



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA GESTIÓN Y  
COMUNICACIONES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS**

CULTURA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS  
EMPRENDEDORES DEL DISTRITO DE AUCALLAMA - 2023

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA**

FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS  
ORCID: 0000-0002-6366-0028

**ASESOR**

MG. JAMES ARÍSTIDES PAJUELO RODRÍGUEZ  
ORCID: 0000-0002-2382-2897

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA**  
DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES Y PERSONAS

**LIMA, PERÚ, JUNIO DE 2024**



**CC BY-ND**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*

## Referencia bibliográfica

Chero Olivos, F. D. M. (2024). *Cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del Distrito de Aucallama - 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

## HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Flor de Maria Chero Olivos
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74241887
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-6366-0028">https://orcid.org/0000-0002-6366-0028</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	James Arístides Pajuelo Rodríguez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	03497186
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-2382-2897">https://orcid.org/0000-0002-2382-2897</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Danny Retamozo Riojas
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	03695192
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Yudith Accilio Tucto
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	71830455
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Miguel Stefano Ruiz Gutierrez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	45970839
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del Distrito de Aucallama - 2023
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Dirección de organizaciones y personas
URL de disciplinas OCDE	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

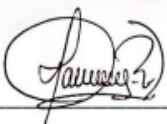
En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: la MAG. DANNY RETAMOZO RIOJAS como presidenta, la MAG. YUDITH ACCILIO TUCTO como secretaria y el MAG. MIGUEL STEFANO RUIZ GUTIERREZ como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**CULTURA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS**  
**EMPRENDEDORES DEL DISTRITO DE AUCALLAMA, 2023**

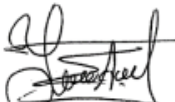
Presentado por la bachiller:  
**FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS**

Para obtener el **Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Muy Bueno** con una calificación de **DIECIOCHO (18)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 21 de junio del 2024.



**PRESIDENTE**  
MAG. DANNY RETAMOZO  
RIOJAS



**SECRETARIO**  
MAG. YUDITH ACCILIO  
TUCTO



**VOCAL**  
MAG. MIGUEL STEFANO  
RUIZ GUTIERREZ

## **ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD**

Yo JAMES ARÍSTIDES PAJUELO RODRÍGUEZ docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

**CULTURA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDEDORES DEL DISTRITO DE AUCALLAMA - 2023**

De la bachiller FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 7 de setiembre de 2024



JAMES ARÍSTIDES PAJUELO RODRÍGUEZ

03497186



## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme dado la vida y permitir que llegue hasta aquí. A mi madre por haberme apoyado siempre y haberse preocupado por mí en cada instante y no dejarme sola; y por último a toda mi familia por sus consejos que siga siempre adelante y haber siempre confiado en mí.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios y a mi madre por haberme permitido llegar hasta aquí, gracias a ellos fue que nunca me rendí, porque ellos me dieron esas fuerzas que necesitaba para seguir esforzándome, gracias a mi universidad y profesores por convertirme en una profesional en lo que tanto me gusta, y siempre soñaba ser, también gracias a mis familiares y aquellas personas por sus consejos que siempre me motivaron para ser alguien en la vida, y a mi esposo por ayudarme en estos últimos años que me quedan para culminar con mis estudios.



## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	3
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	5
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	6
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b> .....	48
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	49
2.2 Población, muestra y muestreo.....	50
2.3 Hipótesis .....	51
2.4 Variables y operacionalización.....	51
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	53
2.6 Procedimientos.....	55
2.7 Análisis de datos.....	56
2.8 Aspectos éticos.....	56
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b> .....	57
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN</b> .....	69
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b> .....	74
<b>CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES</b> .....	77
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## LISTA DE TABLAS

- |          |   |
|----------|---|
| Tabla 1  | Población de los emprendedores del distrito de Aucallama                              |
| Tabla 2  | Operacionalización de la variable cultura de innovación                               |
| Tabla 3  | Operacionalización de la variable creatividad empresarial                             |
| Tabla 4  | Resultados de la validación de los cuestionarios                                      |
| Tabla 5  | Resultados de fiabilidad del cuestionario de cultura de innovación                    |
| Tabla 6  | Resultado de fiabilidad del cuestionario de creatividad empresarial                   |
| Tabla 7  | Análisis descriptivo de la variable cultura de innovación                             |
| Tabla 8  | Análisis descriptivo de la variable creatividad empresarial                           |
| Tabla 9  | Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo                                |
| Tabla 10 | Análisis descriptivo de la dimensión emprendimiento                                   |
| Tabla 11 | Análisis descriptivo de la dimensión profesionalismo                                  |
| Tabla 12 | Análisis descriptivo de la dimensión comunicación                                     |
| Tabla 13 | Análisis descriptivo de la dimensión motivación                                       |
| Tabla 14 | Análisis descriptivo de la dimensión originalidad                                     |
| Tabla 15 | Análisis descriptivo de la dimensión flexibilidad                                     |
| Tabla 16 | Análisis descriptivo de la dimensión independencia cognoscitiva                       |
| Tabla 17 | Resultado de la prueba de normalidad de las variables de estudio                      |
| Tabla 18 | Resultados de correlación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial |
| Tabla 19 | Resultados de correlación entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial     |
| Tabla 20 | Resultados de correlación entre el emprendimiento y la creatividad empresarial        |
| Tabla 21 | Resultados de correlación entre el profesionalismo y la creatividad empresarial       |
| Tabla 22 | Resultados de correlación entre la comunicación y la creatividad empresarial          |

## **LISTA DE FIGURAS**

- Figura 1 Análisis descriptivos de la relación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial
- Figura 2 Diagrama de dispersión de la cultura de innovación y creatividad empresarial

# CULTURA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS EMPREENDEDORES DEL DISTRITO DE AUCALLAMA - 2023

FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. La investigación es básica con un nivel correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo. La muestra estuvo constituida por 76 emprendedores. Los instrumentos aplicados constan de 27 ítems para la prueba de cultura de innovación y 23 ítems para la prueba de creatividad empresarial. Siendo instrumentos validados por criterio de jueces expertos internos, y pasaron exitosamente por el análisis de fiabilidad para demostrar que los instrumentos son consistentes, el alfa de Cronbach de 0,918 para el cuestionario de creatividad empresarial y 0.915 para el cuestionario de cultura de innovación demostraron que ambos cuestionarios son altamente confiables. Asimismo, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman que asciende a 0,755 con un nivel de significancia de 0,000. Demostrando que existe una relación positiva considerable entre ambas variables. Finalmente se concluye que a medida que los emprendedores implementen la cultura de innovación eficientemente, fomenta la creatividad empresarial, por ello se recomienda que los emprendedores deban estimular la innovación desarrollando y comercializando productos innovadores.

**Palabras clave:** cultura, innovación, creatividad

# CULTURE OF INNOVATION AND BUSINESS CREATIVITY IN THE ENTREPRENEURS OF THE DISTRICT OF AUCALLAMA - 2023

FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

## ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship that exists between the culture of innovation and business creativity in entrepreneurs in the Aucallama district. The research is basic with a correlational level, non-experimental design and quantitative approach. The sample was made up of 76 businessmen. The instruments applied consist of 27 items for the innovation culture test and 23 items for the business creativity test. As they are instruments validated by the criteria of internal expert judges, and that successfully went through the reliability analysis to demonstrate that the instruments are consistent, the Cronbach's alpha of 0.918 for the entrepreneurial creativity questionnaire and 0.915 for the entrepreneurial creativity questionnaire demonstrated that both questionnaires are highly reliable. Likewise, Spearman's Rho coefficient was applied, which amounts to 0.755 with a significance level of 0.000. Demonstrating that there is a considerable positive relationship between both variables. Finally, it is concluded that as entrepreneurs implement the culture of innovation efficiently, business creativity is promoted, so it is recommended that entrepreneurs stimulate innovation through the development and commercialization of innovative products.

**Keywords:** culture, innovation, creativity

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

La investigación relacionada con la cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama, analiza el problema de la deficiencia en la innovación en los negocios del distrito mencionado, a diferencia de los negocios que se desarrollan en Lima, éstas tienen dificultades en la retribución de recursos invertidos en sus innovaciones. Además, los negocios se abstienen de invertir en productos innovadores puesto que manejan un capital limitado y que en su gran mayoría esta consignado por sus propios recursos. En ese sentido, se identificó que los emprendedores del distrito presentan limitaciones en la convocatoria y designación de los recursos que deben invertirse en sus proyectos de innovación.

En cuanto a la problemática, es preciso indicar que el crecimiento de la mayoría de los países se debe a su gran avance tecnológico y científico que a su vez hay un gran esfuerzo de innovación y creación. Al respecto, Córdoba et al. (2018) menciona que en los últimos años el éxito de las empresas locales, nacionales e internacionales se ha debido a su gran capacidad de creatividad e innovación empresarial. En otros países y lugares poco poblados la caída de empresas se ha debido a la carencia de cultura innovadora, por la escasez de liderazgo y falta de adaptación tecnológica y social; todo eso ha provocado la expansión de participación en el mercado.

OMPI (2021) menciona que la inversión en la innovación se ha mantenido sólida durante la pandemia del COVID-19, e incluso ha aumentado según las regiones y según los sectores según el Índice Mundial de Innovación 2021, alcanzando un crecimiento histórico de desarrollo e investigación del 8.5% en el 2019. Muchos países se preguntaban qué tanto afectaría la pandemia en la innovación, y los datos históricos señalan un gran recorte de las inversiones en innovación, considerando que se tuvo grandes pérdidas humanas y choque económico, la productividad económica, el gasto en innovación y desarrollo (ID), la presentación de solicitud de derecho de

propiedad y operaciones de capital de riesgo crecieron significativamente. Las publicaciones de artículos aumentaron en un 7.6% a nivel mundial. Las organizaciones que más invierten en ID aumentaron su gasto en torno a un 10%, y 60% en organizaciones con gran magnitud. La tecnología médica aumentó históricamente en un 3,5% por la biotecnología y sus productos farmacéuticos. Los acuerdos de capital de riesgo superaron la tasa de crecimiento en un 5,8%, indicándose que esta actividad seguirá creciendo. Los servicios de software, hardware y equipos electrónicos, biotecnología y productos farmacéuticos aumentaron su inversión en innovación. A diferencia de los transportistas que redujeron sus gastos en innovación, ya que ellos fueron los más afectados.

Además, Solleiro y Mejía (2021) señalan que 8 de cada 10 empresas de México tienen problemas de productividad, y a pesar de que la mayoría de las empresas padecen, por la carencia de gestión, inversión o inadecuación de los recursos humanos, no mejoran sus técnicas empresariales. Muchas veces es por la falta de capacitación en sus empleados, y sus mecanismos de producción son viejos y eso genera pérdida en la utilidad ya que reducen la productividad por su consumo excesivo de electricidad y elevado costo de producción, siendo esto uno de los principales problemas de México. Por otro lado, las organizaciones con una cultura innovadora son un 32% más productivas que otras empresas, reduciendo en un 14% el riesgo de rotación de la plantilla, quienes pueden quintuplicar sus ganancias al año, esto de acuerdo con el estudio modelo de culturas de Innovación (Great Place To Work, 2019).

A nivel de América Latina, Madiedo (2024) señala que la innovación ha variado mucho, Brasil encabeza la lista de América Latina en el índice Mundial de innovación del año 2023 que es comandado por Suiza. Este índice indica los principales



indicadores de innovación en tecnología y ciencia, donde son evaluados la economía de 132 países en todo el mundo, y revelan que Suiza sigue manteniéndose como la economía más innovadora de todo el mundo. La innovación se mide en base al capital humano, instituciones, infraestructura, creatividad, relaciones y creación de conocimientos. En ese sentido, la innovación es el motor de crecimiento lo que exige realizar más inversiones para mejorar la creatividad y la innovación que le permitan tener mejorías económicas. Todo esfuerzo innovador debe enfocarse en ayudar a la economía emergente, conocer sus fortalezas y debilidades y crear políticas e indicadores correctos. Todo esto se debe a la carencia de conversión de sus recursos, no hay empeño en obtener resultados productivos y falta de creación de conocimiento, siendo Bolivia, Honduras, El Salvador, Guatemala, Ecuador y Paraguay los países con menos innovación en América Latina. A pesar de que realizan una mayor importancia en la innovación aún hay deficiencias por la falta de tiempo, recursos e incentivos motivadores.

A nivel nacional, según la Revista Economía (2020) solo el 30% de las organizaciones impulsan ideas novedosas y cultura que promuevan la innovación, esto se debe a que el 46% de las personas creen que en sus organizaciones no existen líderes que promuevan a ver las cosas desde otro un punto de vista innovador, 7 de 10 personas sienten el desafío que demanda su trabajo y 9 de 10 personas se presentan una preocupación por conocer que sienten sus clientes y mantienen una firmeza en la realización del feedback.

Las empresas en Perú son incipientes en la conformación de una cultura de aprendizaje encaminado a la innovación, pero a raíz de la pandemia COVID-19, se les presentaron retos que requirió de una cultura innovadora ágil y eficiente. Otra problemática es que las empresas mantienen procesos de reclutamiento propensos

a crear convergencia en tipo de personas, trabajo, opiniones lo que impide la posibilidad de crear fricción creativa. Por ello el reto será asegurar la innovación y creatividad como práctica cultural, donde el líder debe comprometerse y esto lo demostrará mediante sus valores y comportamiento porque esto conlleva a que los trabajadores se sienten poco valorados y con poca confianza para asumir riesgos y ser creativos para ponerlo en práctica dentro de la organización.

A nivel local, los negocios del distrito de Aucallama demuestran que la carencia de cultura de innovación en los negocios es el principal problema, ya por el hecho de ser un pueblo pequeño donde muchas personas están empezando a crecer como personas y como empresa, no tienen una mentalidad emprendedora y hay muchas personas que necesitan de innovación para lograr una buena gestión empresarial y ofrecerles innovación a sus clientes.

El trabajo en equipo en la cultura de innovación fomenta la seguridad, autoestima y lealtad en los colaboradores para que éstos se esfuercen en mantener una relación positiva, y comparten nuevas ideas y soluciones para beneficio del negocio. Este viene siendo uno de los problemas principales en los negocios en el distrito de Aucallama, porque los trabajadores no comparten conocimientos entre sí, ni trabajan en conjunto, lo que conlleva a que la empresa carezca de innovación y rápidas soluciones ante los problemas.

El emprendimiento en la cultura de innovación incluye transformar una nueva idea, en una innovación eficaz, haciendo uso de sus habilidades, creatividad y toma de riesgos. En los emprendedores del distrito se ha identificado que los dueños de los negocios no tienen la mentalidad de emprendimiento ya que los productos y servicios que ofrecen son comunes y nada innovadores. El profesionalismo en la cultura de innovación es una cualidad positiva que conlleva a realizar una actividad profesional

con responsabilidad, compromiso y ética, ante los clientes y organización. A diario se ve reflejado la falta de compromiso en los negocios, por la manera de vestirse, la apariencia y forma de atender de parte de sus colaboradores.

