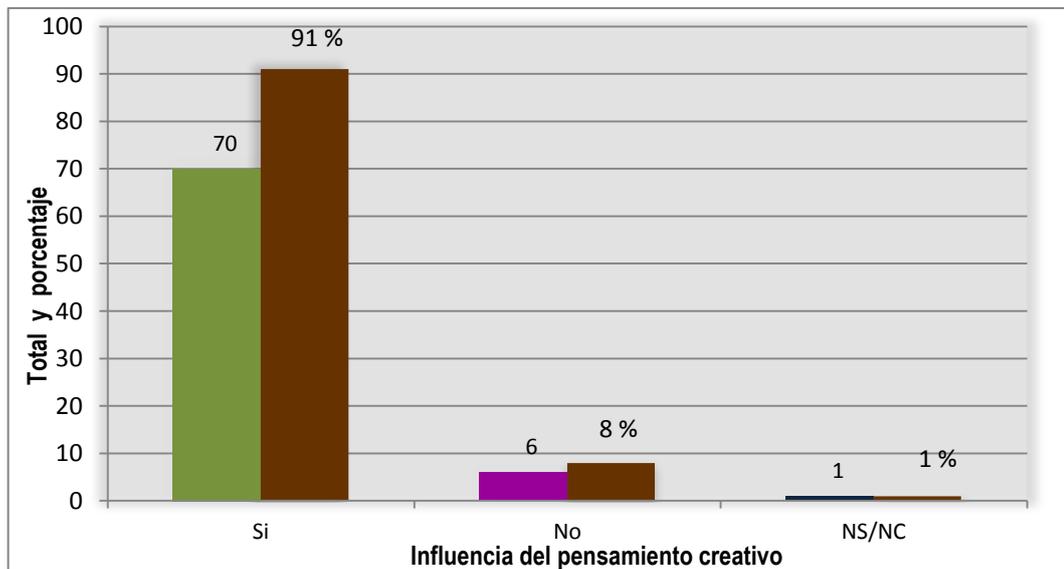


Figura 29: *Pensamiento creativo*

En la tabla y figura antes visualizadas, se puede comprobar que los alumnos en un total de 70 que hace el 91 % manifestaron que el pensamiento creativo sí influye en la solución de problemas, frente a 6 estudiantes que tan sólo hace el 8%, donde señala que el pensamiento creativo no influye en la solución de los problemas empresariales. Por tanto se puede afirmar y de modo general que el pensamiento creativo juega un papel importante en el rol del administrador y que

le permite contar con herramientas que le permitan tomar las mejores decisiones y de manera oportuna para la solución de los problemas en el manejo de los recursos concretos y abstractos con que cuenta toda organización innovadora, por lo que su desarrollo como tal es indispensable en la preparación y formación profesional para hacer frente a todo tipo de contingencias.

b) Dimensión N° 02: Formación en valores del alumno:

Tabla 24

Colaboradores creativos y proactivos

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
13	¿Siendo Ud. líder de una empresa cree que los colaboradores deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional?	Si	73	95	95.00
		NS/NC	4	5	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Dado los resultados en la tabla 24, respecto a: que siendo usted líder de una empresa cree que los trabajadores deber ser creativos y pro activos, donde se ve que el 95 % de los estudiantes llegaron a imprimir que sí y por otro lado y sólo el 5 % señalaron que no saben y/o que no llegaron a contestar tal evento.

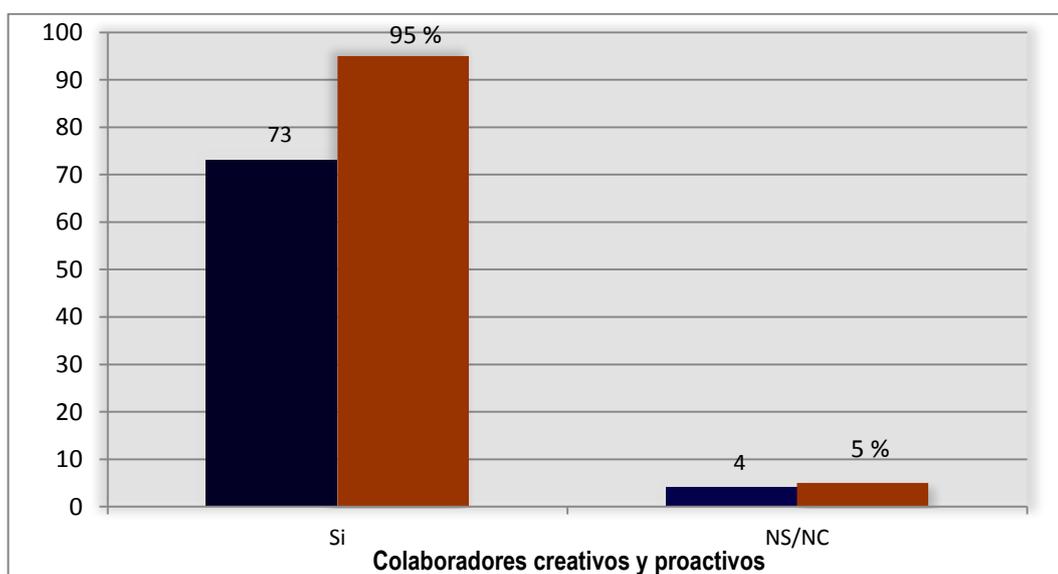


Figura 30: *Colaboradores creativos y proactivos*

Es así, que al discernir la tabla y figura anterior, se observa que 73 discentes (95 %), llegaron a responder que al ser líder de una empresa los colaboradores deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional y que son los talentos humanos que se deben cuidar y retenerlos para el beneficio de la organización; situación contraria y donde solo 4 estudiantes (5 %) llegan a determinar que no saben y/o no conocen sobre el liderazgo y de cómo ver a los colaboradores de una empresa. Por consiguiente y de manera generalizada se puede afirmar que los estudiantes manifiestan en su casi en su totalidad que los trabajadores de una empresa deben ser creativos y proactivos, ya que este tipo de trabajadores aportan a la empresa con su iniciativa propia. Situación que permite diseñar las mejoras respectivas para establecer estratégicamente conocimientos de liderazgo toda vez que permite conocer y administrar empresas de manera sinérgica la misma que debe ser implementada a durante el proceso de su formación académica profesional.

Tabla 25

Honestidad y veracidad

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
14	¿Según Ud. se considera que es honesto y veraz en el cumplimiento de sus actividades?	Si	51	66	66.00
		No	24	31	97.00
		NS/NC	2	3	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla precedente, se aprecia que el 66 % de los alumnos llegaron a indicar que sí, seguido del 31 % que especificaron que no y que tan sólo el 3 % de los estudiantes dijeron que no saben y/o no contestaron al ítem en mención.

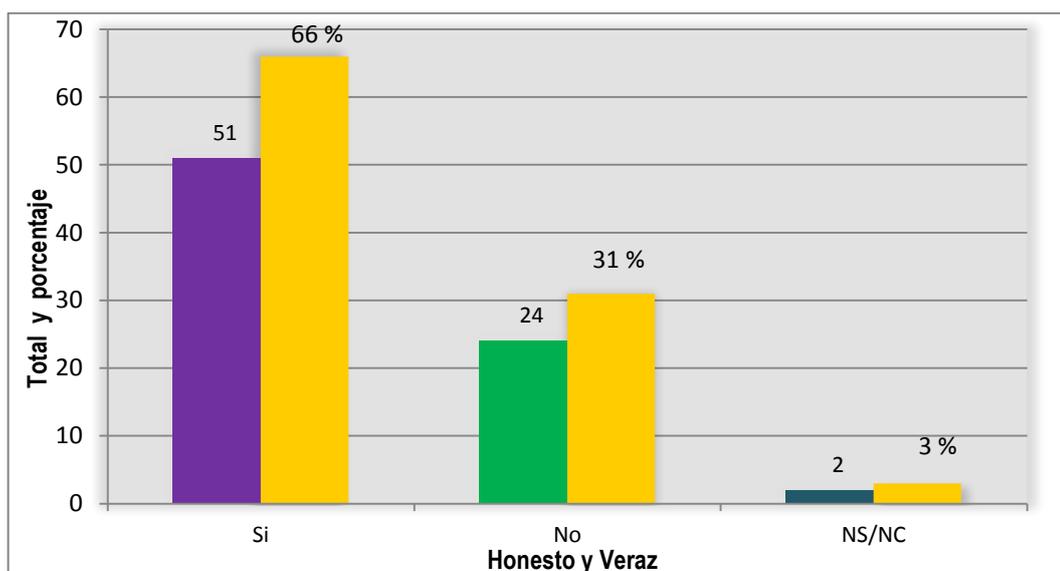


Figura 31: *Honestidad y veracidad*

En tanto, de la tabla 26 y figura 32, se desprende que 51 estudiantes se consideran honestos y veraces en el cumplimiento de sus actividades, haciendo al 66 %; por otro lado 24 discentes (31 %) del total sostuvieron que no se considera honesto y veraz en el cumplimiento de sus actividades académicas y de su formación profesional.