La comunicación en la cultura de innovación es un factor principal en toda organización pues ésta ayuda a informar acerca de las novedades y diferenciación de productos que ofrece un negocio de otro. Además, es útil para la coordinación interna en la organización y a partir de ello innovar. La baja comunicación dentro de la organización está afectando a que la empresa no vaya acorde a lo que el cliente necesite y poner en práctica las ideas que puedan tener los colaboradores y ofrecerlas al mercado.

Es de suma importancia saber que reinventarse no solo implica vender vía online. El objetivo o meta de toda empresa, es crear valor para el cliente y empresa. Entonces reinventarse es hallar nuevas estrategias de crear ese valor y de entregarlo a los consumidores finales. Para ellos es esencial conocer las necesidades de los consumidores e inventar algo que supla sus necesidades y de valor para ellos.

La creatividad empresarial en los negocios del distrito de Aucallama es una necesidad para todas las personas, ya que se necesita de productos y servicios innovadores, que nos faciliten el trabajo para el crecimiento de estas. La motivación en la creatividad empresarial es una energía psíquica que empuja a emprender o sostener una acción. Además, es el acto de reconocimiento y ánimo hacia una persona por su esfuerzo y trabajo. Los emprendedores del distrito no motivan, inspiran y reconocen a sus colaboradores el esfuerzo que ponen a diario en su trabajo, pues esto conlleva a que no haya buenos resultados de ventas en el negocio. Por otro lado, la originalidad en la creatividad empresarial es la cualidad que se tiene de crear algo novedoso y singular que se distingue de las copias. Lo explicado demuestra la

carencia de los negocios en el distrito, no prueban vender cosas novedosas, ya que, aunque parezcan extrañas, es lo que se necesita para crecer como negocio y comunidad, ya que se pueden vender todo lo novedoso mediante las redes, que es donde se los puede encontrar a la mayoría de los clientes. Es más, todos piensan en ser como los otros negocios, es decir vender lo mismo que el resto y no piensan en ser mejores que ellos.

La flexibilidad en la creatividad empresarial es la capacidad de adaptarse a las exigencias que demanda el mercado. Es la rapidez y facilidad con la que se actúa ante un cambio que pueda ocurrir en el entorno. La falta de flexibilidad en los negocios está causando el absentismo de clientes, ya que no responden de una manera eficaz ante sus problemas y necesidades. La independencia cognoscitiva en la creatividad empresarial es la capacidad de formular y resolver problemas de manera autónoma. Es decir, en los negocios del distrito no se da a conocer esa independencia cognoscitiva por la carencia de decisión autónoma de vender u ofrecer algo innovador y original.

Respecto a los problemas de investigación producto del análisis desarrollado, se planteó de la siguiente forma ¿Qué relación existe entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023? Por otro lado, los problemas específicos son ¿Qué relación existe entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?, ¿Qué relación existe entre el emprendimiento y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?, ¿Qué relación existe entre el profesionalismo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023? y ¿Qué relación existe entre la comunicación y la creatividad en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?

La investigación es muy importante porque analiza la problemática de los emprendedores con relación a la carencia de cultura innovadora en sus propios negocios, buscando qué relación que existe con la creatividad empresarial, de manera que al obtener información a través de los instrumentos y analizarlos estadísticamente encontrar información que ayude a los emprendedores a tomar las mejores decisiones en su organización. Las investigaciones de este tipo son importantes, porque no sólo ayuda a una empresa, sino a todas las empresas que tengan la misma problemática permitiendo ser fuente de información confiable para futuras investigaciones.

Esta investigación se justifica teóricamente porque busca comprender la asociación que presentan las variables estando a disposición de muchos investigadores que buscan este tipo de información. Por otro lado, la variable cultura de innovación está basada en aportes teóricos de diferentes autores como Gomes et al. (2015), Méndez (2020), Naranjo y Calderón (2015) y la variable creatividad empresarial se basan en los aportes de Lima y Tarapuez (2013), Martínez (2010) y Huamán (2014). En relación con la justificación práctica, esta investigación se justifica porque buscar ofrecer múltiples soluciones que ayuden a los emprendedores a adquirir y fomentar la cultura innovadora de sus emprendimientos que les permita crear nuevos productos que los identifique como empresa. Además, ayuda a otros autores a enriquecerse de nueva información, ya que debemos estar informados de lo que ocurre no solo a nivel nacional e internacional, sino también a nivel local. Finalmente, en relación con la justificación metodológica, pretende establecer niveles de estandarización adecuados de dos instrumentos que permitan recoger informaciones confiables de las variables, además de presentar niveles de validación y confiabilidad para medir las variables de estudio en el distrito de Aucallama.

El objetivo general planteado como guía de esta investigación es analizar la relación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023. Por otro lado, los objetivos específicos consisten en analizar la relación entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023, analizar la relación entre el emprendimiento y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023, analizar la relación entre el profesionalismo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023 y analizar la relación entre la comunicación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

En relación con la revisión de estudios internacionales, se consideró el desarrollado por Bicet y Mariño (2022) en su artículo "Operacionalización del constructo cultural en propiedad industrial" realizada con el objetivo de fijar la operacionalización del constructo cultural con la finalidad de plantear diseños adecuados para investigaciones con esta tendencia. En este estudio se emplearon diferentes métodos los cuales fueron el análisis y síntesis. El estado del arte se desarrolló empleando técnicas de revisión sistemática que permitió tener un amplio conocimiento sobre las variables analizadas, y para concluir queda demostrado que la operacionalización es una herramienta práctica que tiene la finalidad de levantar la efectividad de los sistemas de proyectos de innovación (PI) de las instituciones cubanas. Se concluye que esta investigación contribuye con la conformación de teorías que planteen una cultura en los proyectos de innovación. Esta investigación apoya a que los líderes tengan conocimiento de las estrategias que deben implementar para lograr innovar y crear, destacando la importancia de fomentar la cultura empresarial e innovación tecnológica. Últimamente muchas de las empresas

han optado por hacer encuestas a sus trabajadores que les permitan mejorar el clima laboral y haya mayor productividad, y a sus clientes para poder seguirles ofreciendo los mejores productos de acuerdo con sus necesidades.

Melo et al. (2021) en su tesis *Desarrollo, creatividad e innovación: Factores para la creación de un centro de desarrollo empresarial*, realizada con el objetivo de investigar e identificar elementos que ayuden a crear un centro de desarrollo empresarial, donde su metodología fue una investigación descriptiva, naturaleza cuantitativa y se encuestaron a 130 empresarios emprendedores de los municipios de Girardot, Espinal y Ricaurte. Las características de la población y el proceso de selección de los componentes de la muestra fueron no probabilísticas; y se utilizó el muestreo por conveniencia, ya que se investigaron datos de empresas, instituciones y la sociedad disponible para el estudio. En este estudio se cumplió su propósito el cual era identificar los factores determinantes que faciliten el desarrollo de la empresa. Esta investigación ayuda a que muchos emprendedores conozcan cómo iniciar un negocio, siguiendo algunas estrategias dadas en el texto y principalmente a dar solución de productividad, competitividad, emprendimiento, tecnología, innovación y desarrollo empresarial a los diferentes centros de desarrollos empresariales que se implementen en la región. El identificar los factores detalladamente permitirá crear, desarrollar y lograr nuestro propósito empresarial, utilizando los medios que brinde facilidad para lograr el objetivo como la utilización de búsqueda de información.

Castillo (2020) en su artículo “Creatividad en la pyme y efectos sobre la innovación y el desempeño empresarial en una economía emergente” realizada con el objetivo de estudiar y analizar los factores que influyen o limiten el desarrollo de la creatividad. La metodología consistió en hacer un muestreo de 154 pequeñas y medianas empresas. Los resultados evidencian que la creatividad de las personas

son parte fundamental que facilita la innovación de la pyme. Asimismo, las barreras que se identificaron van relacionados con los gerentes y la forma como ejercen el liderazgo lo que impactan de forma negativa en la creatividad. Esta investigación fue de importancia porque demostró que su objetivo principal es fomentar una mayor cooperación entre las empresas e instituciones, donde deben ser conscientes del impacto que tienen sobre sus trabajadores. Las buenas políticas gubernamentales que apoyen a las pymes permitirán que estas empresas desarrollen acciones que le permitan tener una ventaja competitiva.

Ferreyra et al. (2020) en su artículo “El sistema regional de innovaciones del Trío eléctrico y el fomento al turismo en El Salvador” realizada con el objetivo de identificar especificidades del sistema regional de innovaciones en torno al trío eléctrico; por otro lado, establecer sus relaciones con la competitividad turística de El Salvador, y debatir sobre aspectos que contribuyen en los procesos de innovación. La metodología consta de un enfoque crítico dialéctico. La investigación parte del materialismo histórico y se fundamenta en la concepción dinámica real, influyendo relaciones dialécticas que se desarrollen entre la teoría y la práctica, señalando una investigación cualitativa. Los resultados permiten afirmar que la innovación corresponde a procesos continuos de desarrollo vinculados a características culturales. Esta investigación aportó que a pesar de que los negocios no tienen recursos financieros, tampoco una planificación efectiva unida a la presión de la competencia y a la situación política económica actual del país, se reconoce que hay una ventaja de incorporación innovadora y calidad en los productos que los lleva a seguir en el mercado y ser competitivos. Actualmente la tecnología es parte de nuestro diario vivir, ya que ello nos facilita el logro de eficiencia en los negocios y a mejorar gran parte de nuestro proceso interno. Si nosotros planificamos bien nuestra



mype teniendo en cuenta la tecnología, sabremos administrar mejor nuestro negocio y de esa manera contribuiremos a mejorar la situación económica de nuestro país. Si observamos a nuestro alrededor, nos daremos cuenta de que la mayoría de las personas depende de la tecnología para poder trabajar, ya sea en su centro de trabajo o en su propia empresa, pues de esa manera podremos captar más clientes sin gastar tanto dinero y tiempo. Además de ello podemos trabajar de una manera más rápida y eficiente, ya que, por el tiempo de pandemia, muchas de las empresas tuvieron que cerrar debido a que la enfermedad se podía propagar, pero gracias a la tecnología muchos de los negocios siguieron funcionando gracias a los medios sociales, el delivery, ventas por internet, compras por internet, pagos online, por yape, transferencias, pling, entre otros.

Solarte et al. (2020) en su artículo "Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto, Colombia" realizada con el objetivo de medir la cultura organizacional con la determinación de la capacidad de innovación y reconocimiento del nivel de orientación al mercado que presentan las empresas familiares de la ciudad de San Juan de Pasto. La metodología empleada presenta las características cuantitativas y análisis de información explicativa. Se estudió con una muestra de 234 personas entre dueños, gerentes y fundadores de negocios familiares. Se concluyó que las empresas que son creativas e innovadoras tienden a crecer en un mercado competitivo, esto quiere decir que ambas variables se relacionan estrechamente, y mantiene una correlación positiva. Las variables innovación con la generación y diseminación de la información se relacionan significativamente, ya que la innovación refleja una mejora en un 23,99% con un nivel de probabilidad muy alto; es decir, la generación y diseminación de la información presenta una mejora del 25,92% con un nivel de probabilidad de 4,5%, que los indica

una tendencia positiva del mercado. Lo cual concluye que es necesario que las organizaciones generen un clima de trabajo positiva que predispongan la creación de nuevos productos basadas en la aplicación de las nuevas tendencias tecnológicas. Esta investigación es importante porque se pudo identificar aspectos culturales que puedan ser aplicadas en empresas con diferentes características, requiriéndose una mejor atención en las organizaciones medianas hasta las más pequeñas como la formulación de planes, contar con programas y políticas de acompañamiento que les permitan adaptarse a las nuevas tendencias empresariales basadas en la innovación.

En cuanto a la revisión de los antecedentes nacionales, se consideró la investigación de Gonzales (2021) en su tesis *Creatividad y emprendimiento: enfoque desde el talento humano*, realizada con el objetivo de exponer desde la perspectiva de las fuentes consultadas, la participación que tiene el talento humano en la creatividad y el emprendimiento. Esta investigación utilizó el método cualitativo con enfoque hermenéutico. En sus conclusiones se evidencia que el talento humano es sumamente importante para el desarrollo de la innovación que mejore el emprendimiento. La creatividad en las organizaciones es el principal impulsor de la sostenibilidad de las empresas; es decir, el talento de las personas es primordial para el desarrollo y posicionamiento de los emprendimientos. Este estudio fue importante ya que se pudo descubrir que existe exclusión en los emprendedores por la falta de capacidad económica, así como las políticas educativas de capacitación del personal; por lo que se recomienda, realizar estudios para mejorar el talento humano sin excluir a nadie y garantice el desenvolvimiento del emprendedor. El tener talento y capacidad de crear conlleva a innovar y lograr el éxito que necesitamos para emprender. Muchas de las empresas tienen la capacidad creativa de emprender puesto que tiene la

capacidad de motivar a sus colaboradores para que ellos mismos tengan esas ganas de llevar al éxito a su empresa.

Castillo (2020) en su artículo titulado “Creatividad en la pyme y efectos sobre la innovación y el desempeño empresarial en una economía emergente”, realizada con el objetivo de determinar la relación que existe entre la creatividad y emprendimiento empresarial en los estudiantes de administración de dicha Universidad Privada. La metodología fue cuantitativa y se estudió en una muestra conformada por 67 alumnos del décimo ciclo de dicha institución. En sus conclusiones se indica que existe relación directa positiva y considerable demostrado con un resultado Rho de Spearman de 0.741, indicando que mientras más alto sea el impulso a la creatividad, mayor será el emprendimiento de los estudiantes. Esta investigación permite comprender la importancia de la creatividad en el impulso y desarrollo de la empresa, por otro lado, emprender significa estudiar a toda empresa que sea motor económico para el país. Toda empresa al querer emprender debe estar dispuesta a tomar riesgos en cuanto al tiempo, dinero y lo principal que es el trabajo arduo que debe dar día a día para poner en marcha sus planes y lograr sus objetivos.

Montoya (2015) en su tesis *Gestión de la innovación: Efectos del clima de innovación de las empresas en el desempeño y compromiso de los trabajadores*, realizada con el objetivo de analizar la forma en que el clima de innovación en las organizaciones ayuda a gestionar de manera innovadora en el desarrollo de la empresa desde la perspectiva del trabajador, considerando la innovación como la implementación exitosa de ideas creativas por parte de una organización. La metodología desarrollada fue un modelo cuantitativo, en la que se recolectaron datos que permita probar las hipótesis planteadas a través de un análisis estadístico. Se concluyó que otro factor importante para la innovación y la creatividad es el

empoderamiento de los colaboradores y el desarrollo multidisciplinario de los equipos de trabajo, que contribuye a formar un clima de innovación en las empresas. La investigación fue importante porque permitió deducir que, si la cultura de innovación y el clima organizacional se estudian bien, éstas se instalarán en las empresas para que esa cultura genere una innovación permanente y traiga efectos positivos a la organización. El buen clima laboral de todo el personal contribuye al éxito empresarial siempre y cuando colaboramos con ello, capacitando a nuestros empleados constantemente para que, con ayuda de sus buenas ideas, habilidades, y creatividad, lleguemos a la innovación que deseamos en nuestra empresa.

Torres y Núñez (2021) en su tesis desarrollado en Lurín tuvo como objetivo buscar la relación existente entre las variables de estudio supermercados peruanos. La metodología es de método cuantitativo y como técnica se aplicó la encuesta en 99 trabajadores de nueve áreas. En sus conclusiones se evidencia una relación directa y moderada ( $\rho= 0.740$ ;  $\text{Sig.}=0,000$ ) entre la gestión de la innovación empresarial y productividad laboral. En ese sentido, los colaboradores puedan mejorar eficaz, creativa e innovadora en la organización, por lo tanto, es importante incentivarlos todos los días y reconocer su aporte benéfico hacia la organización. Esta investigación aportó que la aplicación móvil de la tienda ayudará al incremento de compras en la tienda, siempre y cuando los trabajadores se sientan comprometidos, muestran eficiencia y eficacia en el trabajo para poder suplir las necesidades de los compradores. Actualmente, la mayoría de las empresas adecua la motivación extrínseca en las personas, ya que les genera buenos resultados porque las personas se sienten motivadas cuando ven que su esfuerzo es recompensado se produce de manera eficiente en su puesto de trabajo.

Davey y Rodríguez (2023) en su tesis *Gestión de innovación y productividad laboral de los colaboradores de la empresa de transporte Austral Group Chorrillos-2022*, realizada con el objetivo de determinar la relación existente entre la gestión de innovación y la productividad laboral en los colaboradores de la empresa de transporte. La metodología fue correlacional, tipo básica, diseño no experimental y enfoque cuantitativo, asimismo, la población conformada fue de 60 trabajadores de la empresa. La conclusión indica que el líder de la organización fortalece diferentes talentos que contribuyen en el desarrollo de la innovación de tal modo que se optimice el desempeño de sus trabajadores. Esta investigación es importante porque hace comprender mediante estudios estadísticos que la innovación es un eje fundamental para el futuro empresarial construyendo una serie de eficientes estrategias competitivas que los lleve al éxito empresarial. La innovación mejora la competitividad empresarial y a través de ella podrán mejorar sus objetivos estratégicos, porque ellos van más allá de solo planear, tiene una visión bien clara de lo que desean lograr.

Luego de desarrollar los antecedentes se procedió a desarrollar la base teórica de la cultura de innovación. En ese sentido se consideró como teórico 1, a Gomes et al. (2015) uno de los factores que pueden estimular la innovación es la cultura organizacional. Esto se debe al hecho de que, el comportamiento del personal tiene un impacto en la cultura y que puede afectar su aceptación de la innovación como un factor fundamental para el éxito de la organización, fortaleciendo su compromiso con la innovación. Por lo tanto, la cultura organizacional puede ser vista como uno de los determinantes de la innovación, ya que puede promoverla o dificultarla. Una cultura de innovación debe ir acompañada de un contexto organizativo adecuado. Por lo tanto, la sustentación de la innovación en una empresa debe formar parte de su

cultura organizacional, y que el desarrollo de las capacidades de innovación está basado en las habilidades y actitudes del personal de la empresa.

La base de toda empresa es que tenga bien definida una buena cultura de innovación, ya que de ella depende que la empresa crezca y sea cada vez más productiva, pues ella se encarga interna y externamente de la empresa y sus trabajadores. Además, la compañía debe tener bien clara y definida sus reglas y normas para que la innovación se pueda efectuar en la compañía.

Las características de la cultura de innovación, según Gomes et al. (2015) se refiere a la cimentación de una empresa innovadora proviene principalmente de su cultura organizacional, ya que la capacidad de innovar depende de las habilidades y actitudes que den a conocer los trabajadores. La efectividad en la innovación de la empresa es necesario tener una cultura que facilite los procesos como factor estratégico para que la empresa logre su objetivo.

Las habilidades o destrezas en una empresa se desarrollan principalmente de las personas que están motivadas y comprometidas, donde ellos son considerados importantes y parte clave para que ésta pueda llegar a su objetivo final. En cuanto a las dimensiones se considera a:

A. Estructura. Según Gomes et al. (2015) las compañías con estructuras flexibles se desarrollan mejor e implementan una serie de nuevas ideas, y son más innovadoras que las empresas con estructuras rígidas. Se está en total acuerdo que las compañías flexibles están mejor desarrolladas cuando sus estructuras son flexibles, ya que en un ambiente donde hay un excelente clima laboral todos los trabajadores dinamizan, se comunican mejor, innovar y crean una serie de buenas y nuevas ideas que van a ayudar a que las empresas brinden un mejor servicio o

producto a diferencia del resto donde hay estructuras rígidas. Los indicadores de la dimensión estructura.

- Flexibilidad. Según Gomes et al. (2015) una estructura organizativa flexible es uno de los componentes que tiene un efecto positivo en la formación de una cultura innovadora. Ser flexibles significa ser susceptibles de cambios según nuestras necesidades. La flexibilidad se entiende como el conjunto de capacidades presenten en una organización y propicia que la empresa se adapte a un entorno cada vez más competitivo, pues de ella depende cuan listo estés para superar alguna situación que tenga que enfrentar la empresa.
- Libertad. Según Gomes et al. (2015) los empleados que tienen libertad y autonomía para asumir riesgos, proponiendo objetivos desafiantes y decidiendo cómo cumplirlos, estarán más comprometidos con los objetivos de la organización, así como más autorrealizados. La mayoría de las empresas tienden a ser muy estrictos en cuanto al cumplimiento de sus objetivos, poniendo en claro una serie de reglas a sus trabajadores que ellos deben seguir, no permitiéndole que ellos también asuman riesgos para cumplir aquellos objetivos, al no dejarlos innovar, crear y ponerles límites conlleva a que la empresa crezca pero de una forma tradicional y no como debería crecer, porque mientras más tiempo llevas en el mercado, mayor debería ser tu producción, pero el conformismo sigue existiendo en muchas de las empresas.
- Disponibilidad. Según Guerra (2018) la disponibilidad trata de tener preparada cierta información que va a ser utilizada de diversas formas para que a partir de ello poder hacer propuestas de la contraparte y aprovechar el concepto de costo de oportunidad. Además, la disponibilidad se refiere a la posibilidad de

tiempo que tiene una persona o cosa para estar presente cuando se la necesita.

B. Mecanismos de apoyo. Según Gomes et al. (2015) los mecanismos de apoyo deben estar presentes en la cultura de una organización para poder crear un ambiente donde se promueva la innovación y creatividad. Los mecanismos que apoyan a la creatividad e innovación son las recompensas y reconocimientos, disponer de tiempo, tecnologías de la información, la formación y personas creativas. El mecanismo de apoyo está diseñado para brindar apoyo, y asistencia a largo plazo, más que todo debe siempre estar presente en los trabajadores y poder efectuar una mayor creatividad e innovación, también en los medios tecnológicos por donde damos a conocer nuestros productos y recibimos información de nuestros consumidores. Los indicadores son:

- Premios y reconocimientos. Según Alegre et al. (2015) las recompensas, reconocimiento y disponibilidad de recursos como la información, la tecnología, capacitación, personas creativas y el tiempo son mecanismos que ayudarán a una buena creatividad e innovación.
- Disponibilidad de recursos. Según López (2013) se deduce que una empresa en relación con su entorno es una función que dispone de recursos alternativos, esenciales y competidores que controlan el acceso a estos recursos.
- Lealtad. Según Trentini et al. (2022) la lealtad consiste en el comportamiento basando su medición en las veces en que los consumidores compran el producto o servicio, incitando una repetición en la marca, a pesar de que la publicidad tenga el potencial de un comportamiento de intercambio,



entendiéndose, así como un antecesor de fidelidad y el comportamiento de intercambio como un estimulador de la productividad.

C. Estímulo de innovación. Según Gomes et al. (2015) sostienen que el estímulo a la innovación es uno de los componentes que tiene un efecto positivo en la formación de una cultura. Las empresas estudiadas estimulan a sus empleados a generar nuevas ideas y fomentar la creatividad. Los líderes son el punto clave en el estímulo de la innovación, ya que son los responsables de la motivación en sus trabajadores. Un líder puede crear o destruir una cultura de innovación porque son ellos quienes dirigen la organización y conocen cuáles son los beneficios para ésta. Pero para favorecer la innovación, los líderes deben ser abiertos y flexibles. El liderazgo en innovación implica apertura a riesgo, perseverancia y espíritu emprendedor, pero también requiere tolerancia al fracaso. Son los líderes flexibles quienes siempre están pensando en cómo sacar adelante a su organización de la mano de sus colaboradores, escuchándolos, orientándolos, y dirigiéndose , pues junto con ellos él logrará la innovación que su empresa requiere para poder diferenciarse del resto de organizaciones que a diario están luchando por ser los mejores interna y externamente. Los indicadores de esta dimensión son:

- Manejo de errores. Según Gomes et al. (2015) es la manera en que se manejan los errores determinará la libertad que las personas puedan sentir para ser creativas e innovadoras en su organización.
- Gestión de ideas. Según Gomes et al. (2015) son los pensamientos considerados netamente por la gerencia. Esto concluye que las empresas estudiadas estimulan a sus colaboradores a generar nuevas y mejores ideas para de esa manera fomentar la creatividad.

- Propensión a correr riesgos. Según Gomes et al. (2015) los factores asociados con la flexibilidad para el logro de innovación, creatividad y propensión a tomar riesgos son complicados de maximizar cuando la organización pone esfuerzo en estabilizar y controlar.

D. Comunicación. Según Gomes et al. (2015) la comunicación es uno de los componentes que tiene un efecto positivo en la implementación de una cultura innovadora. Esto demuestra que la información se comparte claramente entre los empleados, este indicador se destacó en esta dimensión, lo que sugiere que las empresas que tienen una comunicación abierta y transparente, basada en la confianza, serán mejores en promover la creatividad y la innovación.

Según Guerra (2018) menciona que la comunicación es la transmisión de información entre las personas, alterando el estado de su conocimiento como persona receptora. La comunicación siempre inicia desde los altos directivos hasta los colaboradores quienes recibieron los resultados para realizar su labor con innovación y creatividad. Los altos directivos son quienes deben organizarse previamente a la realización, ya que ellos planean, buscan estrategias y organizan sus objetivos para proponerlos a sus colaboradores y ellos con sus habilidades puedan dar en marcha el plan establecido. Los indicadores son:

- Comunicación diagonal. Según Gomes et al. (2015) la comunicación que se desarrolla con agentes externos ayuda a mejorar los resultados de los equipos de desarrollo; es decir, cuanto mejor sea el desempeño interno y externo en la comunicación, mejor será el resultado del proceso de desarrollo del producto. Los individuos de diferentes departamentos entienden los diversos aspectos del desarrollo de productos en diferentes formas. Estas diferencias implican diversas interpretaciones, incluso de la misma información. El diálogo dentro

de los grupos o con diferentes niveles jerárquicos supera la burocracia, lo que permite una mayor coherencia y creatividad, ya que las personas pueden compartir un proceso de pensamiento común y familiarizarse con los problemas y objetivos de la organización.

- Comunicación lateral. Según Gomes et al. (2015) la comunicación abierta dentro de los grupos de trabajo es importante en esta dimensión ya que esta estudia las barreras que sofocan la comunicación multifuncional. Es importante para las organizaciones nutrir la comunicación lateral democrática sin cadenas jerárquicas, para el propósito de atraer y retener a las personas talentosas necesarias para la experimentación e innovación.
- Intercambio de información. Según Gomes et al. (2015) el compartir información y experiencias, con participación de todos los niveles organizacionales. El establecimiento de rutinas de diálogo dentro de los grupos o con diferentes niveles jerárquicos supera la burocracia, lo que permite una mayor coherencia y creatividad, ya que las personas pueden compartir un proceso de pensamiento común y familiarizarse con los inconvenientes que presenta la empresa.

El teórico 2, considerado es Méndez (2020) quien indica que la innovación es utilizar un nuevo conocimiento crear algo nuevo, idea, método, instrumento, forma de pensar en los negocios, servicios, como introducirse en el mercado, dar solución a los problemas, realizar adaptaciones y modificaciones de bienes y servicios con el fin de dar solución a las necesidades existentes de manera apropiada, útil y viable.

La innovación empresarial es trascendente ya que los directivos lo consideran como factor de competitividad de acciones que identifican a la organización por su actuar en un marco de tiempo y espacio, logrando metas importantes al ofrecer

productos y servicios originales y nuevos al mercado. Además, conlleva a reconsiderar y plantear técnicas en la gestión y forma de organización, las cuales se identifican por la participación, cohesión social, trabajo en equipo y compromiso de los trabajadores con la empresa, entre otros aspectos que en los últimos años son referentes por las empresas en el mundo para el éxito organizacional.

El trabajo en equipo empieza cuando se requiere mejorar actitudes, rendimientos, lealtad y ocurre cuando los colaboradores desean ayudar, haciendo uso de sus habilidades personales, así como retroalimentando constructivamente más allá de cualquier problema que haya entre ellos. El trabajo en equipo genera seguridad y mejora la autoestima buscando satisfacer sus necesidades, esforzándose por mantener una buena relación dentro y fuera del equipo y conlleva a que la empresa tenga éxito en cuestión de innovación y creatividad porque cuando todos se sienten motivados les da ganas de trabajar a la par, generando ideas nuevas, creativas e innovadoras.

A. Liderazgo. Según Méndez (2020) el ser líder es crear conciencia en los empleados sobre su actividad en un ambiente competitivo con un entorno y mercado cambiante transmite con claridad y de manera unificada el propósito de la empresa. Es importante cambiar prototipos que ya se conocen con la finalidad de mejorar el nivel y calidad de atención.

El líder dentro de la organización es autoridad, y cumple diferentes roles como de jefe, administrador y gerente, y debe ser flexible, hábil y demostrar siempre positivismo para fomentar un buen comportamiento del grupo a cargo, y guiarlos a cumplir el objetivo organizacional. Además, debe demostrar sencillez, discreción, manejo de incertidumbre y confianza, tolerancia, aprendizaje, visión futura y valores éticos, entre muchos otros. Los indicadores son:

- Estrategia. Louffat (2016) menciona: “Es un proceso de análisis de las amenazas y oportunidades que el mercado ofrece a la organización, así también las fortalezas y debilidades tiene para competir en el mercado en el cual se posiciona” (p. 35).
- Competitivo. Pecina (2012) sostiene: “Es la capacidad para invertir en los mercados de bienes o servicios y para conocer la diferencia entre la ventaja competitiva y comparativa” (p. 52).
- Desempeño. Louffat (2016) sostiene: “Es la acción en la que un trabajador cumple su labor en la empresa de una manera ardua y responsable” (p. 11).

B. Trabajo en equipo. Según Méndez (2020) el trabajo en equipo está orientado a mejorar los procesos fundamentales en la entrega de valor agregado al cliente, creando condiciones para el establecimiento de relaciones sociales de cooperación y colaboración entre personas y grupos, con alta cohesión social, respeto, confianza, iniciativa, autonomía y libertad para tomar decisiones, apoyo mutuo, coordinación, entusiasmo y sentido de pertenencia. Cuando hay trabajo en equipo se desarrolla la creatividad, mejora la autodirección y el autocontrol bajo la dirección de líderes. Los colaboradores se identifican con las empresas, compartiendo los mismos objetivos y están alineados con la visión y misión. Así como también, participan en la solución de los problemas presentados. Los indicadores del trabajo en equipo son:

- Participación. Según Méndez (2020) la participación es el aporte de ideas de los integrantes de la organización para que una actividad se pueda llevar a cabo. Aquí se busca una aproximación entre el aporte de los colaboradores y la visión de la empresa. La participación de los colaboradores es muy esencial ya que ello permite que se pueda llevar a cabo todo objetivo planeado por la

empresa; además, esto mejorará la calidad o cantidad en los servicios o productos que esta pueda ofrecer.