Situación que exige y que debe generar mejoras en los estudiantes que tienen y presentan las debilidades antes consideradas, toda vez que el estudiante debe tener y más aún como profesional estos valores y actitudes, la misma está encaminado al amparo de su formación académica universitaria, de modo que ésta se sustenta como soporte principal para desarrollar su formación integral en base a valores y creatividad empresarial.

Tabla 26

Puntualidad

Nº	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
15	¿Ud. se considera puntual para llegar desarrollar sus responsabilidades?	Si	54	70	70.00
		No	19	25	95.00
		NS/NC	4	5	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Realizando el análisis, respecto a la interrogante que si usted se considera puntual, se puede apreciar que el 70 %, llegaron a responder que sí, el 19 % señalaron que no y tan un 5 % de los estudiantes adujeron que no saben y/o no contestaron a que si son responsables en sus acciones de formación profesional.

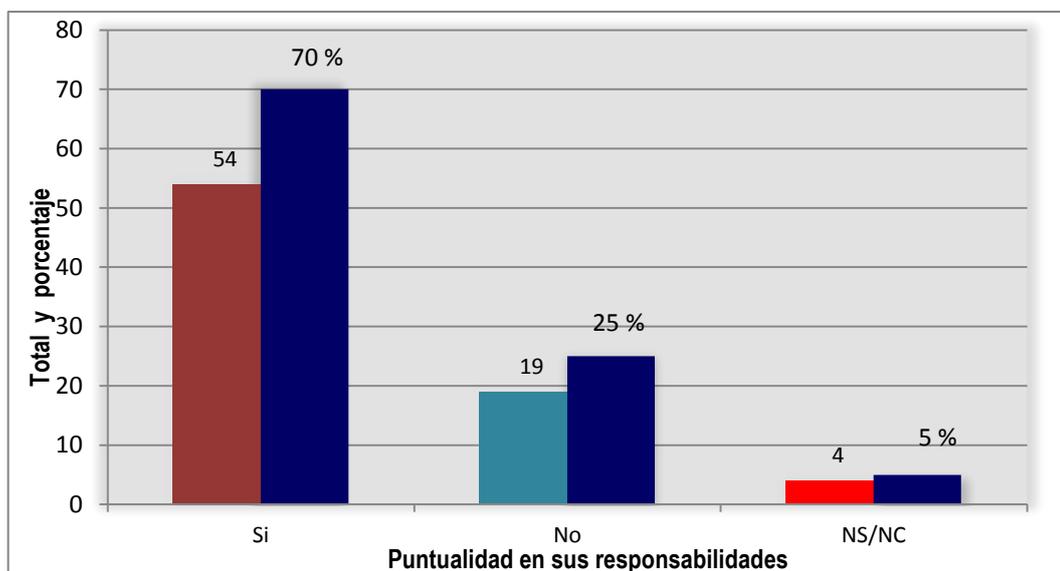


Figura 32: *Puntualidad*

La tabla y figura anterior, muestra datos obtenidos de los discentes y que 54 de ellos alegaron que si son puntuales para llegar desarrollar sus responsabilidades, que asciende a un 70 %; así mismo se puede apreciar que 19 estudiantes que hace el 25 % expusieron que no son puntuales cuando desarrollan alguna responsabilidad en su vida cotidiana, por otro lado y de manera poco significativa 4 estudiantes (5 %) argumentaron que no saben y/o no contestaron al ítem propuesto.

Situación, que permite contemplar que existe un elevado número de estudiantes con más del cincuenta por ciento que se declaran que son puntuales en el cumplimiento de sus actividades y responsabilidades. Debiendo enfocarse en aquellos estudiantes que presentan esta actitud de impuntualidad y que se deben diseñar estrategias para mejorar este escenario, por lo que esta situación estaría perjudicando y preocupando su preparación y formación universitaria.

Tabla 27

Laboriosidad del estudiante

N°	Ítem	Afirmación	f	%	Porcentaje Acumulado
16	¿Se considera Ud. laborioso para cumplir sus obligaciones?	Si	54	70.13	70.13
		No	18	23.38	93.51
		NS/NC	5	6.49	100
Total			77	100	

Fuente: Elaboración propia.

Al efectuar el análisis de la tabla anterior, con respecto a la interrogante que si usted se considera laborioso, se aprecia que el 70.13 %, de los estudiantes afirmaron que sí, seguido del 23.38 % que manifestaron que no y tan sólo el 6.49 % dijeron que no saben y/o no contestaron a la interrogante antes citada.

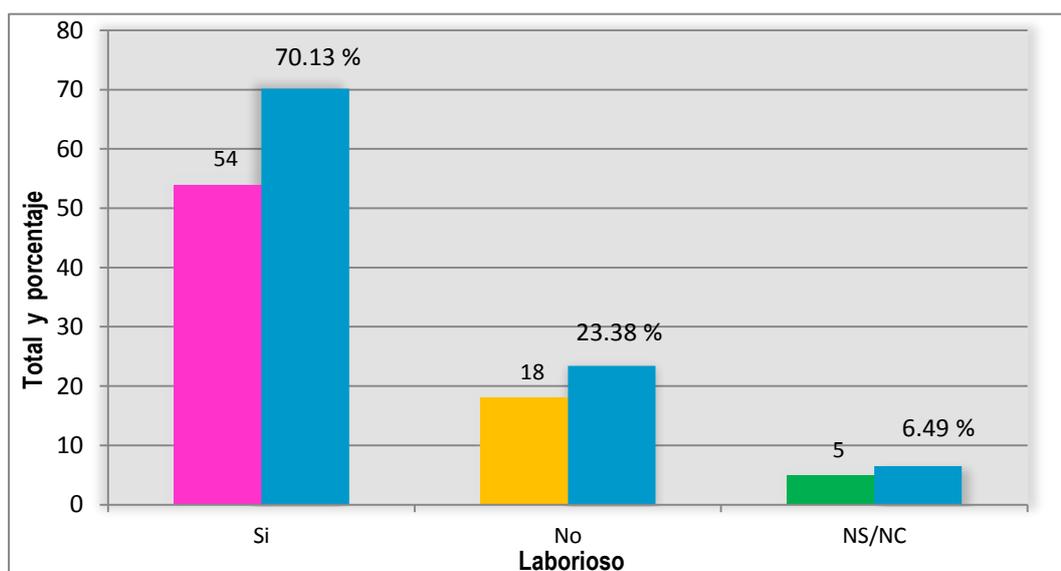


Figura 33: *Laboriosidad del estudiante*

Partiendo de los datos que se esbozan en la tabla 27y figura 34, se aprecia que 54 (70.13 %) estudiantes tienden a sostener que se consideran laboriosos para poder cumplir sus obligaciones; donde además 18 estudiantes que ascienden a un 23.38 %, alegaron que no son laboriosos para cumplir sus actividades y obligaciones en su condición de estudiantes, finalmente se señala que 5 (6.49 %) alumnos respondieron que no sabe y/o no contestaron al no identificarse y autocalificarse sobre el caso.