- Apoyo mutuo. Méndez (2020) menciona que el apoyo mutuo se demuestra cuando las personas interactúan en procesos de cooperación, lo que aprueba su integración, trabajar en equipo, tomar y compartir decisiones con un desempeño eficiente. Los colaboradores tienen como prioridad los objetivos de la empresa más que sus intereses personales. El apoyo mutuo se refiere a la cooperación y trabajo en equipo entre individuos que busca lograr un mismo objetivo con el fin que este marche bien.
- Compartir objetivos. Méndez (2020) menciona que es la realización de acciones de un equipo de trabajo que contribuyen a un objetivo común y éstas creen diferenciación frente a sus competidores; pero siempre teniendo en cuenta la ayuda mutua para que ésta esté alineada a una sola dirección.

C. Competitividad. Según Méndez (2020) una organización competitiva tiene la capacidad de ser mejor y única en relación con la competencia implementando estrategias que la haga más competitiva, en ser flexible y con mejor adaptación. Ya sea en tecnología, productos, producción, calidad, entre otros. Además, si una empresa quiere ser competitiva tiene que asumir grandes retos de adaptación. Ésta ayuda a que la empresa se diferencia de las demás. Los indicadores de la competitividad son:

- Capacidad directiva. Según Guilera (2021) las principales capacidades directivas que se consideran imprescindibles para un líder son las decisiones acertadas, la gestión de las emociones, la capacidad de comunicación y la resolución acertadas de los problemas.

- Diferenciación. La diferenciación busca proveer características que distingan sus productos o servicios, tanto para los competidores como para los compradores. La otra estrategia es enfocarse sobre un comprador particular, segmento o mercado geográfico.

D. Paradigmas de gestión. Según Méndez (2020) es de suma importancia para la alta gerencia romper prototipos de la organización mecanicista que en la gestión dan lugar a la aparición de cultura explícita, que es restrictiva para los procesos de cambio. Para lograr éxito en la innovación es importante construir organizaciones que prioricen la calidad de lo que se brinda y el nivel de satisfacción de los compradores. La visión humanista reafirma una serie de principios éticos que favorecen tanto a la empresa como a los mismos colaboradores para que ellos puedan trabajar con una mejora en las habilidades que ellos tienen, con innovación y creatividad para poder satisfacer a los consumidores. Los indicadores de paradigmas de gestión son:

- Eficiencia. Según Mariani (2012) mide la relación entre la cantidad de los bienes y servicios generados y los insumos o recursos utilizados para su producción. Es la capacidad o habilidad de aplicar los recursos que se tiene con la finalidad de lograr un bien o servicio deseado.
- Autonomía. Contreras (2018) indica: “Es la independencia intelectual que se justifica por la idea de la emancipación personal de la autoridad y del control represivo, la superación de las dependencias ideológicas al cuestionar críticamente nuestra concepción de la enseñanza y de la sociedad” (p. 48). Es la capacidad desarrollada por una persona de forma individual, es decir, sin necesidad de optar por ayuda de otros.

En cuanto al teórico 3, se consideró a Naranjo y Calderón. (2015) quienes explican que la cultura organizacional estuvo olvidada por falta de comprensión de

sus conceptos, desconocimiento del impacto que pueda causar a las organizaciones o por temor a abordar temas que resulten complejas. Un aspecto interesante es la relación que tiene con la innovación. Hoy se puede ver que la cultura ayuda a desarrollar un comportamiento innovador en los colaboradores de la organización porque al someter la cultura en la conducta de los trabajadores, conlleva a que asimilen la innovación como un aporte esencial en la organización y se sientan comprometidos con ella. Asimismo, en la identificación de las características de una cultura innovadora, se pudo demostrar que es necesario consultar al menos tres componentes como las capacidades organizacionales.

Tomando en cuenta estos elementos se han distinguido como características a desarrollar en la empresa y de acuerdo con Naranjo y Calderón (2015) son: “La toma de riesgo, capacidad de confrontación, orientación al mercado, flexibilidad mental, reconocimiento y exigencia, aceptación de la diversidad, emprendimiento, respeto, curiosidad, compromiso y confianza, orientación al logro, participación, ética y responsabilidad social” (p. 79). Es decir, la cultura de innovación es la generación de ideas o soluciones que fomentan la creatividad en los trabajadores para elaborar un prototipo innovador para beneficio de la organización, y esto se origina a raíz de la identificación de un problema. Las dimensiones de la cultura de innovación son:

A. Comportamiento innovador. Naranjo y Calderón (2015) explica: “Es un proceso multifacético donde la persona reconoce un problema y genera ideas o soluciones, esforzándose por fomentar el apoyo para las ideas y elabora un prototipo aplicable o modelo para el uso o beneficio de la empresa” (29). Los indicadores del comportamiento innovador son:



- Determinación. Según Guerra (2018) es una tarea fundamental en la preparación de la estrategia porque es ahí donde se definen los objetivos que se desean obtener.
- Observación. Según Czerwinsky (2014) es el acto que se percibe con la vista con el fin de tomar nota sobre lo que ve, para someter algo a reflexión o investigación de dicha situación. Además, es la actividad de captar y retener no solo lo exterior sino también las emociones de las personas y lo real de todo lo que los rodea.
- Generador de ideas. Según Garrido (2018) las ideas surgen de lecturas de dirigentes estudiantiles, conversaciones, reuniones de las personas para dar solución o respuesta a un problema. Es una cualidad que poseemos las personas, que surge de nuestros pensamientos creativos y preparados para analizar y comprender una necesidad y dar posibles soluciones.

B. Emprendimiento. Según Peralta (2019) el emprendimiento es llevar adelante una obra o negocio. Se ha utilizado mucho en el ámbito de la economía, se puede decir, desde esta perspectiva, se genera cuando la persona usa sus conocimientos para generar algo nuevo asumiendo riesgos. El emprendimiento es el acto de una persona de poder iniciar un trabajo o negocio el cual exige de su propio esfuerzo, toma de riesgos e iniciativa de llevarlo a cabo. Los indicadores del emprendimiento son:

- Toma de riesgos. Barroz y Yanamango (2021) mencionan que toda empresa al querer emprender debe estar dispuesta a tomar riesgos en cuanto al tiempo, dinero y lo principal que es el trabajo arduo que debe dar día a día para poner en marcha sus planes y lograr sus objetivos. Toda empresa que no arriesga no tendrá los resultados que espera, pues sin creatividad, sin esfuerzo y sin ganas

de emprender no tiene idea de lo que es emprender. Por ello, se requiere realizar una correcta gestión de riesgos cuando nos decidamos a apostar por una fuerte innovación en la compañía

- Creación de valores. Según Álvarez (2016) la creación de valor es el aumento de valor económico de la organización o persona que se obtiene por las estrategias que realiza y se refleja en su patrimonio. El aumento de valor ocurre cuando la empresa o persona ha retribuido en algo para satisfacer una necesidad.

C. Profesionalismo. Según Cardona y Guerra (2020) el profesionalismo es la obligación que tiene todo profesional de preocuparse por su propia integridad, el aprendizaje continuo que permiten generar nuevas situaciones relacionadas con la responsabilidad de las empresas para lograr los objetivos. Los indicadores del profesionalismo son:

- Ética. Según Méndez (2020) la ética organizacional se basa en comportamientos que se enseñan o transmiten a los grupos de interés con valores y normas generalizadas que cobijan a los miembros de la organización.
- Compromiso. Montoya (2015) menciona que el compromiso es el grado en el que un colaborador se encuentra identificado con la empresa en la que labora y trabajo, ocasionando un alto rendimiento, por eso no basta con que se cree un clima adecuado para compartir conocimientos entre empleados, además es necesario desarrollar el compromiso de los colaboradores de la empresa y sus metas.
- Responsabilidad. Chero (2022) afirmó que la responsabilidad es una decisión propia de cumplir o hacer algo teniendo en claro sus causas y consecuencias.

Es un valor y cualidad positiva de toda persona en la cual son capaces de comprometerse y actuar correctamente.

En consideración con la base teórica de la creatividad empresarial, se considera a teóricos que aportaron importantes vestigios sobre la variable. En el primer teórico 1 se considera a Lima y Tarapuez (2013) quienes indican que la creatividad empresarial es la capacidad que hace posible que se realicen un conjunto de ejercicios que flexibilizan la forma de pensar, se generan con más rapidez las ideas, aumentan la capacidad para romper paradigmas, ofrecen paradigmas y brindan elementos básicos necesarios para transformar una idea en un plan de negocio.

Las personas profesionales o empresarios deben tener en claro que sin creatividad no lograremos nuestros objetivos, pues el desarrollar habilidades y destrezas en nuestro negocio o trabajo nos permitirá pensar, actuar e interpretar el mundo mejor. Pues ésta permite que la organización se adapte a las nuevas exigencias del mercado buscando soluciones para poder enfrentar a nuestros competidores. Para ello lo conseguimos trabajando en equipo y así puedan existir intercambio de ideas y experiencias.

A. Los métodos activos. Según Lima y Tarapuez (2013) el poder de decisión sobre los diferentes medios y actos orientados hacia un objetivo libremente elegido. Esa libertad de elegir un objetivo debe entenderse como la oportunidad del estudiante de decidir hasta dónde llegar y con qué mecanismos. El poder de decisión conlleva a que muchas personas tengan la oportunidad de crear, innovar y dirigir asociaciones que nunca se imaginaron. Pues el que se arriesga bien gana o pierde, pero el que no se arriesga, no siente la satisfacción de haberlo intentado, por la falta de poder de decisión. El sentirse motivado en una organización hace que los trabajadores sientan

la necesidad de hacer algo por la empresa, ya que esta le ofrece. El indicador de esta variable es la oportunidad, que es entendido como la oportunidad es el momento adecuado (Louffat, 2016).

El teórico 2 considerado es Martínez (2010) quien indica que la creatividad involucra el proceso de imaginar con la finalidad de darle solución a un problema con originalidad. Culminar con los modelos establecidos y ver de otra forma la realidad constituye el elemento clave de la creatividad. La creatividad no es un proceso difícil ni abstracto, sino que es una manera diferente de ver el mundo como algo novedoso, pero natural del propio hombre. El ser creativos no es nada complejo ya que este proviene de las habilidades, destrezas y originalidad que tu tengas de lo que desees realizar y constantemente hayas estado realizando dentro de tu lugar de trabajo. Las dimensiones consideradas son:

- Rediseño. Según Martínez (2010) el rediseño de la empresa es el mejoramiento de la calidad de los procesos, las personas y el producto. Favoreciendo la conformación de una estructura organizacional más flexible, con apertura a los cambios. El rediseño organizacional se refiere a la acción de volver a diseñar algo, dentro de la organización, el rediseño como estructura de poder y renovación de los saberes deben lograr los siguientes objetivos como “aumentar la colaboración, agilidad, sensibilidad, flexibilidad, innovación, permeabilidad, apalancamiento, realización, espontaneidad, responsabilidad, delimitar la autoridad y el control” (Martínez, 2010, p. 21).
- Estrategia. Guerra (2018) menciona que las estrategias son opciones, posibilidades, logros, desarrollos, así como de nuevos elementos que apoyen los beneficios del acuerdo. Las oportunidades están fuera, en los entornos. Según Louffat (2016) es un proceso de análisis de las amenazas y

oportunidades que el mercado ofrece a la organización, así también las fortalezas y debilidades tiene para competir en el mercado en el cual se posiciona. En ese sentido, existe una serie de herramientas para que los empresarios puedan crear nuevas ideas en su negocio y mejoren los productos o servicios que ofrecen como el encuestar a sus clientes para ver las necesidades que tiene y poder suplirlas; capacitar a su personal para que haya una mejor producción, usar a menudo las redes sociales para actualizarse, para estar en contacto con sus consumidores y hacer nuevos proyectos para su empresa.

- Planificar. Grijalbo (2017) menciona que en esta etapa se implantan objetivos y procesos que generan y proporcionan resultados que vayan acorde con la política de la empresa.
- Diseñar. Según Campi (2020) el diseño es la disciplina que se encarga de dotar de explícito valor simbólico al proceso industrial; es la cultura de la industria, es decir, consiste en la materialización de propuestas simbólicas a partir de datos funcionales y tecnológicos.
- Construir. Consiste en hacer algo con los elementos necesarios siguiendo el diseño o plan que se ha elaborado con su equipo. Guerra (2018) menciona que los pasos para crear una hipótesis es reunir información, comparar entre ellas, proponer posibles explicaciones, elegir la mejor explicación y formular una o más hipótesis.

B. La flexibilidad. Martínez (2010) menciona que la flexibilidad se entiende como una respuesta flexible a una cantidad de trabajadores, quienes llegarán a ser empleados para una empresa que produce bienes o servicios, es el lado cuantitativo de la moneda; asimismo, las organizaciones requieren de trabajadores calificados que

estén comprometidos con la organización y que son indispensables por motivos cualitativos. Si bien la flexibilidad depende de la organización hacia sus colaboradores, ésta también requiere que aquellos trabajadores estén comprometidos a resolver desafíos para beneficiar a esta. Indudablemente la flexibilidad depende de ambas partes para que la organización mantenga su competitividad y sepa afrontar desafíos.

C. Originalidad. Según Martínez (2010) es original aquello que es propio de la persona que lo haya creado, a pesar de que la originalidad es de suma importancia para el despliegue de una idea. El ser original proviene de nuestras propias creaciones que nosotros tengamos en este caso en las empresas que nosotros sabremos, ya que este es un atributo o cualidad que se da a una creación no copiada. La originalidad es la creación de algo novedoso y que puede ser usado para crear réplicas semejantes. Los indicadores son:

- Imaginación. Según Thérien (2018) la imaginación funciona a partir de la memoria, percibida no como reserva memorial sino como una habilidad de formular relaciones desde diversos elementos que surgen del interior intelectual de la persona.
- Capacidad de visualización. Alcalde (2015) menciona que es la capacidad de visualización consiste en la habilidad de convertir información en imágenes que faciliten la extracción de significado, donde muchas veces esa información es cuantitativa, y la visualización creada, muchas veces interactiva.
- Habilidades y destrezas. Según Carbonero (2016) las habilidades y destrezas básicas son los movimientos que se realizan de manera natural y que suponen la estructura cinética primaria que toda persona requiere como apoyo de su

vida, al margen que siga o no poniendo en práctica actividades físicas de forma metódica.