En consecuencia se establece, que cerca de las tres cuartas partes de todos los estudiantes se consideran laboriosos para el cumplimiento de sus actividades y obligaciones asumidas; pero el escenario preocupante y que llega cerca al 25 por ciento de los discentes que mencionaron que no son laboriosos en el cumplimiento de sus obligaciones contraídas, contexto que exige establecer estrategias que permitan mejorar este momento al considerar que es una cifra significativa en vista que son estudiantes que están por egresar, y que es preocupante para su labor profesional que llegaran a desempeñar y que no se esté tomando en serio este tipo de disciplina al cuál como administradores están llamados a encaminar a sus futuros trabajadores, por tanto dicha virtud debe encaminarse a lo largo del proceso de formación profesional.

5.1.4 Contratación de hipótesis

Para poder demostrar y explicar las hipótesis de la investigación, se manejó el estadístico Rho de Spearman para variables cuantitativas nominales, por tener una muestra finita y pequeña. Donde el proceso de datos se efectuó mediante la estadística inferencial y se pudo determinar las dimensiones que actúan de manera directa en la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.

En consecuencia se muestran las relaciones y significancias estadísticas del estudio para aceptar o rechazar las hipótesis:

5.1.4.1 Hipótesis general.

Tabla 28

Relación asignaturas de creatividad empresarial con la formación académica profesional

Correlaciones				
			Asignaturas de creatividad empresarial	Formación académica profesional
Rho de	Asignaturas de creatividad empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,414**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	77	77
Spearman	Formación académica profesional	Coefficiente de correlación	,414**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	77	77

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29

Análisis e interpretación

Hipótesis estadísticas	Ho: Las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios no presentan una relación significativa con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
	Ha: Las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios presentan una relación significativa con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$
Coefficiente de correlación	0,414**
Valor p calculado	$p = 0,000$
Conclusión	De modo que $p < 0,05$, rechazamos la hipótesis nula y admitimos la hipótesis alterna y concluimos que las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios presentan una relación significativa con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.

Fuente: Elaboración propia.

Por cuanto se puede determinar, afirmar y aceptar la hipótesis general considerada como resultado de la prueba estadística de Rho Spearman, donde el valor del coeficiente de “Rho” calculado se encuentra dentro del valor que oscila de 0 a 1 (Coeficiente de correlación de Rho=0.414**), las misma está entre 0.40 <0.414< 0.59 que permite señalar que existe una moderada correlación, si bien

existe una correlación entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios con la formación académica profesional, esta correlación es moderada positiva, toda vez que su valor predictivo para los alumnos es significativa. Así mismo se observa que el p-valor calculado es 0.000 con un nivel de significancia del 5 % (sig.(Bilateral) = 0.000 < 0.05) determinando que existe relación significancia entre variables, lo que ratifica la correlación y que las signaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios llegan a incidir y repercutir en la formación académica profesional del estudiante en cuanto a su desarrollo de sus habilidades cognitivas, valorativas y conocimientos sobre su capacidad creadora empresarial. Situación que esta corroborada por (Ruíz, 2004) en la existencia de relación entre la creatividad y los estilos de aprendizaje y su medida respectiva. De igual forma trata sobre la relación entre la capacidad creativa del futuro profesional en la educación y la manera en que se interrelaciona con el mundo educativo y su implicancia en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Y las condiciones ambientales en que prefiere trabajar el alumno.

5.1.4.2 Sub hipótesis.

Hipótesis Secundaria 1:

Tabla 30

Relación creatividad empresarial con la formación académica profesional

		Correlaciones		
		Creatividad empresarial	Formación académica profesional	
Rho de	Creatividad empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,407**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	77	77
Spearman	Formación académica profesional	Coefficiente de correlación	,407**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	77	77

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31

Análisis e interpretación: HSI

Hipótesis estadísticas	<p>Ho: No existe relación significativa entre la creatividad empresarial con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la creatividad empresarial con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p>
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$
Coefficiente de correlación	0,407**
Valor p calculado	$p = 0,000$
Conclusión	De modo que $p < 0,05$, rechazamos la hipótesis nula y admitimos la hipótesis alterna y concluimos que existe relación significativa entre la creatividad empresarial con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de las pruebas estadísticas sometidas a la primera hipótesis secundaria, situación realizada mediante la prueba estadística descriptiva de correlación Rho de Spearman, donde se llegó a obtener en primera instancia un coeficiente de “Rho” calculado (Coeficiente de correlación de Rho=0.407**), la misma se encuentra entre 0 y la unidad (1), encontrándose entre (0.40 < **0.407** < 0.59), situación que permite afirmar que existe una moderada correlación positiva; además el p-valor calculado fue de 0.000 con nivel de significancia del 5 % (sig. = 0.000 < 0.05) que establece la existencia de una relación significativa entre la dimensión objeto de estudio y la variable considerada, ratificando la correlación positiva respectiva y prevista, a partir del cual se llega a determinar que la creatividad empresarial de las asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios llegan a asociarse y repercuten en la formación académica profesional del estudiante, en referencia a la preparación, desarrollo y fortalecimiento de los conocimientos sobre creatividad empresarial y que sean sólidos para el desarrollo profesional en la actual sociedad de la información. Escenario previsto y señalado por (Rodríguez, 2011) que demuestra la influencia de los procesos cognitivos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la facultad de ciencias.

Hipótesis Secundaria 2:

Tabla 32

Relación plan de estudios con la formación académica profesional

		Correlaciones		
			Plan de estudios	Formación académica profesional
Rho de	Plan de estudios	Coefficiente de correlación	1,000	,240*
		Sig. (bilateral)	.	,037
		N	77	77
Spearman	Formación académica profesional	Coefficiente de correlación	,240*	1,000
		Sig. (bilateral)	,037	.
		N	77	77

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33

Análisis e interpretación: HS2:

Hipótesis estadísticas	Ho: No existe relación significativa entre el plan de estudios con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
	Ha: Existe relación significativa entre el plan de estudios con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$
Coefficiente de correlación	0,240*
Valor p calculado	$p = 0,037$
Conclusión	De modo que $p < 0,05$, rechazamos la hipótesis nula y admitimos la hipótesis alterna y concluimos que existe relación significativa entre el plan de estudios con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.

Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, la prueba estadística descriptiva aplicada a la segunda hipótesis secundaria, presentó un coeficiente calculado “Rho” (Coeficiente de correlación de Rho=0.240*), la misma se presenta más próximo a cero (0) y más distante a la unidad (1), por tanto se encuentre entre ($0.20 < 0.240 < 0.39$), escenario que determina que existe una baja correlación positiva; así mismo, el p-valor calculado fue de 0.037 con nivel de significancia del 5 % (sig. = $0.037 < 0.05$)

que señala de la existencia de una relación baja significativa entre la dimensión considerada y la variable objeto de estudio, corroborando la correlación positiva respectiva; situación que permite determinar que el plan de estudios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas tiene una asociación y repercusión directa en la formación académica profesional del estudiante, donde el plan de estudios deben estar diseñados y estructurados con asignaturas enfocadas al desarrollo del pensamiento creativo del discente y lograr una formación profesional de calidad relacionada a la creatividad empresarial. Contexto que se llega a corroborar por (Llanos, 2008), que sostiene de la existencia de relación entre el perfil profesional con el plan de estudios de la facultad de Ciencias de la Educación que con frecuencia lo observaron un 62% durante sus estudios universitarios.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente estudio, para alcanzar los objetivos considerados, se apeló a la utilización de la estadística descriptiva e inferencial, logrando resultados muy significativos y que reflejan los elementos que establecen y asocian a las variables estudiadas de las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos en la Universidad Alas Peruanas, Filial Cusco. Por tanto se llegan a establecer las discusiones de manera precisa.

Se puede llegar a señalar a partir de los datos capturados y de la contrastación de la hipótesis general, que existe una correlación entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional, esta correlación es moderada positiva, toda vez que su valor predictivo para los alumnos es significativa. Situación que esta corroborada por (Ruíz, 2004) en la existencia de relación entre la creatividad y los estilos de aprendizaje y su medida respectiva. De igual forma trata sobre la relación entre la capacidad creativa del futuro profesional en la educación y la manera en que se interrelaciona con el mundo educativo, su implicancia en el proceso de enseñanza – aprendizaje y las condiciones ambientales en que prefiere trabajar el alumno.