En el teórico 3, se consideró a Huamán (2014) quien menciona que la creatividad y la empresa siempre están ligadas entre sí, porque la empresa se manifiesta y fomenta mediante innovaciones; es decir, la generación de una idea comercial. Sin embargo, en nuestra vida diaria, la innovación se transforma en una prioridad para que sea sostenible en el tiempo. Es la necesidad de las personas de desarrollar de manera constante y consciente la creatividad dentro de las empresas. Por otro lado, la organización establece, un instrumento importante del que dispone el creativo para llevar a cabo sus ideas y conocimientos en la empresa y éstas se validen como útiles y creativas. Muchos autores que han estudiado la creatividad concuerdan que la motivación y la originalidad son dimensiones principales de investigación para definir las características de la creatividad empresarial.

A. Motivación. Según Huamán (2014) se puede definir como un interés intrínseco, pues esta requiere de amor al trabajo, esfuerzo e impulso a conseguir las metas en un campo poniendo en práctica tu contribución personal. La motivación forma parte de la personalidad, donde participan las emociones y sentimientos, tendencias y procesos cognoscitivos. Pues la actividad que realiza el hombre es provocada por algo y la mantiene con energía en una sola dirección. Los indicadores de la dimensión motivación son:

- Motivación intrínseca. Según Camacho (2016) se asocia con los factores personales que refiere a sentimientos y emociones positivos o negativos (expectativas de éxito o fracaso) o de personalidad (auto concepto, autoestima, competencia, autodeterminación y autoeficacia) y/o factores sociales como al

afecto, sentido de pertenencia a algún grupo o colectividad, competencia o emulación, entre otros.

- Motivación extrínseca. Según Camacho (2016) los motivos extrínsecos se refieren al tipo de motivación como recompensa salarial, prestigio profesional, ascenso y promoción, entre otros.

B. Originalidad. Según Huamán (2014) es la habilidad de crear ideas o respuestas, diferentes, únicas y fuera de la convencional que se le ocurre a una mínima cantidad de personas. Las principales manifestaciones psicológicas asociadas a la originalidad puesta en la práctica empresarial son: la imaginación, habilidades y destrezas y optimismo. Los indicadores de la originalidad son:

- Imaginación. Thérien (2018) sostiene que la imaginación es la facultad de la creatividad, el lugar de las representaciones de la vida emotiva, el lugar donde nacen el ritmo y sus variaciones o modulaciones. Aquí se puede expresar libertad creativa para la subjetividad y expresión de la persona. La imaginación es la capacidad de crear y generar ideas reales o ficticias a partir de un pensamiento cognitivo o situación.
- Habilidades y destrezas. Según Andrés (2016) estas habilidades son indicadores que siempre están presentes en el individuo al momento que realiza una labor, que han sido desarrolladas mediante la práctica o entrenamiento. Éstas pertenecen al dominio de potencialidades y aptitudes que asimila el sujeto en base a su experiencia.
- Optimismo. Según Álvarez (2015) el optimismo en las personas tiene que ver con la forma positiva de pensar y ver las cosas. Además, es un compromiso público, una visión extensa que puede llegar a tener consecuencias positivas en sí mismos y en la sociedad.



C. Flexibilidad. Huamán (2014) menciona que es la capacidad con la que cuentan las personas para moverse de una idea a otra, modificar y moldear ideas. Además, la flexibilidad se entiende a los cambios, reinterpretaciones, reinenciones, modificaciones, replanteamientos y transformaciones de las situaciones. Por lo tanto, es la capacidad que tienen las personas para pensar de manera diferente y abordar problemas desde diferentes puntos de vista. Los indicadores de esta dimensión son:

- Adaptación. Barcelata (2018) menciona que la adaptación es un proceso que refleja la capacidad de un individuo de organización de sus recursos tanto internos como externos. Ésta refleja la capacidad de funcionamiento dentro de una norma, sin problemas emocionales y conductuales. Además, la adaptación es multidimensional y evolutiva donde están ligadas las competencias cognitivas y psicosociales.
- Personalidad. Andrés (2016) menciona que la personalidad es como una organización estable y duradera del temperamento, el intelecto, comportamiento afectivo, voluntario, intelectual, cognitivo y físico. Es decir, son los rasgos y características de la manera de ser de las personas y las diferencian del resto.

D. Independencia cognoscitiva. Huamán (2014) menciona que es la existencia de la capacidad intelectual en el ser humano y desarrollo de habilidades para dividir los aspectos principales y secundarios de los objetos, fenómenos y procesos de la realidad, y mediante la abstracción y generalización, revelar la esencia de los nuevos conceptos. Los indicadores de esta dimensión son:

- Conocimientos autónomos. Según Chica (2017) menciona que el aprendizaje autónomo tiene que ver con la capacidad de aprender por cuenta propia y autogestionar procesos de desarrollo cognitivo. La autonomía se refiere a la

toma de decisiones para manejarse así mismo con sentido crítico y de mayoría de edad, con el objetivo de fijación de metas entorno a su vida personal para buscar el aprendizaje cognitivo, metacognitivo y ético que conlleve a planear mejoramiento en base a observación y evaluación individualmente o de trabajo en equipo.

- Habilidad de emplear conocimientos. Según Chica (2017) el empleo de conocimiento autónomo transfiere y aplica habilidades de sus pensamientos y parte de un conocimiento sensorial que se apoya en la observación, la contemplación, interpretación y generación de conocimiento. Donde implica que se tenga un dominio de estrategias pedagógicas que se convierte en el medio para dar entendimiento a una situación del entorno.
- Solución autónoma de problemas. Chica (2017) menciona que es la utilización de nuestros propios métodos para dar satisfacción al hecho que se presente, mediante el empleo de reglas y estrategias que ayuden a ver con más claridad la situación presentada, el propósito, y el camino que enlaza la situación con el objetivo. Las estrategias nos ayudan a estructurar el problema, por lo tanto, las estrategias son reglas estructurales.

Las definiciones más importantes considerados para la comprensión de esta investigación son:

**Cultura.** Es un conjunto de elementos y rasgos propios de una determinada comunidad, donde se incluyen normas, tradiciones, costumbres, forma de pensar, comunicarse y construir una población.

**Emprendimiento empresarial.** Consiste en trasladar el emprendimiento desde la perspectiva empresarial. Por ello es esencial que conozcamos antes la definición de emprendimiento organizacional. Actualmente la creatividad ha cumplido un rol

importante en el logro de ventajas competitivas de las organizaciones, el cual le permite mejorar su desempeño económico, organizativo y financiero, siempre que estas empresas desarrollen y tengan la capacidad de generar respuestas importantes en un entorno de cambio.

**Emprendedor.** Es una persona que al encontrar una oportunidad crea, diseña y lanza un negocio y lo pone en funcionamiento con el fin de aprovechar esa oportunidad para obtener ganancias. Es aquel que usa sus recursos asumiendo los riesgos que se le presente al iniciar un negocio.

**Ética.** Es un pensamiento que analiza el comportamiento de las personas y está relacionado con las normas morales, deber, felicidad y bienestar. Sirve como base para establecer cómo deben actuar o comportarse la sociedad.

**Innovación.** Es un proceso donde se renueva y actualiza un producto o servicio por medio de aplicaciones de nuevos métodos, introducción de técnicas o ideas exitosas con el fin de la creación de un nuevo valor. Este presenta cierta relación con la competitividad a largo plazo de las organizaciones.

**Liderazgo.** El liderazgo es el factor principal para el funcionamiento de una organización, proyecto o departamento de cualquier ámbito. Sin embargo, es complicado encontrar a una persona que desarrolle el liderazgo con originalidad y acertada.

**Productos innovadores.** Son un conjunto de productos o servicios que crece conforme a la tecnología y ciencia. Quienes están cubiertos de creatividad y otorgan solución ante algo que previamente existente, que están disponibles digital y física y se vuelven netamente atractivos para las empresas y consumidores que quieren ayudarse, mejorar o adquirir nuevas opciones de facilidad para su diario vivir.

Satisfacción. Es una sensación de complacencia y gusto que tienen las personas cuando han cubierto una necesidad o deseo. Por ejemplo, al cancelar alguna deuda, saciar el hambre o llevar a cabo algunas exigencias.

Trabajo en equipo. Es un conjunto de personas con habilidades adicionales que están comprometidas con un solo objetivo, metas y enfoques en común de los cuales se responsabilizan. Se fomenta la lealtad, autoestima y seguridad que satisface sus propias satisfacciones dentro y fuera del equipo.

**CAPÍTULO II**  
**METODOLOGÍA**

## 2.1. Tipo y diseño de investigación

Es básica ya que busca analizar y describir el funcionamiento de dos variables, enfocándose en buscar la relación entre ellas y en responder las interrogantes del estudio, y se realiza dentro de un marco teórico para incrementar el conocimiento científico. Romo y Hernández (2018) indican: “La investigación básica es un tipo de investigación científica el cual se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva” (p. 102).

Es de nivel correlacional en el que la cultura de innovación y creatividad empresarial son detalladas individualmente, para después ser sometidas a un análisis de relación, puesto que se pretende medir o recabar información de forma independiente sobre los constructos que se pretende investigar. Romo y Hernández (2018) indican: “Los estudios correlacionales son investigaciones que buscan asociar fenómenos, hechos, conceptos o variables. Estos miden a las variables y su relación en términos estadísticos” (p. 68).

El enfoque de estudio es cuantitativo porque se debe efectuar un proceso de análisis estadísticos, que ayuda a analizar y medir la información para obtener las relaciones entre las variables. Romo y Hernández (2018) explican: “Los estudios cuantitativos plantean relaciones entre variables con el fin de arribar a proposiciones precisas y generar teorías que expliquen los fenómenos estudiados, como también hacer recomendaciones concretas aplicables a una población” (p. 82).

El diseño es no experimental porque la cultura de innovación y creatividad empresarial y no se manipula deliberadamente las variables. Según Romo y Hernández (2018) estas investigaciones se desarrollan sin manipular deliberadamente ninguna de las variables.

Finalmente, es de corte transversal, porque se busca medir la relación entre las variables y se encuesta solo una vez a cada emprendedor de los negocios. Romo y Hernández (2018) indican: “Los diseños transversales o transaccionales recolectan datos en un solo tiempo, cuyo propósito es describir una variable, evaluar una situación y analizar incidencias de las variables determinadas” (p. 72).

## 2.2 Población, muestra y muestreo

### ***Población***

Romo y Hernández (2018) mencionan: “La población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 198). En el caso del estudio, la población de estudio en los emprendedores del distrito de Aucallama, en ese sentido, la población está constituida por 94 emprendedores que están trabajando formalmente en el distrito mencionado.

Los criterios de inclusión fueron son las personas que tiene un negocio en el distrito de Aucallama y solo los emprendedores de los negocios del distrito de dicho distrito.

### **Tabla 1**

*Población de los emprendedores del distrito de Aucallama*

Negocios	N° de negocios
Minimarkets	30
Ferreterías	10
Granjas	10
Pollerías	20
Empresas agrarias	24
Total	94

## **Muestra**

Ventura (2017) indica: “Una muestra es entendida como un subconjunto de la población conformado por unidades de análisis” (p. 38). En el caso del estudio se utilizó la muestra no probabilística por conveniencia, tomando como información las respuestas de los 76 emprendedores que respondieron la encuesta de manera virtual. Romo y Hernández (2018) mencionan: “Este tipo de muestras se les conoce como muestras no dirigidas que suponen un proceso de selección orientado por las características y contexto más que por criterio estadístico de generalización” (p. 82).

### **2.3. Hipótesis**

#### ***Hipótesis general***

La cultura de innovación se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

#### ***Hipótesis específicas***

El trabajo en equipo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

El emprendimiento se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

El profesionalismo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

La comunicación se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

### **2.4. Variables y operacionalización**

Es importante desarrollar la operacionalización de una variable de estudio puesto que es la forma correcta de desagregar o especificar una variable de tal modo que sea medible ante la percepción de las unidades de información.



**Tabla 2***Operacionalización de la variable cultura de innovación*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gomes et al. (2015) indica que la cultura de la innovación es un aspecto transversal por el cual se establece el tema innovación impregna todas las áreas de la organización.	El cuestionario de cultura de innovación que está compuesto por 27 preguntas, con 5 tipos de opciones según la escala de Likert.	Trabajo en equipo Emprendimiento Profesionalismo Comunicación	- Participación - Compartir los objetivos - Apoyo mutuo. - Tomar riesgos - Creación de valor. - Compromiso - Ética - Responsabilidad - Comunicación diagonal. - Comunicación lateral.	Likert

**Tabla 3***Operacionalización de la variable creatividad empresarial*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Lima y Tarapuez (2013) explican que la creatividad permite que se realicen diferentes ejercicios que flexibilicen la manera de pensar.	El cuestionario de creatividad empresarial que está compuesto por 23 preguntas, con 5 tipos de opciones según la escala de Likert.	Motivación Originalidad Flexibilidad Independencia Cognoscitiva	- Intrínseca - Extrínseca - Imaginación - Habilidades y destrezas - Flexibilidad de la empresa - Flexibilidad del colaborador - Resolución de conflictos - Autonomía	Likert

## 2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica fue la encuesta con la se recurrió para recoger los datos, el primer cuestionario es acerca de la cultura de innovación y el segundo cuestionario se acerca de la creatividad empresarial, los cuales se sometieron a criterio de validez y confiabilidad para determinar si son aplicables y excelentes para esta investigación.

Medina y Verdejo (2020) indican que la validez consiste en el juicio acerca de la interpretación de las puntuaciones o de la información adquirida con un instrumento, a la luz de la evidencia de diferentes fuentes que le sirven de base.

**Tabla 4**

*Resultados de la validación de los cuestionarios*

Validador	Resultado de aplicabilidad
Mg. Jorge Alonso Ramos Chang	Adecuado
Mg. Vanessa Sihuay Rojas	Adecuado
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Adecuado

Los resultados de la tabla indican que los cuestionarios presentan items adecuados para medir la variable y además están relacionadas con los indicadores de evaluación.

### ***Instrumento I. Cuestionario la cultura de innovación***

Nombre : Instrumento de la cultura de innovación

Autor : Flor de María Chero Olivos

Procedencia : Universidad Autónoma del Perú

Aplicación : Emprendedores del distrito de Aucallama

El instrumento tiene como propósito medir cuatro dimensiones validadas las cuales son el trabajo en equipo, emprendimiento, profesionalismo y comunicación. En el cual trabajo en equipo contiene 6 ítems, el emprendimiento contiene 6 ítems,

profesionalismo 9 ítems y por último la comunicación contiene 6 ítems. Utilizando como escala de medición la escala de Likert con 5 alternativas.

Estos cuestionarios no solo pasaron por pruebas de validez de contenidos y confiabilidad o consistencia interna. En ese sentido, Medina y Verdejo (2020) indican que la fiabilidad o confiabilidad explica la consistencia o precisión de los datos obtenidos del cuestionario o instrumento administrado.

### **Tabla 5**

*Resultados de fiabilidad del cuestionario de cultura de innovación*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
Trabajo en equipo	,745	6
Emprendimiento	,686	6
Profesionalismo	,818	9
Comunicación	,753	6
Fiabilidad total	,918	27

Los resultados ponen de manifiesto que el cuestionario de cultura de innovación presenta un nivel de confiabilidad muy alto (0.918). Asimismo, sus dimensiones presentan resultados adecuados en su nivel de confiabilidad porque se obtienen de resultados que según la teoría son adecuados para medir el nivel de consistencia de una prueba.