Partiendo de la variable asignaturas de creatividad empresarial y sus elementos predictivos que fundamentan dicho evento, se advierte en relación a la dimensión creatividad empresarial, que el 58 % de los estudiantes no llega a definir y/o entender el significado de creatividad frente al 38 % que sí manejan satisfactoriamente tal

definición. Por otro lado el 53 % de los encuestados manifestaron que las metodologías utilizadas por los docentes en la escuela profesional no llegan a fortalecer las capacidades cognitivas y valorativas. Así mismo el 60 % de los discentes afirmaron que sí desarrollan satisfactoriamente su capacidad creadora empresarial durante su preparación y formación profesional. De otro lado el 84 % de los estudiantes sostuvieron que no se consideran con los conocimientos suficientes sobre creatividad empresarial para poner en práctica durante su desarrollo profesional. Tal como señala Rodríguez (2011), que existe influencia de los procesos cognitivos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la facultad de ciencias de la universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle, donde el uso y el manejo pertinente de las estrategias cognitivas permitieron el desarrollo de algunas dimensiones del pensamiento creativo como la fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración.

De la misma manera, en referencia a la dimensión plan de estudios de la variable asignaturas de creatividad empresarial, se observa que el 62.34 % de los discentes encuestados manifestaron que las asignaturas del plan de estudios no se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial. Así mismo el 77 % de los estudiantes mencionaron que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios incide en su formación profesional en relación a la visión de su creatividad empresarial. Además se advierte que el 60 % de los encuestados afirmaron, que los contenidos de las asignaturas (syllabus) no les permitieron obtener una formación profesional en las que puedan desarrollar sus habilidades necesarias sobre la creatividad empresarial, y de otra parte el 62 % de los estudiantes considerados sostuvieron que los planes de estudios no son lo suficientemente flexibles para poder potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos, encontrándose insatisfechos por el logro profesional y de sobre manera referente a su creatividad empresarial. Escenario fundamentado por Ruíz (2010), donde establece por intermedio de su investigación, que las prácticas educativas tradicionales no facilitan el desarrollo de la creatividad en las primeras edades, lo que hace ver la necesidad de apostar por un cambio de actitud por parte del docente, toda vez que el mayor desarrollo de la creatividad verbal se da en estas aulas (las constructivistas)

porque en ellas se da oportunidad al alumno para hablar, exponer y debatir ideas, así como reflexionar sobre ellas.

Por otra parte, considerando a la variable formación académica profesional y sus componentes predictivos que establecen y sostienen a dicho evento, se puede advertir en referencia a la dimensión formación del alumno, donde el 96 % de los discentes encuestados manifestaron que sí se encuentran motivados y tienen pensado en el futuro llegar a desarrollar algún proyecto de empresa como profesional de manera independiente. Así mismo el 70 % de los estudiantes afirmaron que sí en un futuro mediano y/o de largo plazo tienen en mente crear su propia empresa por iniciativa propia y que les es muy prioritario formarles y capacitarles para desarrollar su creatividad para que estos sean emprendedores. Además el 53 % de los encuestados considerados sostuvieron que sí llegan a identificar con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa y/o institución. De otra parte el 91 % afirmaron que el pensamiento creativo sí incide en la solución de problemas, jugando un papel determinante en el rol del administrador al permitirle contar con herramientas para la adecuada toma de decisiones y de manera oportuna. Escenario que sostiene Sánchez (2009), en donde señala que existe una relación entre creatividad verbal y comprensión lectora en los escolares del quinto grado de primaria, es decir a mayor creatividad verbal mayor comprensión lectora y viceversa; mostrando resultados en que el 84% de los participantes con bajo nivel de creatividad verbal tienen a su vez un bajo nivel de comprensión lectora.

De otra parte, en referencia a la dimensión formación en valores del alumno de la variable formación académica profesional, se puede evidenciar que el 95 % de los discentes encuestados supieron responder que al ser líder de una empresa los colaboradores sí deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional, debiendo cuidar y retener a los talentos humanos creativos. Además el 66 % de los estudiantes sostuvieron que sí son honestos y veraces en el cumplimiento de sus actividades y responsabilidades. Así mismo el 70 % de todos los encuestados manifestaron que sí son puntuales para ejecutar y desarrollar las actividades y responsabilidades asumidas, y por otro lado el 70.13 % afirmaron que sí se consideran laboriosos para el cumplimiento de sus obligaciones. Contextos que deben ser considerados y manejados con una visión ética, tal como manifiesta

Esquivias (2004), en su trabajo de investigación que sostiene que los estudiantes implicados en la educación actual y sobre todo la manera en que consuman el proceso creativo, la forma e inclusive el contexto en el que elaboran o producen ideas novedosas en su pensamiento deben ser atendidas de manera prioritaria y que de esta forma se puede ver la diversidad de campos y producciones de los participantes así como la forma en que el contexto puede influir en este sentido e ellos. Es así que se ponen en la palestra el pensamiento creativo, el proceso creativo y la elaboración creativa, con una conceptualización de las diferencias individuales biogenéticas, para luego asumirlos en los ambientes de aprendizaje, en medio de factores socioculturales.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- Existe relación significativa positiva moderada entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas (UAP), filial Cusco; afirmando de la existencia de una correlación significativa por la prueba estadística descriptiva de correlación de Rho de Spearman, donde el coeficiente de correlación de $\alpha = 0.414^{**}$ que oscila entre (0 y 1), la misma está entre $(0.40 < 0.414 < 0.59)$ y que el valor de $p = 0.000$ ($0.000 < 0.05$); que determina la existencia de una relación significativa, donde las asignaturas de creatividad empresarial llegan a incidir y repercutir en la formación académica profesional de los estudiantes, en cuanto al desarrollo de sus habilidades cognitivas, valorativas y conocimientos adquiridos sobre su capacidad creadora para su desarrollo profesional futuro.

SEGUNDA.- Se concluye que la creatividad empresarial tiene relación significativa positiva moderada con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco. Situación esgrimida por la prueba de correlación Rho de Spearman, donde el coeficiente de correlación de $\alpha = 0.407^{**}$ encontrándose dentro (0 y 1) y ubicándose entre $(0.20 < 0.407 < 0.39)$ estableciendo por tanto una correlación significativa y que el p-valor alcanzado es 0.000 ($0.000 < 0.05$), situación determinante de asociación y repercusión de la creatividad empresarial en la formación académica profesional de los estudiantes, en referencia a la preparación, desarrollo y fortalecimiento de los conocimientos de creatividad empresarial que recibe a lo largo de los años de estudio para su desempeño y ejercicio profesional en la sociedad de la información.

TERCERA.- Existe una relación significativa baja positiva entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos; Escenario reflejado por la prueba estadística descriptiva de correlación Rho de Spearman, la misma presenta un nivel de significancia positiva baja $\alpha = 0.240^{*}$ la misma oscila entre (0 y 1) y hallándose entre $(0.20 < 0.240 < 0.39)$, además el p calculado es 0.037 que es inferior al nivel de significancia 5 % ($0.037 < 0.05$); Por tanto se admite la validación de la segunda hipótesis secundaria, sosteniendo que existe una correlación positiva entre la dimensión

tratada y la variable respectiva; determinando que el plan de estudios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco tiene repercusión y está asociada con la formación académica profesional del alumno, las mismas deben estar diseñadas y estructuradas con asignaturas enfocadas al desarrollo de su pensamiento creativo para su desempeño laboral y como colaborador empresarial de manera creativa y pro activa.

RECOMENDACIONES

PRIMERO.- A los responsables académicos y administrativos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, filial Cusco; deben diseñar planes de acción e innovación en las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios vigentes basadas en estrategias cognitivas de orientación y destrezas humanistas para generar cambios de consciencia y desarrollar la capacidad creadora en cada uno de los alumnos, así como establecer mejoras continuas en las metodologías utilizadas por los docentes para despertar y potencializar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas del discente durante el proceso de su formación académica profesional, con la finalidad de que afronte con eficiencia y eficacia el ejercicio profesional a nivel empresarial, en donde puedan poner en práctica su capacidad creadora, proactiva y hacer frente a las contingencias organizacionales, generando la creación y el emprendimiento de nuevas e innovadoras empresas competitivas que beneficien al desarrollo de la comunidad.