### ***Instrumento II: Cuestionario de la creatividad empresarial***

Nombre : Instrumento de la creatividad empresarial

Autor : Flor de María Chero Olivos

Aplicación : Negociantes del distrito de Aucallama

Materiales : Formulario de Google

El instrumento tiene como propósito medir cuatro dimensiones validadas las cuales son: motivación, originalidad, flexibilidad e independencia cognoscitiva. En el cual trabajo en equipo contiene 5 ítems, el emprendimiento contiene 5 ítems,

profesionalismo 6 ítems y por último la comunicación contiene 7 ítems. Utilizando como escala de medición la escala de Likert con 5 alternativas.

Asimismo, se desarrolló el nivel de confiabilidad de la prueba de creatividad empresarial. Los resultados alcanzados se encuentran indicados en la tabla adjunta:

**Tabla 6**

*Resultado de fiabilidad del cuestionario de creatividad empresarial*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
Motivación	,779	5
Originalidad	,685	5
Flexibilidad	,767	6
Independencia cognoscitiva	,766	7
Fiabilidad total	,915	23

Según los resultados de la tabla, la prueba de creatividad empresarial presenta un nivel de confiabilidad muy alto (0.915). Asimismo, sus dimensiones presentan resultados adecuados en su nivel de confiabilidad porque se obtienen de resultados que según la teoría son adecuados para medir el nivel de consistencia de una prueba.

## **2.6. Procedimientos**

La investigación tuvo por inicio la identificación de un problema social como es la cultura de innovación y la creatividad organizacional en los emprendedores del distrito de Aucallama durante el año 2023. Luego se revisó in situ en los emprendedores del lugar de estudio, se procedió a plantear los problemas y objetivos de estudio. Luego se revisaron los antecedentes de estudio y las fundamentaciones teóricas que dieron sustento a las variables. Luego de ello se procedió a solicitar el consentimiento informado de los emprendedores para luego realizar el recojo de información y los procedimientos estadísticos.

## **2.7. Análisis de datos**

Se realiza mediante tablas y gráficos según corresponda el análisis estadístico. Primero se descargaron los datos del cuestionario a Microsoft Excel para luego pasarla a la base de datos del IBM SPSS, para desde allí poder aplicar tablas y gráficos estadísticos para obtener análisis descriptivos con respecto a las variables cultura de innovación y creatividad empresarial.

Posteriormente, se desarrolló la prueba de normalidad se empleó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, el cual nos permitió conocer la distribución entre los datos recolectados, porque la muestra del proyecto de investigación es mayor a 50. Estos resultados demostraron que las puntuaciones no provienen de una distribución normal.

Finalmente, de acuerdo con los resultados de la normalidad de los datos se optó por desarrollar la hipótesis con la prueba de correlación Rho de Spearman.

## **2.8. Aspectos éticos**

Este estudio cumple con originalidad de información, salvaguarda la propiedad intelectual de los autores con respecto a los diversos conocimientos y teorías; citando adecuadamente y evidenciando sus fuentes bibliográficas. No fue solo un acto técnico sino una gran responsabilidad para poder conseguir los datos apropiados para la investigación. Además, cumple con la normativa APA 7, pudiendo dar datos actualizados y orden de información.

**CAPÍTULO III**  
**RESULTADOS**

### 3.1. Resultados descriptivos de las variables

**Tabla 7**

*Análisis descriptivo de la variable cultura de innovación*

	Emprendedores	Porcentaje
Malo	16	21,1
Regular	45	59,2
Bueno	15	19,7
Total	76	100,0

En la tabla 7, se observa que 45 emprendedores, que representan el 59.2%, indican que la cultura de innovación en un nivel regular, mientras que 16 emprendedores que representan el 21.1% indican un nivel malo y 15 emprendedores, que representan el 19.7% indican un nivel bueno. Esto evidencia deficiencias en la innovación debido a que los negocios carecen de cultura innovadora por la falta de una mentalidad emprendedora y gestión empresarial.

**Tabla 8**

*Análisis descriptivo de la variable creatividad empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	19,7
Medio	46	60,5
Alto	15	19,7
Total	76	100,0

En la tabla 8, se observa que 46 emprendedores, que representan el 60.5% indican que la creatividad empresarial en un nivel medio, mientras que 15 emprendedores que representan el 19.7% indican un nivel alto y 15 emprendedores, que representan el 19.7% indican un nivel bajo. Esto evidencia la existencia de un problema, debido a que dueños de los negocios no promueven la creatividad en sus empresas.

### 3.2. Resultados descriptivos de las dimensiones

#### ***Resultados descriptivos de las dimensiones de la cultura de innovación***

**Tabla 9**

*Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo*

	Emprendedores	Porcentaje
Malo	21	27,6
Regular	39	51,3
Bueno	16	21,1
Total	76	100,0

En la tabla 9, se observa que 39 emprendedores, que representan el 51.3%, indican que el trabajo en equipo en un nivel regular, mientras que 21 emprendedores que representan el 27.6% indican un nivel malo y 16 emprendedores, que representan el 21.1% indican un nivel bueno. Esto evidencia la existencia de un problema, debido a que en los negocios no se fomenta el trabajo en equipo, ni se comparte conocimientos para brindar soluciones rápidas a los problemas que se les presenta.

**Tabla 10**

*Análisis descriptivo de la dimensión emprendimiento*

	Emprendedores	Porcentaje
Malo	21	27,6
Regular	42	55,3
Bueno	13	17,1
Total	76	100,0

En la tabla 10, se observa que 42 emprendedores, que representan el 55.3%, indican un nivel de emprendimiento regular, mientras que 21 emprendedores que representan el 27.6% indican un nivel malo y 13 emprendedores, que representan el 17.1% indican un nivel bueno. Esto evidencia la existencia de un problema, debido a que los emprendedores no promueven su espíritu emprendedor por ello los productos son comunes y poco innovadores.



**Tabla 11***Análisis descriptivo de la dimensión profesionalismo*

	Emprendedores	Porcentaje
Malo	13	17,1
Regular	50	65,8
Bueno	13	17,1
Total	76	100,0

En la tabla 11, se observa que 50 emprendedores, que representan el 65.8%, indican que el trabajo en equipo es de nivel regular, mientras que 13 emprendedores que representan el 17.1% indican un nivel bueno y 13 emprendedores, que representan el 17.1% indican un nivel malo. Esto evidencia dificultades debido a que no se demuestra compromiso iniciando por la forma de vestirse, apariencia y servicio en la organización.

**Tabla 12***Análisis descriptivo de la dimensión comunicación*

	Emprendedores	Porcentaje
Malo	18	23,7
Regular	44	57,9
Bueno	14	18,4
Total	76	100,0

En la tabla 12, se observa que 44 emprendedores, que representan el 57.9%, indican que la comunicación es de nivel regular, mientras que 18 emprendedores que representan el 23.7% indican un nivel malo y 14 emprendedores, que representan el 18.4% indican un nivel bueno. Esto evidencia dificultades debido a que los negocios no promueven comunicación, no hay escucha hacia las ideas de los colaboradores y ello conlleva a que no podamos satisfacer la necesidad del cliente.

***Resultados descriptivos de las dimensiones de la creatividad empresarial***

**Tabla 13***Análisis descriptivo de la dimensión motivación*

	Emprendedores	Porcentaje
Bajo	15	19,7
Medio	47	61,8
Alto	14	18,4
Total	76	100,0

En la tabla 13, se observa que 47 emprendedores, que representan el 61.8%, indican que la motivación esta en un nivel medio, mientras que 15 emprendedores que representan el 19.7% indican un nivel bajo y 14 emprendedores, que representan el 18.4% indican un nivel alto. Esto evidencia la existencia de dificultades debido a que en el distrito los emprendedores no motivan, inspiran y reconocen a sus trabajadores los cuales conllevan a que no se obtengan buenos resultados.

**Tabla 14***Análisis descriptivo de la dimensión originalidad*

	Emprendedores	Porcentaje
Bajo	21	27,6
Medio	41	53,9
Alto	14	18,4
Total	76	100,0

En la tabla 14 se observa que 41 emprendedores, que representan el 53.9%, indican que la originalidad es de nivel medio, mientras que 21 emprendedores que representan el 27.6% indican un nivel bajo y 14 emprendedores, que representan el 18.4% indican un nivel alto. Esto evidencia dificultades debido a que los emprendedores no se atreven a vender cosas novedosas por el miedo a que puedan fracasar, y su pensar es ser iguales que el resto y no mejores que ellos.

**Tabla 15***Análisis descriptivo de la dimensión flexibilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	17	22,4
Medio	48	63,2
Alto	11	14,5
Total	76	100,0

En la tabla 15 se observa que 48 emprendedores, que representan el 63.2%, indican que la flexibilidad es de nivel medio, mientras que 17 emprendedores que representan el 22.4% indican un nivel bajo y 11 emprendedores, que representan el 14.5% indican un nivel alto. Esto evidencia la existencia de dificultades debido a la falta de adaptabilidad de parte de los colaboradores a la organización, generando absentismo de clientes por la falta de eficacia en la solución de problemas y necesidades.

**Tabla 16***Análisis descriptivo de la dimensión independencia cognoscitiva*

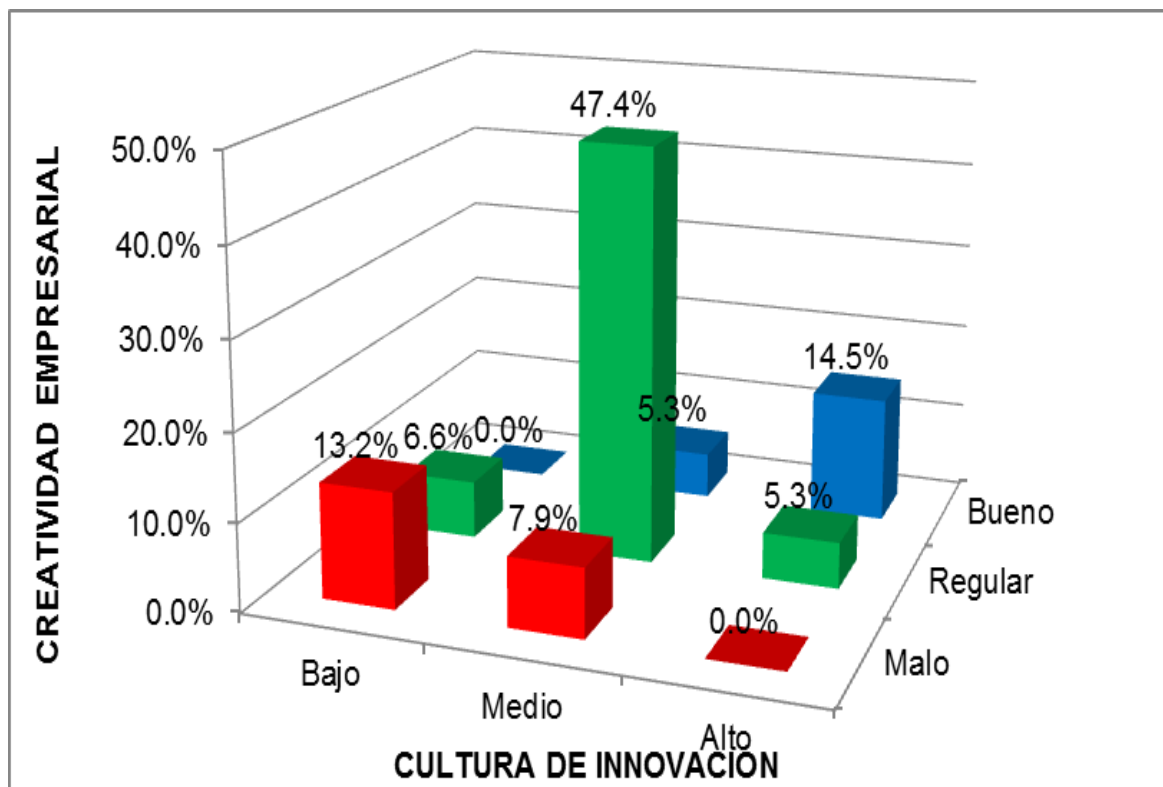
	Emprendedores	Porcentaje
Bajo	14	18,4
Medio	49	64,5
Alto	13	17,1
Total	76	100,0

En la tabla 16 se observa que 49 emprendedores, que representan el 64.5% indican que la independencia cognoscitiva es de nivel medio, mientras que 14 emprendedores que representan el 18.4% indican un nivel bajo y 13 emprendedores, que representan el 17.1% indican un nivel alto. Esto evidencia la dificultades debido a la falta de decisión autónoma de parte de los emprendedores y colaboradores a la hora de vender u ofrecer un producto.

### **3.3. Resultados descriptivos de las variables relacionadas**

Figura 1

*Análisis descriptivos de la relación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial*



En la figura 1, se observa que los emprendedores encuestados el 14.5% de los emprendedores analizados consideran una buena relación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial; el 47.4% de los emprendedores manifiestan que la relación entre ambas es regular y el 13.2% de los emprendedores encuestados consideran que la relación es mala.

### 3.4. Prueba de la normalidad para la variable de estudio

H<sub>0</sub>: La variable creatividad empresarial presenta una distribución normal.

H<sub>a</sub>: La variable creatividad empresarial no presenta una distribución normal.

Tabla 17

*Resultado de la prueba de normalidad de las variables de estudio*

		Creatividad empresarial
N		76
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	2,00

	Desv. Desviación	,632
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,303
	Positivo	,303
	Negativo	-,303
Estadístico de prueba		,303
Sig. asintótica(bilateral)		,000 <sup>c</sup>

a. La distribución de la prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

La tabla 17 se observa que los puntajes de la variable creatividad empresarial no se aproxima a una distribución normal (sig.=0.000). Romero (2016) indica: “La prueba Kolmogorov-Smirnov, es una prueba de significación estadística para examinar si los datos de la muestra proceden de una distribución normal. Se emplea para variables cuantitativas continuas y cuando el tamaño muestral es mayor de 50” (p. 36). Este resultado permitió tomar la decisión de desarrollar la prueba de hipótesis con la prueba de correlación no paramétrico Rho de Spearman.