SEGUNDO.- A los docentes y académicos universitarios de la Escuela Profesional, la creatividad empresarial en el proceso de la formación académica profesional del alumno es una de las vallas mentales para que un discente y sobre todo un profesional llegue a desarrollar un trabajo creativo, situación que deben identificarse y eliminarse por intermedio del diseño de acciones estratégicas y prácticas permanentes del pensamiento creativo que son fundamentales desarrollarse a lo largo de sus años de estudios, donde los docentes deban utilizar en sus sesiones didácticas y actividades cotidianas, técnicas e instrumentos creativos para que los discentes las llegue a asimilar e incorpore en sus procesos cotidianos y normales de resolución de problemas y en la exploración de ideas nuevas con las cuales pueda generar cambios y contribuir en el desarrollo personal y profesional de manera eficiente y eficaz, emprendiendo nuevos retos y proyectos empresariales en la sociedad de la información.

TERCERO.- A los responsables académicos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, a los órganos de decisión académica de la Universidad Alas Peruanas, filial Cusco y a los investigadores enfocados en la variables objeto de estudio; deben realizar una planificación, diseño, desarrollo y posterior aplicación de una reforma en el proceso de enseñanza-aprendizaje por intermedio de la

implementación de innovadores planes de estudio que articulen el desarrollo del pensamiento creativo empresarial del discente y brindar una enseñanza universitaria de calidad, la misma que repercuta positivamente en la formación académica de los estudiantes como futuros profesionales líderes en la administración, permitiendo incrementar significativamente los conocimientos, iniciativas, la toma de decisiones, la capacidad creadora, así como el ingenio empresarial, situación que les permitirá aportar de sobre manera con el desarrollo y posicionamiento organizacional competitivo y su desarrollo profesional eficiente y eficaz en un mercado global y competitivo de hoy.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arce D., Danixa L. y Saldaña L., Ana L. (2014). Influencia del juego de construcción en el desarrollo de la creatividad en niños de 5 años de la I.E. N° 252 “NIÑO JESUS”, de Trujillo en el año 2013. Trujillo Perú
- Amaru, C. (2006) Administración para emprendedores. México D.F. Editorial: Pearson Educación.
- Amei, W., (2003) Diccionario pedagógico AMEI –WAECE.Madrid. Asociación Mundial de Educadores Infantiles.
- Arévalo M., Ligia B.; Bustos C., Magaly Del S.; Castañeda A., Diana E. Y Montañez Q., Nicolás (2009). El desarrollo de los procesos cognitivos creativos a través de la enseñanza problemática en el área de ciencias naturales en niñas del colegio Santa María. (Tesis). Bogota-Colombia.
- Carbajal, Lizardo (2014). El método deductivo de investigación. Consultado el 15/02/2017 y disponible en: <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Chiavenato, I., (2006) Introducción a la teoría general de la administración México. Editorial: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA, S.A. DE C.V. Decimosétima edición.
- Cientes y Empresas. (2010). Consultado el 30/01/2017 y disponible en: <http://www.cientesyempresas.wordpress.com>
- Cuba M., Nery y Palpa M., Estefani (2015). La hora del juego libre en los sectores y el desarrollo de la creatividad en los niños de 5 años de las I.E.P. de la localidad de Santa clara. (Tesis). Lima Perú.
- De bono, E. (1999). El pensamiento creativo. México D.F. Editorial: Paidós Plural.
- Edel, N. (2003). Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficiencia y Cambio en Educación. Vol.1 N° 2. Universidad de Deusto. Recuperado el: 2 febrero del 2017De: <http://www.ice.deusto.es/rinace/reice/vol1n2/Edel.pdf>
- El peruano (2014). Ley Universitaria 30220. Consultado el 15/02/2017 y disponible en: <https://www.sunedu.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>

- Esquivias S., María T. (2008). Pensamiento creativo en estudiantes de educación superior: evaluación de competencias en el aula. Consultado el 10/02/2017 y disponible en: http://132.248.9.195/ptd2008/octubre/0633100/0633100_A1.pdf
- Esquivias S., María T. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. México D.F.: "Revista Digital Universitaria" V. 5. N.1.
- Estermann Josef. (1997). La historia de la filosofía. Lima. Editorial: Salesiana.
- Ferrando, M., Prieto, M.D., Ferrándiz, C. y Sánchez, C. (2005). Inteligencia y Creatividad. España. Revista electrónica de investigación psicoeducativa.
- Freiria, J. E. (2006). Pensamiento Creativo en la formación de competencias cognitivas creativas en la Universidad. XIII jornadas de investigación facultad de psicología - Universidad de Buenos Aires.
- García, E. (2005) Las 100 claves de Juan Pablo II. Madrid. Editorial: El tercer nombre, S.A.
- Gardner, H. (1998). Estructuras de la mente. La Teoría de las inteligencias Múltiples. Colombia. Editorial: Fondo de Cultura Económica.
- Goleman, D. (1995). La inteligencia emocional. Buenos Aires. Editorial: Ediciones B Argentina S.A.
- González Q. Carlos A. (2012). Condiciones medioambientales para el trabajo, el desarrollo productivo y la innovación. Ambientes creativos de innovación. Consultado el 20/12/2017 disponible en: <http://www.uitec.org/sites/default/files/documentos/uitec-5-1-gonzalez40-279-328.pdf>
- Gonzales, M. (1993). Creatividad en niños súper dotados. (Tesis doctoral). Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Guilford, J.P. (1967). Modelo Multifactorial de la Inteligencia. España. Editorial: Ediciones Paidós.
- Guilford, J.P. (1983). Creatividad y Educación. España. Editorial: Ediciones Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., (2010). Metodología de la Investigación. 3ra. Edición. México. Editorial: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Horst, S., Zenke, K. (2001). Diccionario Akal de pedagogía. Madrid. Editorial: Ediciones Akal.

- Lexus, E. (2009). Diccionario Enciclopédico color.Lima. Editorial: Industria Gráfica Peñalara.
- Palao J. y Gómez G., V. (2009). Identifique Ideas de Negocio Exitosas. Lima: Editorial Palao Editores S.A.C.
- Picardo. (2004). UPAEP Diccionarios pedagógicos. San Salvador. Editorial: Colegio García Flamenco en 1ra. Edición
- Proyéctate ahora (2011). Hemisferios cerebrales. Consultado el 21/01/2017 y disponible en: [http:// www.proyectateahora.com](http://www.proyectateahora.com)
- Proyéctate ahora (2012). Cuestionario sobre creatividad personal. Averigua a qué nivel tienes desarrollada tu creatividad. Recuperado el: 18 enero del 2017 de: [http:// www.proyectateahora.com](http://www.proyectateahora.com)
- Ramos, M. y Guerra, L. (2005). La creatividad como estrategia didáctica Lima. Editorial: San Marcos.
- Rodríguez SM., María C. (2011). Procesos creativos en el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la facultad de ciencias de la Universidad Nacional de Educación Enrique guzmán Valle. (Tesis). Lima Perú.
- Ruiz, S., María T. (2010). Práctica Educativa y Creatividad en Educación Infantil. (Tesis doctoral). Málaga. Universidad de Málaga.
- Ruiz L., Ramón (2006). Historia y evolución del pensamiento científico. Designedby Euler Ruiz. México.
- Ruiz R., Carlos (2004). Creatividad y Estilos de aprendizaje. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga. Málaga.
- Saldaña, A., (2013). Influencia del juego de construcción en el desarrollo de la creatividad en niños de 5 años de la I.E. N° 252 “NIÑO JESUS”, de Trujillo en el año 2013. Trujillo Perú.
- Sánchez H., Elizabeth L. (2009). Creatividad verbal y comprensión lectora en escolares del quinto grado de primaria de una institución educativa estatal: Callao. (Tesis). Lima Perú.
- Sovero, F.V. (2002). Diccionario Educacional. Lima. Editorial: ABEDUL.
- Stoner, J., Freeman, R., Edward, G., Daniel, R. (1996). Administración. 6ta Edición. México D.F. Editorial: Pearson.
- Torres, Z. (2014). Teoría general de la Administración. México. Editorial: Grupo Editorial Patria.

UAP (2017) Universidad Alas Peruanas. Consultado el 10/02/2017 y disponible en:[Http// www.uap.edu.pe/Esp/Nosotros/Universidad/Reseña.htm](http://www.uap.edu.pe/Esp/Nosotros/Universidad/Reseña.htm).