### 3.5. Procedimientos correlacionales

#### ***Contraste de la hipótesis general***

H<sub>0</sub>: La cultura de innovación no se relación significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

H<sub>a</sub>: La cultura de innovación se relación significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

**Tabla 18**

*Resultados de correlación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial*

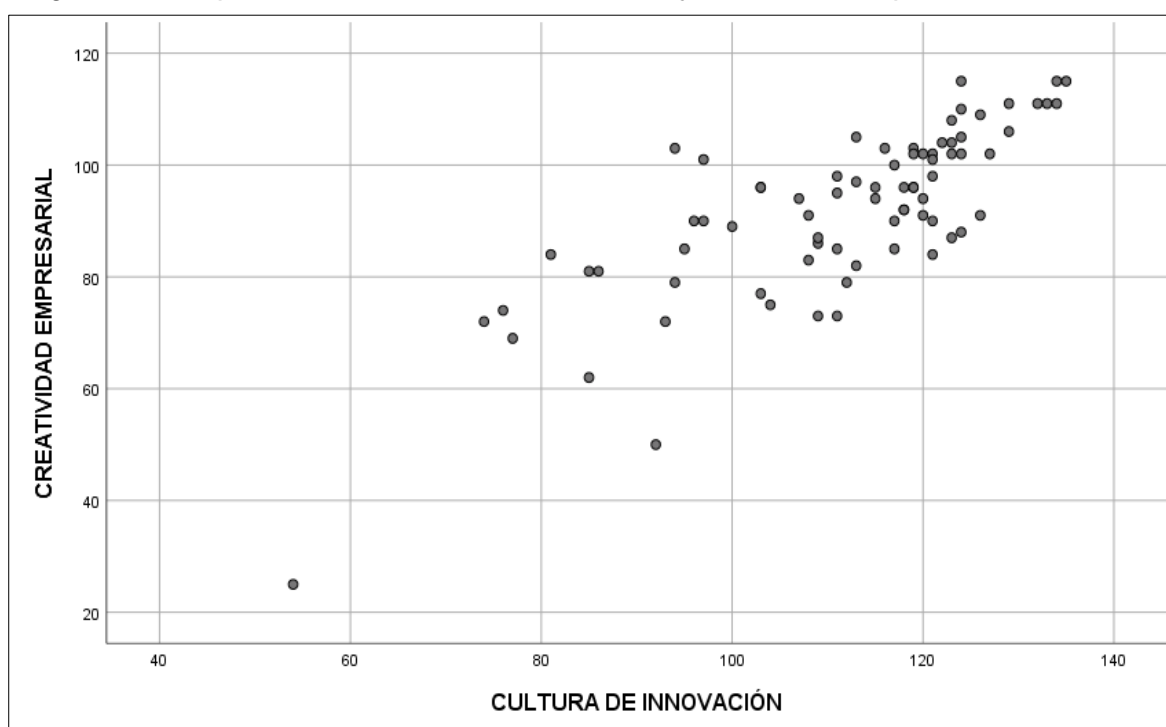
		Creatividad empresarial
Rho de Spearman	Cultura de innovación	de Coeficiente de correlación
		Sig. (bilateral)
		N

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 18 se observa la significancia es 0.000 menor al 0.05 motivo por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir la cultura de innovación se relaciona con la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama. Siendo esta una relación positiva considerable ( $\rho=0.755$ ). Es decir, mientras se desarrolle más la cultura de innovación habrá más creatividad en los negocios.

## Figura 2

*Diagrama de dispersión de la cultura de innovación y creatividad empresarial*



En la figura 2 se evidencia la dispersión de puntos entre las variables cultura de innovación y creatividad empresarial, el cual demuestra que existe una relación directa y positiva entre ambas variables. Es decir, a mayores puntajes en la variable cultura de innovación, mayores serán los puntajes de la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama.

### ***Contrastación de hipótesis específica 1***

H<sub>0</sub>: El trabajo en equipo no se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

H<sub>1</sub>: El trabajo en equipo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

**Tabla 19**

*Resultados de correlación entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial*

			Creatividad empresarial
Rho de Spearman	Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación	,640**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	76

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 19 se observa la significancia es 0.000 menor al 0.05 motivo por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir el trabajo en equipo se relaciona con la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama. Siendo esta una relación positiva considerable ( $\rho=0.640$ ). Es decir, mientras más se promueva el trabajo en equipo mejorará la creatividad en los negocios.

### **Contrastación de hipótesis específica 2**

H<sub>0</sub>: El emprendimiento no se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

H<sub>2</sub>: El emprendimiento se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

**Tabla 20**

*Resultados de correlación entre el emprendimiento y la creatividad empresarial*

		Creatividad empresarial
Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,417**

Rho de	Sig. (bilateral)	,000
Spearman	N	76

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 20 se observa la significancia es 0.000 menor al 0.05 motivo por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir el emprendimiento se relaciona con la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama. Siendo esta una relación positiva media ( $\rho=0.417$ ). Es decir, mientras el emprendimiento sea más eficiente mejorará la creatividad.

### ***Contrastación de hipótesis específica 3***

H<sub>0</sub>: El profesionalismo no se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

H<sub>3</sub>: El profesionalismo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

### **Tabla 21**

*Resultados de correlación entre el profesionalismo y la creatividad empresarial*

		Creatividad empresarial	
Rho de	Profesionalismo	Coefficiente de correlación	,674**
Spearman		Sig. (bilateral)	,000
		N	76

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 21 se observa la significancia es 0.000 menor al 0.05 por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir el profesionalismo se relaciona con la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama. Siendo esta una relación positiva considerable ( $\rho=0.674$ ). Es decir, mientras mejore el profesionalismo aumentará la creatividad.

### ***Contrastación de hipótesis específica 4***



H<sub>0</sub>: La comunicación no se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

H<sub>a</sub>: La comunicación se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.

**Tabla 22**

*Resultados de correlación entre la comunicación y la creatividad empresarial*

		Creatividad empresarial
Rho de	Comunicación	Coeficiente de correlación
		,690**
Spearman		Sig. (bilateral)
		,000
		N
		76

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 22 se observa que el nivel de significancia es 0.000 menor al 0.05 motivo por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir la comunicación se relaciona con la creatividad empresarial percibidos por los emprendedores del distrito de Aucallama. Siendo esta una relación positiva considerable ( $\rho=0.690$ ). Es decir, mientras más se desarrolle la comunicación mejorará la creatividad en los negocios.

**CAPÍTULO IV**  
**DISCUSIÓN**

En cuanto a los resultados obtenidos en la contrastación de hipótesis general se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0.755 y un nivel de significancia de 0,000, que demuestra que existe una correlación positiva considerable entre la cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. Dichos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Davey y Rodríguez (2023) en su tesis desarrollado en Chorrillos evidencia que las variables tienen una correlación positiva fuerte con un Rho de Spearman ( $\rho=0.864$ ) a un valor de significancia de 0,005, entre gestión de innovación y productividad laboral. Los resultados evidencian que presentan una relación positiva muy fuerte porque la gestión de innovación es innovadora, creativa y eficiente posibilitando la adaptación al entorno empresarial, desarrollando estrategias competitivas.

Respecto a los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 1, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0,640 y un nivel de significancia de 0.000, que demuestra que existe una correlación positiva considerable entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial de los emprendedores del distrito de Aucallama. Estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Torres y Núñez (2021) en su tesis desarrollada en Lurín, evidencia que tienen una correlación directa y moderada con una rho de 0.740 a un nivel de significancia de 0,000 entre la gestión de la innovación empresarial y productividad. Esto demuestra que se debe prestar atención a las ideas de los colaboradores, para su buen desempeño en la organización. Por ello los emprendedores deben motivarlos y brindarles reconocimiento por la ardua labor que cada uno de ellos desempeñan para obtener mejores resultados. Además, se les debe facilitar sus trabajos, implementando tecnología para mejorar procesos, productos y servicios.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 2, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0,417 y un nivel de significancia de 0.000, que demuestra que existe una correlación positiva media entre el emprendimiento y la creatividad empresarial de los emprendedores del distrito de Aucallama. Dichos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Castillo (2020) en su artículo “Creatividad en la Pyme y efectos sobre la innovación y el desempeño empresarial en una economía emergente”, donde se aprecia que las variables tienen una correlación directa con el estadístico Rho de Spearman de 0.741 con un nivel de significancia de 0,000. Esto indica que la creatividad tiene una relación directa con el emprendimiento empresarial, porque al desarrollarse la creatividad, iniciará el emprendimiento, impulsando la planificación y marcha de las empresas, entendiéndose así que el emprendimiento es la actividad de crear.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 3, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0,674 y un nivel de significancia de 0.000, que demuestra que existe una correlación positiva considerable entre el profesionalismo y la creatividad empresarial en los empresarios del distrito de Aucallama. Aquellos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Solarte et al. (2020) en su artículo “Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto, Colombia”, donde se aprecia que las variables innovación con la generación y disseminación de la información se relacionan significativamente, ya que la innovación refleja una elasticidad de variable dependiente de 23,99%, obteniendo un nivel de significancia muy alto y la generación y disseminación de la información representa una elasticidad de 25, 92%, con un valor de significancia de 4,5%, que los conllevan a un cambio positivo en la orientación al mercado. Este resultado permite observar la relación

directa entre las variables innovación con la generación y disseminación de la información, donde las empresas requieren que se genere un ambiente de trabajo para la generación de nuevas ideas.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la contrastación de hipótesis específica 4, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0,690 y un nivel de significancia de 0.000, que demuestra que existe una correlación positiva considerable entre la comunicación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama, 2023. Estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Bicet y Mariño (2022) en su artículo "Operacionalización del constructo cultural en propiedad industrial" realizada en la Universidad de Oriente, Cuba, donde se aprecia que la buena calidad de operacionalización garantiza la creación de productos innovadores. Los resultados evidencian que la cultura y la innovación muestran una relación positiva siempre y cuando haya un cambio profundo en la cultura de la organización acompañado de procesos, estrategias y estructuras de innovación. Si la cultura es adhocrática la innovación afectará de manera positiva, pero si la cultura es jerárquica la innovación afectará de manera negativa a la organización. Por ello, los emprendedores deben motivar constantemente a sus colaboradores y fomentar el trabajo en equipo en la organización. Debido a que la comunicación organizacional es un eje principal para que se pueda llevar a cabo cualquier toma de decisión dentro de la organización.

La continuidad de la investigación se garantiza con la realización de analizar diversas investigaciones experimentales a nivel nacional e internacional de diversos rubros empresariales, donde se puedan hallar estrategias e ideas innovadoras que fomenten la creatividad y éstas ayudan a que los emprendedores mejoren su forma de pensar y ver las cosas.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**

En primer lugar, se ha determinado la existencia de una correlación positiva considerable entre las variables cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. 2023, con un Rho de Spearman de 0,755 y un nivel de significancia de 0,000. En los resultados estadísticos descriptivos se observa que el nivel regular de la cultura de innovación es del 59.2% y creatividad empresarial medio 60.5%. Se concluye que a medida que se gestione una buena cultura de innovación en la mente de los emprendedores y colaboradores, se promoverán y crearán productos y servicios innovadores para suplir las necesidades de los clientes y de esa manera lograr obtener la innovación que se requiere en todas las organizaciones.

En segundo lugar, se ha determinado la existencia de una correlación positiva considerable entre la dimensión trabajo en equipo y la variable creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. 2023, con un Rho de Spearman de 0,640 a un nivel de significancia de 0,000. En los resultados estadísticos descriptivos se observa que el nivel regular de trabajo en equipo es del 51.3% y creatividad empresarial medio 60.5%. Se concluye que, si la organización promueve el trabajo en equipo, aumentará la motivación de los trabajadores, logrando maximizar el potencial individual y aumentar la creatividad empresarial.

En tercer lugar, se ha determinado la existencia de una correlación positiva media entre la dimensión emprendimiento y la variable creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. 2023, con un Rho de Spearman de 0,417 a un nivel de significancia de 0,000. En los resultados estadísticos descriptivos se observa el nivel regular del emprendimiento es del 55.3% y creatividad empresarial medio 60.5%. Se concluye que un emprendedor sin creatividad no existe. Si se trabaja

en convertir ideas en innovación, arriesgando y usando sus habilidades y creatividad, la organización será una empresa innovadora y creativa que se diferenciará del resto.

En cuarto lugar, se ha determinado la existencia de una correlación positiva considerable entre la dimensión profesionalismo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama 2023, con un Rho de Spearman de 0,674 a un nivel de significancia de 0,000. En los resultados estadísticos descriptivos se observa el nivel regular del emprendimiento es del 65.8% y creatividad empresarial medio 60.5%. Se concluye que, si los emprendedores fomentan la responsabilidad, ética y compromiso en sus trabajadores motivándolos, los incentivará a la creatividad organizacional dentro de la organización y clientes.

En quinto lugar, se ha determinado la existencia de una correlación positiva considerable entre la dimensión comunicación y la variable creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama. 2023, con un Rho de Spearman de 0,690 a un nivel de significancia de 0,000. En los resultados estadísticos descriptivos se observa el nivel regular del emprendimiento es del 57.9% y creatividad empresarial medio 60.5%. Se concluye si se promueve la comunicación en la entre los trabajadores se podrá informar y recibir información externa e interna de ideas innovadoras para la creación de productos o servicios innovadores; porque la comunicación es clave para que la empresa funcione, sea innovadora y creativa.



**CAPÍTULO VI**  
**RECOMENDACIONES**

Se recomienda que los emprendedores del distrito de Aucallama definir bien una cultura organizacional ya que esto influirá en el comportamiento del personal y será un factor importante para el logro de los objetivos de la organización, fortaleciendo un compromiso innovador porque la cultura organizacional proviene de las habilidades y actitudes de los trabajadores. Las actividades son las siguientes:

- Recibir capacitaciones que los ayude a cómo obtener una mentalidad emprendedora: Definiendo qué se quiere lograr, reconocer el tiempo como tiempo valioso, evaluar las estrategias, tener mentalidad de cambio y enfocar los resultados a los objetivos.
- Promover la cultura organizacional con la finalidad de ser efectivos en la innovación y puedan desarrollar las habilidades y destrezas para una mejor creatividad.
- Estimular la competitividad para alcanzar logros importantes al ofrecer nuevos servicios porque la participación, trabajo en equipo e identificación de los empleados ayudarán a replantear y proponer técnicas en la gestión empresarial. Reduciendo costos, desarrollar nuevos productos, optimizar procesos y trabajar en el bienestar de los colaboradores.
- Adquirir productos innovadores para ofrecerles al mercado de manera que les facilite el trabajo o actividad que ellos realizan a diario. Es decir, productos poco comunes y diferentes a lo que ofrece tu competencia.
- Crear un sitio web, mediante el cual puedan ofrecer sus servicios o productos que la organización brinda porque de esta manera los clientes sabrán más de ti y de lo que ofreces. Aquí mejoras la dirección de tu empresa, tu marca, los productos o servicios que ofreces, promociones y demás.

Se recomienda a los emprendedores del distrito de Aucallama fomentar el trabajo en equipo porque esto trae seguridad y autoestima que satisface sus necesidades y se esforzará por mantener una buena relación dentro y fuera del equipo que los conlleva a innovar y crear porque cuando todos se sienten motivados les da ganas de trabajar a la par, generando ideas creativas e innovadoras. Las actividades son las siguientes:

- Fomentar la empatía realizando actividades donde los trabajadores se socialicen y puedan compartir conocimientos para de esa manera solucionar cualquier situación por más complicada que parezca.
- Escuchar y permitir la cooperación de los colaboradores porque de esa manera ellos utilizarán sus habilidades propias aportando retroalimentación constructiva para beneficio empresarial más allá de cualquier problema que haya entre ellos.
- El líder deberá crear un pensamiento competitivo en los colaboradores transmitiendo claridad y de manera unificada el propósito empresarial demostrando sencillez, discreción, manejo de incertidumbre, confianza, tolerancia, aprendizaje, visión futura y valores éticos, entre otros.
- Establecer reuniones periódicas donde investigues acerca de las labores que están realizando cada uno de tus trabajadores y acompaña constantemente a tu equipo.