Unimar, (2012). Desarrollo de habilidades de pensamiento y creatividad como potenciadores de aprendizaje. Revista en línea Nro. 59 Colombia. Recuperado el 21-enero-2017. [Http: // www.umariana.edu.co](http://www.umariana.edu.co).

ANEXOS

Anexo N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios y su repercusión en la formación académica profesional de los alumnos”.

PROBLEMA PRICIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA									
¿De qué manera se relaciona las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco?	Determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.	Las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios presentan una relación significativa con la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.	<p>Variable de estudio X:</p> <p>Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios:</p> <p>Variable de estudio Y:</p> <p>Formación académica profesional:</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo correlacional. Tipo: Básica o fundamental. Diseño: No experimental-transversal</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --- X M --- Y X --- Y style Y stroke-width:2px style Y stroke-dasharray: 5 5 </pre> </div> <p>Donde: M=Muestra de estudio VX=Asignaturas de creatividad empresarial en los planes de estudio. VY=Formación académica profesional. r = Relación de variables.</p> <p>Población y Muestra: Población: Los estudiantes del IX y X ciclo de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco, Total 77. Muestra:El extracto y elección de la muestra, se efectuó de manera no probabilística e intencionada, considerando a la población total que es finita y pequeña:77 unidades.</p> <p>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #ffff00;"> <th>VARIABLE DE ESTUDIO</th> <th>TÉCNICA</th> <th>INSTRUMENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Asignaturas de creatividad empresarial en los planes de estudio</td> <td style="text-align: center;">Encuesta</td> <td style="text-align: center;">Cuestionario</td> </tr> <tr> <td>Formación académica profesional</td> <td style="text-align: center;">Encuesta</td> <td style="text-align: center;">Cuestionario</td> </tr> </tbody> </table> <p>Métodos de análisis de datos: Mediante la estadística descriptiva, donde los datos obtenidos fueron resumidos y tabulados numérica y gráficamente con el uso de software estadístico: SPSS 24 y Excel 2016.</p>	VARIABLE DE ESTUDIO	TÉCNICA	INSTRUMENTO	Asignaturas de creatividad empresarial en los planes de estudio	Encuesta	Cuestionario	Formación académica profesional	Encuesta	Cuestionario
VARIABLE DE ESTUDIO	TÉCNICA	INSTRUMENTO											
Asignaturas de creatividad empresarial en los planes de estudio	Encuesta	Cuestionario											
Formación académica profesional	Encuesta	Cuestionario											
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS SECUNDARIAS	DIMENSIONES										
<p>PS1 ¿Cuál es la relación que existe entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco?</p> <p>PS2 ¿Cuál es la relación que existe entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco?</p>	<p>OE1 Determinar la relación que existe entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p> <p>OE2 Determinar la relación existente entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p>	<p>HS1 Existe relación significativa entre la creatividad empresarial y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p> <p>HS2 Existe relación significativa entre el plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.</p>	<p>VX: Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios:</p> <p>Creatividad empresarial. Plan de estudios.</p> <p>VY: Formación académica profesional:</p> <p>Formación académica del alumno. Formación en valores del alumno.</p>										

AnexoN° 02 Cuestionario.



MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS

Dirigida a los alumnos del IX y X ciclo de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP – Cusco

INDICACIONES:

Estimado estudiante de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco; responda los ítems del siguiente cuestionario en mérito a su sentimiento y conocimiento de manera objetiva, claridad, sinceridad y responsabilidad, para el cual debe marcar con una la opción que más se relacione con su criterio a partir de los valores establecidos para cada una de ellas.

ANTES DE INICIAR:

- Las respuestas son confidenciales.
- Elegir y marcar tan sólo una opción en la respuesta.
- Responder toda la encuesta y los ítems respectivos.

DATOS GENERALES:

Alumno(a) del ciclo: IX () X () Edad..... Género: M () F ()

ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y FORMACIÓN

ACADÉMICA PROFESIONAL

ESCALATRICOTÓMICA DE OPINIÓN DE “ACE” Y “FAP”

No	Si	NS/NC
0	1	2

N°	Ítems	Respuestas		
		No	Si	NS/NC
		0	1	2
Dimensión 1-V1: Creatividad empresarial.				
1	¿Llega a definir con exactitud el concepto de la Creatividad Empresarial?			
2	¿Las metodologías utilizadas por los docentes de su escuela profesional potencializan el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?			
3	¿Según Ud. durante su preparación universitaria llegó a desarrollar su capacidad creadora empresarial?			
4	¿Considera Ud. que los conocimientos que tiene sobre creatividad empresarial son suficientes para su desarrollo profesional?			
Dimensión 2-V1: Plan de estudios.				
5	¿Las asignaturas del plan de estudios se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial?			
6	¿Considera que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios influye en su formación profesional en referencia a su creatividad empresarial?			
7	¿Los contenidos de las asignaturas permiten una formación que desarrolle sus habilidades necesarias sobre creatividad empresarial?			
8	¿Los planes de estudios son lo suficientemente flexibles para potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?			
Dimensión 1-V2: Formación académica del alumno.				
9	¿Ud. tiene pensado en el futuro llegar desarrollar algún proyecto de empresa como profesional?			
10	¿El proyecto empresarial a desarrollar en el futuro como profesional, lo llegaría a realizar a iniciativa personal?			
11	¿Llega a identificar Ud. con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa o institución?			
12	¿Considera Ud. que el pensamiento creativo tiene influencia en la solución de problemas en una empresa?			
Dimensión 2-V2: Formación en valores del alumno.				
13	¿Siendo Ud. líder de una empresa cree que los colaboradores deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional?			
14	¿Según Ud. se considera que es honesto y veraz en el cumplimiento de sus actividades?			
15	¿Ud. se considera puntual para llegar desarrollar sus responsabilidades?			
16	¿Se considera Ud. laborioso para cumplir sus obligaciones?			

Leyenda:

Gracias por su participación y colaboración.

ACE: Asignaturas de Creatividad Empresarial

FAP: Formación Académica Profesional

**Anexo N° 03 Plan de estudios de la escuela profesional de administración y
negocios internacionales de la UAP**

3501	Vigente para alumnos ingresantes hasta el periodo 2014-I	
01 ° Ciclo		O
3501-35102	COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA I	O
3501-35103	ADMINISTRACIÓN GENERAL	O
3501-35104	LÓGICA	O
3501-35105	PSICOLOGÍA	O
3501-35106	METODOLOGÍA DEL TRABAJO UNIVERSITARIO	O
3501-35107	COMUNICACIÓN I	O
02 ° Ciclo		
3501-35108	FUNDAMENTOS DE MARKETING	O
3501-35109	MATEMÁTICA II	O
3501-35110	COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA II	O
3501-35111	ADMINISTRACIÓN I	O
3501-35112	FILOSOFÍA	O
3501-35113	DESARROLLO PERSONAL	O
3501-35114	COMUNICACIÓN II	O
03 ° Ciclo		
3501-35201	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	O
3501-35202	ECONOMÍA GENERAL	O
3501-35203	ANÁLISIS MATEMÁTICO	O
3501-35204	CONTABILIDAD I	O
3501-35205	ADMINISTRACIÓN II	O
3501-35206	INDUCCIÓN A LOS NEGOCIOS	O
3501-35207	ÉTICA	O
04 ° Ciclo		
3501-35208	GESTIÓN DE LA IMPORTACIÓN	O
3501-35209	DIRECCIÓN DE MARKETING	O
3501-35210	MICROECONOMÍA	O
3501-35211	ESTADÍSTICAS PARA NEGOCIOS I	O
3501-35212	CONTABILIDAD II	O
3501-35213	DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO	O
3501-35214	ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL	O
05 ° Ciclo		
3501-35301	GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN	O
3501-35302	MACROECONOMÍA	O
3501-35303	ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS II	O
3501-35304	COSTOS Y PRESUPUESTOS	O
3501-35305	DESARROLLO ORGANIZACIONAL	O
3501-35306	LOGÍSTICA	O

3501-35307	INGLÉS PARA NEGOCIOS I	O	✓
06 ° Ciclo			
3501-35308	CONTRATO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	O	
3501-35309	INVESTIGACIÓN OPERATIVA	O	
3501-35310	MATEMÁTICA FINANCIERA	O	✓
3501-35311	DERECHO COMERCIAL	O	✓
3501-35312	RACIONALIZACIÓN ADMINISTRATIVA	O	✓
3501-35313	ENVASES Y EMBALAJES	O	✓
3501-35314	INGLÉS PARA NEGOCIOS II	O	✓
07 ° Ciclo			
3501-35401	COMERCIO INTERNACIONAL	O	✓
3501-35402	ECONOMÍA INTERNACIONAL	O	✓
3501-35403	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA I	O	✓
3501-35404	SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL	O	✓
3501-35405	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES	O	✓
3501-35406	REALIDAD NACIONAL	O	✓
3501-35407	INGLÉS PARA NEGOCIOS III	O	✓
08 ° Ciclo			
3501-35408	MARKETING INTERNACIONAL	O	✓
3501-35409	FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	O	✓
3501-35410	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA II	O	✓
3501-35411	ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD	O	✓
3501-35412	GESTIÓN AMBIENTAL	O	✓
3501-35413	INGLÉS PARA NEGOCIOS IV	O	✓
3501-35414	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	O	✓
09 ° Ciclo			
3501-35501	LOGÍSTICA INTERNACIONAL	O	✓
3501-35502	EVALUACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS	O	✓
3501-35503	FINANZAS INTERNACIONALES	O	✓
3501-35504	REINGENIERÍA DE NEGOCIOS	O	✓
3501-35505	LIDERAZGO EMPRESARIAL	O	✓
3501-35506	INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA I	O	✓
10 ° Ciclo			
3501-35507	GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	O	✓
3501-35508	GERENCIA DE PROYECTOS	O	✓
3501-35509	ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	O	✓
3501-35510	AUDITORIA ADMINISTRATIVA	O	✓
3501-35511	GERENCIA INTEGRAL	O	✓
3501-35512	INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA II	O	✓

AnexoN°04: Ficha de validación del instrumento aplicado en la investigación



VALIDACION DE INSTRUMENTOS

1. DATOS GENERALES

1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS, Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS. (Estudio referido a los alumnos de los ciclos IX y X de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP – Cusco), CUSCO AÑO 2016

1.2. INVESTIGADOR: BACHILLER ABEL VIGNATTI VALENCIA

2. DATOS DEL EXPERTO

2.1. Nombres y Apellidos: Marmónico Manga Rosac.

2.2. Especialidad: Psicología Doctor en ciencias

2.3. Lugar y Fecha: Cusco 06 de DICIEMBRE del 2016

2.4. Cargo e Institución donde labora: Docente: Post grado UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS - CUSCO

COMPONENTE	IDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.			X		
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable			X		
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad			X		
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación			X		
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica			X		
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa			X		
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables			X		
	10. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			X		

1. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Buena

2. PROMEDIO DE VALORACIÓN: Favorable

3. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación (X) Debe corregirse ()

Dra. Rosa E. Marmónico Manga Rosac
 PSICOLOGA CLINICA Y DE LA SALUD
 C. Ps. IP. 6352
 RNE 00034

Sello y Firma del Experto

VALIDACION DE INSTRUMENTOS

1. DATOS GENERALES

1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS, Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS.

(Estudio referido a los alumnos de los ciclos IX y X de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP – Cusco), CUSCO AÑO 2016

1.2. INVESTIGADOR: BACHILLER ABEL VIGNATTI VALENCIA

2. DATOS DEL EXPERTO

2.1. Nombres y Apellidos: MARUJA NUÑEZ PACHECO

2.2. Especialidad: *Ciencias de la Educación*

2.3. Lugar y Fecha: Cusco 06 de DICIEMBRE del 2016

2.4. Cargo e Institución donde labora: Docente: Post grado UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS - CUSCO

COMPONENTE	IDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios			X		
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.			X		
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable			X		
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación			X		
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica			X		
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa			X		
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables			X		
	10. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

1. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Bueno*

2. PROMEDIO DE VALORACIÓN: *favorable*

3. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación (X) Debe corregirse ()



Sello y Firma del Experto

Anexo N° 05. Consentimiento informado

(Debe ser redactado por el investigador de acuerdo a la estructura de su investigación y los principios éticos correspondiente)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES
PROPÓSITO DEL ESTUDIO
Se inició con la intención de observar la formación académica en la escuela de administración, sobre todo su plan de estudios, donde en este caso muchos profesionales en esta rama no están respondiendo a temas propios como el de ser un profesional con iniciativa, liderazgo y creatividad; a esto añadimos los valores de responsabilidad y puntualidad y el de no tomar muy en serio su preparación e investigación académica. Dado que los administradores son los abanderados en cuanto a iniciativa y liderazgo, y que tendrán a su mano el deber como profesional de la administración de llevar adelante a toda una organización a todo un grupo humano con sus propios objetivos y planes. Lo que llegó a determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica de los alumnos de la escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN
La investigación presenta un enfoque cuantitativo, de tipo básico o fundamental, de nivel descriptivo correlacional y con un diseño no experimental-transversal, así mismo se aplicó el método deductivo y analítico, para luego aplicar la técnica de la encuesta y un instrumento basado en un cuestionario para el acopio de datos en un solo momento, en su ambiente natural y sin manipular dicha información y observar el nivel de asociación que pueda existir entre las variables estudiadas.
RIESGOS
Consideramos que el estudio no implica ningún riesgo para los actores que fueron parte fundamental para el logro de la investigación, toda vez que se consideró y manejo todas las exigencias éticas personales y profesionales de parte del investigador en todo su extremo.
BENEFICIOS
El estudio efectuado se encuentra orientado a mejorar sustancialmente la formación académica y profesional del estudiante, toda vez que las aulas universitarias están llamadas a ser el centro de investigación y preparación adecuadas para tal fin, considerando para ello diseños de los perfiles profesionales, las estructuras curriculares y sobre todo con la implementación adecuada de cursos que desarrollen en el estudiantado la iniciativa, la creatividad, el liderazgo y la dirección propia de una organización, centrado en su cultura e intercambio entre universidad y sector laboral y/o empresarial en los planes de estudios que garanticen una óptima formación profesional.
COSTOS
Toda la inversión económica y entre otros materiales logísticos, tecnológicos que se utilizaron durante el ciclo de vida del estudio, estuvo subvencionado por el investigador en su totalidad, por cuanto para la Universidad Alas Peruanas, filial Cusco no representa costo económico alguno.
INCENTIVOS O COMPENSACIONES

INCENTIVOS O COMPENSACIONES

Para el desarrollo de la investigación se partió con la motivación propia con miras a ser realidad el estudio, a partir de la cual se concientizo a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales para su participación sincera, honesta y responsable en la información que llegaron a proporcionar, donde conocieron y visualizaron el plan de estudio que no reflejaba lo propio de la escuela profesional, seguramente por falta de un proceso adecuado de implementación del plan de estudios con miras a una formación integral y holística del estudiantado de esta escuela profesional en lo referente a la creatividad empresarial.

TIEMPO

La ejecución de la investigación estuvo comprendida desde el mes de mayo a diciembre del año 2016, desde antes y durante todo el semestre académico 2016-II.

CONFIDENCIABILIDAD

La participación de cada uno de los estudiantes fue bajo entera autorización y consentimiento libre y propio, donde los datos que proporcionaron fueron y serán manejados bajo las normas de confiabilidad, las que se utilizaron solamente para el presente estudio y que su identidad estará bajo el anonimato y protección respectiva, para el cual fueron incinerados los instrumentos utilizados.

CONSENTIMIENTO:

Por cuanto acepto voluntariamente participar para el desarrollo de esta investigación. Tengo pleno conocimiento del mismo y entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio si los acuerdos establecidos se incumplen.

En fe de lo cual firmo a continuación:



VIGNATTI VALENCIA, ABEL

DNI N° 25185792

Anexo N° 06: Matriz de elaboración de instrumentos

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS

OBJETIVO GENERAL	Determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
VARIABLE X	Asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios.
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	La creatividad empresarial es la dimensión humana transformadora del ser y del medio en un proceso cognitivo afectivo y energético para la generación y desarrollo de ideas originales, pertinentes y relevantes. (Gonzales, 2012)
DEFINICIÓN OPERACIONAL	La creatividad empresarial es la capacidad de desarrollar ideas y hacer uso de la innovación con estas ideas para una administración eficaz.

DIMENSIONES	INDICADORES	REDACCION DE ITEMS	TIPO DE INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
Creatividad empresarial	Exactitud	¿Llega a definir con exactitud el concepto de la Creatividad Empresarial?	Cuestionario	Tricotómica 0: No 1: Sí 3: NS/NC
	Metodologías utilizadas	¿Las metodologías utilizadas por los docentes de su escuela profesional potencializan el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?		
	Capacidad de iniciativas y gestión	¿Según Ud. durante su preparación universitaria llegó a desarrollar su capacidad creadora empresarial?		
	Conocimientos	¿Considera Ud. que los conocimientos que tiene sobre creatividad empresarial son suficientes para su desarrollo profesional?		
Plan de estudios	Presencia de asignaturas (estructura)	¿Las asignaturas del plan de estudios se encuentran estructuradas e integradas suficientemente para lograr una formación profesional de calidad referente a la creatividad empresarial?		
	Ausencia de asignaturas	¿Considera que la ausencia de asignaturas de creatividad empresarial en el plan de estudios influye en su formación profesional en referencia a su creatividad empresarial?		
	Contenidos de las asignaturas	¿Los contenidos de las asignaturas permiten una formación que desarrolle sus habilidades necesarias sobre creatividad empresarial?		
	Flexibilidad del plan de estudios	¿Los planes de estudios son lo suficientemente flexibles para potenciar el desarrollo de las capacidades cognitivas y valorativas de los alumnos?		

Matriz de elaboración de instrumentos

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS	
OBJETIVO GENERAL	Determinar la relación que existe entre las asignaturas de creatividad empresarial del plan de estudios y la formación académica profesional de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP, filial Cusco.
VARIABLE Y	Formación académica profesional.
DEFINICION CONCEPTUAL	“Conjunto de enseñanzas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, y cuya función es preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional”. (Amei, 2003).
DEFINICION OPERACIONAL	La formación académica es integral y holística del estudiante, respecto a preparación académica, los valores adquiridos. De este modo los docentes se responsabilizan por los resultados de la educación.

DIMENSIONES	INDICADORES	REDACCION DE ITEMS	TIPO DE INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
Formación académica del alumno	Desarrollo empresarial	¿Ud. tiene pensado en el futuro llegar a desarrollar algún proyecto de empresa como profesional?	Cuestionario.	Tricotómica 0: No 1: Sí 3: NS/NC
	Iniciativa personal	¿El proyecto empresarial a desarrollar en el futuro como profesional, lo llegaría a realizar a iniciativa personal?		
	Identificación de problemas	¿Llega a identificar Ud. con facilidad los problemas que se presentan durante la administración de una empresa o institución?		
	Pensamiento creativo empresarial	¿Considera Ud. que el pensamiento creativo tiene influencia en la solución de problemas en una empresa?		
Formación en valores del alumno	Proactividad	¿Siendo Ud. líder de una empresa cree que los colaboradores deben ser creativos y proactivos para el desarrollo institucional?		
	Honestidad y veracidad	¿Según Ud. se considera que es honesto y veraz en el cumplimiento de sus actividades?		
	Responsabilidad	¿Ud. se considera puntual para llegar a desarrollar sus responsabilidades?		
	Laboriosidad	¿Se considera Ud. laborioso para cumplir sus obligaciones?		

Anexo N° 07: Constancia de autorización de la escuela de administración negocios internacionales de la UAP



"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"

Cusco, 13 de Marzo del 2017.

CARTA N° 055-2017-DR-UAP-FILIAL-CUSCO

Señor:
ABEL VIGNATTI VALENCIA
Maestría en Docencia Universitaria UAP

Presente.-

ASUNTO: FUT N° 0056309

Es grato dirigirme a usted manifestarle que de acuerdo al FUT N° 0056309, se le autoriza realizar las encuestas a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UAP Filial Cusco.

Sin otro particular.

Atentamente,



Mg. MARIO ACOSTA TAPIA
DIRECTOR GENERAL UAP-FILIAL CUSCO

Anexo N° 08. Declaratoria de autenticidad del informe de tesis



VICERRECTORADO ACADEMICO
ESCUELA DE POST GRADO

DECLARACIÓN JURADA

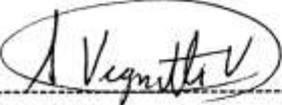
Yo ABEL VIGNATTI VALENCIA, estudiante y egresado de la Maestría en: Docencia Universitaria y Gestión en la Educación, de la Escuela de Post Grado de la Universidad Alas Peruanas, identificado con DNI 25185792 con la tesis titulada: "ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN EL PLAN DE ESTUDIOS Y SU REPERCUSIÓN EN LA FORMACIÓN ACADEMICA PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS"

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarme la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio, (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Alas Peruanas.

Cusco 4 de Agosto del 2017


Abel Vignatti Valencia
DNI 25185792

Anexo N° 09. Pruebas estadísticas descriptivas

Tablas cruzadas:

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Asignaturas de creatividad empresarial * Formación académica profesional	77	100,0%	0	0,0%	77	100,0%

Pruebas de Chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	57,621 ^a	40	,035
Razón de verosimilitud	56,028	40	,048
Asociación lineal por lineal	9,735	1	,002
N de casos válidos	77		

a. 52 casillas (96,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Medidas simétricas

	Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal Coeficiente de contingencia	,654	,035
N de casos válidos	77	

Asignaturas de creatividad empresarial*Formación académica profesional tabulación cruzada

			Formación académica profesional						Total
			4	5	6	7	8	9	
Asignaturas de creatividad empresarial	1	Recuento	0	3	0	0	1	0	4
		% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Formación académica profesional	0,0%	21,4%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	5,2%
		% del total	0,0%	3,9%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	5,2%
	2	Recuento	3	3	0	1	0	0	7
		% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	42,9%	42,9%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Formación académica profesional	37,5%	21,4%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%	9,1%
		% del total	3,9%	3,9%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	9,1%
	3	Recuento	1	5	4	4	7	0	21
		% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	4,8%	23,8%	19,0%	19,0%	33,3%	0,0%	100,0%
		% dentro de Formación académica profesional	12,5%	35,7%	44,4%	28,6%	22,6%	0,0%	27,3%
		% del total	1,3%	6,5%	5,2%	5,2%	9,1%	0,0%	27,3%
4	Recuento	1	2	3	4	5	0	15	
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	6,7%	13,3%	20,0%	26,7%	33,3%	0,0%	100,0%	

	% dentro de Formación académica profesional	12,5%	14,3%	33,3%	28,6%	16,1%	0,0%	19,5%
	% del total	1,3%	2,6%	3,9%	5,2%	6,5%	0,0%	19,5%
5	Recuento	1	0	2	3	6	0	12
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	8,3%	0,0%	16,7%	25,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Formación académica profesional	12,5%	0,0%	22,2%	21,4%	19,4%	0,0%	15,6%
	% del total	1,3%	0,0%	2,6%	3,9%	7,8%	0,0%	15,6%
6	Recuento	1	1	0	0	8	1	11
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	72,7%	9,1%	100,0%
	% dentro de Formación académica profesional	12,5%	7,1%	0,0%	0,0%	25,8%	100,0%	14,3%
	% del total	1,3%	1,3%	0,0%	0,0%	10,4%	1,3%	14,3%
7	Recuento	0	0	0	2	2	0	4
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Formación académica profesional	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	6,5%	0,0%	5,2%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	2,6%	0,0%	5,2%
8	Recuento	0	0	0	0	2	0	2
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%

	% dentro de Formación académica profesional	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	0,0%	2,6%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	2,6%
9	Recuento	1	0	0	0	0	0	1
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Formación académica profesional	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
	% del total	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
Total	Recuento	8	14	9	14	31	1	77
	% dentro de Asignaturas de creatividad empresarial	10,4%	18,2%	11,7%	18,2%	40,3%	1,3%	100,0%
	% dentro de Formación académica profesional	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	10,4%	18,2%	11,7%	18,2%	40,3%	1,3%	100,0%