Se recomienda a los emprendedores del distrito de Aucallama estar dispuesto a tomar riesgos en cuanto al tiempo, dinero y trabajo arduo aprovechando las oportunidades de mercado para poner en marcha sus planes y lograr sus objetivos. Las actividades son las siguientes:

- Realizar un estudio técnico del mercado para tener conocimiento de los productos que venderás y sabrás que van acorde a las necesidades del mercado, para adquirir productos innovadores y novedosos para tus clientes.
- Realizar una correcta gestión de riesgos, es decir el emprendedor al ofrecer un producto innovador y nuevo en el mercado deberá: Primero identificar y realizar una lista de todos los productos que va a vender, y ver cómo afectaría a la empresa, si éstas no salen tan rápido como se planeó. Segundo analizar y elaborar un plan de respuestas para revertir el riesgo en caso de que pueda presentarse. Tercero controlar activamente los riesgos para evitar sorpresas que afecten a la organización. Y por último si este riesgo se presenta ya tienes un plan al que recurrir cuando esto suceda.
- Comprar productos innovadores y venderlos al mercado para poder diferenciarse del resto.

Se recomienda a los emprendedores del distrito de Aucallama preocuparse por su integridad personal y organizacional enfrentando las nuevas situaciones; asimismo, los emprendedores deben involucrarse en todas las actividades y asumir responsabilidades, compromiso y responsabilidad ya sea con sus colaboradores, clientes y proveedores. Adquiriendo productos innovadores para ofrecerlas a sus clientes y pueda satisfacer sus necesidades.

- Recibir capacitaciones de profesionales expertos para que les enseñe las actividades que se debe realizar como emprendedor.
- El emprendedor debe ser justo y respetuoso que ayuden a los trabajadores y fomenten su crecimiento profesional y personal.
- Establecer reglas éticas ya sea en la vestimenta, tiempo y esfuerzo en cada una de sus actividades y brindar reconocimiento como sorteos, día libre o

aumento de sueldo por sus logros obtenidos, para que todos los colaboradores se sientan motivados y sientan esa responsabilidad y compromiso con la organización.

Se recomienda a los emprendedores del distrito de Aucallama promover la comunicación y escuchar las ideas de sus colaboradores para que de esa manera haya mayor creatividad empresarial. Las actividades son las siguientes:

- Implementar canales efectivos de comunicación con los clientes donde se puedan ofertar los productos nuevos
- Contratar a una persona capacitada para responder a los mensajes de compra en las redes.
- Crear un buzón de sugerencias donde los colaboradores puedan sugerir sus ideas o iniciativas para beneficio de la organización y de manera anónima expresar sus opiniones y sugerencias, porque muchas veces tienen miedo o vergüenza de expresarse en público.
- Recibir capacitaciones tecnológicas constantes para mantener una actualización sobre los nuevos avances tecnológicos y poder ejecutarla en nuestra organización.
- Crear un blog de noticias donde se puedan proyectar los cambios, nuevos talentos, avances, presupuestos, reestructuración de áreas de trabajo y otros cambios que se puedan generar dentro de la organización para poder mantener informada a todo el personal.
- Hacer uso de las plataformas digitales para dar a conocer nuestros productos o servicios y llegar a más audiencias. La publicidad nos permite acercarnos más a nuestros clientes y brindar confianza para la compra de mis productos o servicios.

## **REFERENCIAS**

- Alcalde, I. (2015). *Visualización de la información: De los datos al conocimiento*. UOC.
- Alegre, A., Mendoza, L., & Goñi, K. (2015). *Las recompensas de los colaboradores*. Morata.
- Álvarez, I. (2016). *Finanzas estratégicas y creación de valor* (5° ed.). Ecoe.
- Álvarez, V. (2015). *A pesar de todo, optimistas: adolescentes y la formación de maestros*. Flacso.
- Andrés, A. (2016). *La personalidad*. UOC.
- Barcelata, B. (2018). *Adaptación y resiliencia adolescente en contextos múltiples*. El Manual Moderno.
- Barroz, G., & Yanamango, P. (2021). *Implicaciones de la estructura organizacional y el emprendimiento en pequeñas y medianas empresas* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de universidad Peruana de Ciencias Aplicadas [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628098/Barr\\_ozL\\_G.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628098/Barr_ozL_G.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Bicet, O., & Mariño J. (2022). *Operacionalización del constructo cultura en propiedad industrial*. Morata.
- Camacho, J. (2016). *La motivación y el aprendizaje en educación*. Universidad del Valle.
- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Gili.
- Carbonero, C. (2016). *Habilidades, destrezas y tareas motrices: Concepto, análisis y clasificación: actividades para su desarrollo*. Wanceulen.
- Cardona, C., & Guerra, J. W. (2020). *Profesionalismo y profesionalidad del maestro*. UCL.

- Castillo, M. (2020). *Creatividad en la pyme y efectos sobre la innovación y el desempeño empresarial en una economía emergente* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cartagena]. Repositorio de la Universidad Politécnica de Cartagena <https://repositorio.upct.es/server/api/core/bitstreams/7c00d66d-5f2c-45c5-804c-8c68eda9093f/content>
- Chero, N. (2022). *El principio de responsabilidad*. ESIC.
- Chica, F. (2017). *El currículo desde la perspectiva del aprendizaje autónomo*. Ediciones USTA.
- Contreras, J. (2018). *La autonomía del profesorado* (6° ed.). Morata.
- Córdoba, E., Castillo, J., & Castillo, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*, 1(19), 55–65. <https://doi.org/10.21501/21454086.2663>
- Czerwinsky, L. (2014). *Observar: Los sentidos en la construcción del conocimiento*. Ministerio de Educación y Formación Profesional de España.
- Davey, D., & Rodríguez, L. (2023). *Gestión de innovación y productividad laboral de los colaboradores de la empresa de transporte Austral Group Chorrillos – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2712>
- Ferreyra, M., Mazaro, R., & Bastos, M. (2020) El sistema regional de innovaciones del Trío eléctrico y el fomento al turismo en El Salvador - BA: de la Fubica al imaginario de la cibercultura. *Revista Brasileña de Investigaciones Turísticas*, 14(1), 73–91. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1665>
- Garrido, J. (2018). *Ideas para la universidad*. Universidad Alberto Hurtado.



- Gomes, G., Machado, D., & Alegre, J. (2015). Determinants of innovation culture: A study of textile industry in Santa Catarina. *Brazilian Business Review*, 12(4), 99-122. <https://www.redalyc.org/pdf/1230/123041058005.pdf>
- Gonzales, R. (2021). *Creatividad y emprendimiento: Enfoque desde el talento humano* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas], Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655693/GonzalesV\\_R.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655693/GonzalesV_R.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Great Place To Work (2019, febrero). *Cultura de Innovación*. Great Place To Work. <https://www.greatplacetowork.com.pe/recursos/blog/cultura-de-innovacion>
- Grijalbo, L. (2017). *Determinación y comunicación del sistema de gestión ambiental*. Tutor Formación.
- Guerra, F. (2018). *Estrategias de negociación*. Patria.
- Guilera, L. (2021). *Competencias directivas: Claves para la gestión y el liderazgo*. Marge books
- Huamán, J. (2014). *El desarrollo de la creatividad de los empresarios de pymes en los contenidos de gestión empresarial de la Provincia de Chincha en el año 2014* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Ica]. Repositorio de la Universidad Autónoma de Ica. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica>
- Lima, C., & Tarapuez, E. (2013). *Creatividad empresarial*. Ecoe Ediciones.
- López, N. (2013). *El mundo empresarial*. Morata.
- Louffat, E. (2016). *Administración: Fundamento del proceso administrativo* (4ª ed.). Ediciones ESAN.

- Madiedo, S. (2024, marzo). *Brasil lidera naciones de Latam en el Índice Mundial de Innovación 2023*. Fundación Hergar. <https://www.fundacionhergar.org/innovacion-brasil-latam.html>
- Mariani, R. (2012). *El gasto público y su normatividad*. Plaza y Valdez Editores.
- Martínez, E. (2010). *La creatividad en la industria*. Instituto Politécnico Nacional.
- Medina, M., & Verdejo, A. (2020). Validez y confiabilidad en la evaluación del aprendizaje mediante las metodologías activas. *Alteridad: Revista de Educación*, 15(2), 270-284. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86422020000200270&script=sci\\_arttext](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86422020000200270&script=sci_arttext)
- Melo, M., Cifuentes, D., Ramos, C., & Segovia, C. (2021). Desarrollo, creatividad e innovación: Factores para la creación de un centro de desarrollo empresarial. *Revista Ibérica de sistemas y tecnologías de información*, 39(21), 341-354. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8597352>
- Méndez, C. (2020). *Innovación organizacional: Cultura, condición para la estrategia*. Universidad del Rosario.
- Mondragón, B. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104. <https://revmovimientocientifico.iberro.edu.co/article/view/mct.08111/645>
- Montoya, M. (2015). *Gestión de la innovación: Efectos del clima de innovación de las empresas en el desempeño y compromiso de los trabajadores* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Catalunya, España.]. Repositorio de la Universidad Politécnica de Catalunya, España. <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/622021>

- Naranjo, J., & Calderón, G. (2015). Construyendo una cultura de innovación: Una propuesta de transformación cultural. *Estudios gerenciales*, 31(135), 223-236. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000054>
- OMPI (2021, setiembre). *Índice Mundial de Innovación 2021: Las inversiones en innovación se muestran resilientes a pesar de la pandemia de COVID-19*. OMPI. [https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2021/article\\_0008.html](https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2021/article_0008.html)
- Pecina, M. (2012). *Clusters y competitividad* (7ª ed.). Eumed.
- Peralta, M. (2019). *Emprender: Un trabajo diferente*. Pluma Digital Ediciones.
- Revista Economía (2020, abril). *Solo el 30% de las empresas incentivan nuevas ideas y cultura de innovación*. Economía. <https://www.revistaeconomia.com/solo-el-30-de-las-empresas-incentivan-nuevas-ideas-y-cultura-de-innovacion/>
- Romero, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista enfermería de trabajo*, 6(3) 2174-2510 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Romo, P., & Hernández, A. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, México (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Solarte, C., Solarte, M., & Barahona, J. (2020). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto. *Contaduría y administración*, 65(1), 135-149. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422020000100103](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422020000100103)
- Solleiro, J., & Mejía, A. (2021). *Las nuevas tecnologías en el sector agroalimentario de México en tiempos de postpandemia*. Altec.
- Thérien, G. (2018). *Lectura, imaginación y memoria*. Universidad del Valle.
- Torres, H. y Núñez, L. (2021). *Gestión de la innovación empresarial y la productividad laboral en Supermercados Peruanos S.A., del distrito de Lurín, 2019* [Tesis de

pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/autonoma/1409>

Trentini, L., Espig, A., & Tontini, G. (2022). Adaptación y prueba de un instrumento para evaluar la satisfacción y lealtad de los usuarios en los servicios de hospedaje de hoteles y airbnb. *Revista brasileira de Pesquisa* 1(16), 2450 - 2466. <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/Gd7bKfHFpFkXk8R49f9J9bP/?lang=en>

Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana Salud Pública*, 43(3), 648-650. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662017000400014&lng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014&lng=es)

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores		
<p><b>Problema general</b> ¿Qué relación existe entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Qué relación existe entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre el emprendimiento y la creatividad empresarial en los emprendedores del</p>	<p><b>Objetivo general</b> Analizar la relación entre la cultura de innovación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Analizar la relación entre el trabajo en equipo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p> <p>Analizar la relación entre el emprendimiento y la creatividad empresarial en los emprendedores del</p>	<p><b>Hipótesis general</b> La cultura de innovación se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> El trabajo en equipo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p> <p>El emprendimiento se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los</p>	<b>Variable 1: Cultura de innovación</b>		
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
			Trabajo en equipo	- Participación - Compartir los objetivos - Apoyo mutuo.	1: Siempre 2: Casi siempre 3: Algunas veces 4: Muy pocas veces 5: Nunca
			Emprendimiento	- Tomar riesgos - Creación de valor.	
			Profesionalismo	- Compromiso - Ética - Responsabilidad	
			Comunicación	- Comunicación diagonal. - Comunicación lateral.	
			<b>Variable 2: Creatividad empresarial</b>		
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>			

<p>distrito de Aucallama - 2023? ¿Qué relación existe entre el profesionalismo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023? ¿Qué relación existe entre la comunicación y la creatividad en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023?</p>	<p>distrito de Aucallama – 2023. Analizar la relación entre el profesionalismo y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama – 2023. Analizar la relación entre la comunicación y la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p>	<p>emprendedores del distrito de Aucallama - 2023. El profesionalismo se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023. La comunicación se relaciona significativamente con la creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama - 2023.</p>	<p>Motivación</p>	<p>- Motivación intrínseca - Motivación extrínseca</p>	<p>1: Siempre 2: Casi siempre 3: Algunas veces 4: Muy pocas veces 5: Nunca</p>
<p>Originalidad</p>	<p>- Imaginación - Habilidades y destrezas</p>				
<p>Flexibilidad</p>	<p>- Flexibilidad de la empresa - Flexibilidad del colaborador</p>				
<p>Independencia Cognoscitiva</p>	<p>- Resolución de conflictos - Autonomía</p>				
<p><b>Nivel y diseño</b></p>	<p><b>Población y muestra</b></p>	<p><b>Técnicas e instrumentos</b></p>		<p><b>Estadísticos utilizados</b></p>	
<p><b>Nivel:</b> Básico <b>Diseño:</b> No experimental <b>Alcance:</b> correlacional</p>	<p><b>Población:</b> 94 emprendedores del distrito de Aucallama. <b>Muestra:</b> 76 emprendedores del distrito de Aucallama.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Cultura de innovación <b>Técnicas:</b> La encuesta <b>Instrumentos:</b> Cuestionario de cultura de innovación <b>Variable 2:</b> Creatividad empresarial <b>Técnicas:</b> La encuesta <b>Instrumentos:</b> Cuestionario de creatividad empresarial.</p>		<p><b>Estadísticos descriptivos</b> Tablas estadísticas Gráficos estadísticos <b>Estadísticos inferenciales</b> Rho de Spearman</p>	

## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE CULTURA DE INNOVACIÓN

El presente cuestionario tiene como propósito la obtención de información acerca de la cultura de innovación y creatividad empresarial de los emprendedores del distrito de Aucallama. Solicitando que exprese su opinión considerando que no existe respuesta correcta ni incorrecta. Lea atentamente cada pregunta del cuestionario y marque con una (x) la que mejor exprese su punto de vista.

1. Nunca      2. Pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre      5. Siempre

<b>Trabajo en equipo</b>					
1. Fomenta la participación entre sus colaboradores para el surgimiento de ideas innovadoras.	1	2	3	4	5
2. El socializar entre equipos ayuda a obtener buenos resultados organizacionales.	1	2	3	4	5
3. Los objetivos estratégicos son compartidos entre los miembros de la organización.	1	2	3	4	5
4. Asigna objetivos innovadores a sus colaboradores.	1	2	3	4	5
5. Brinda a sus colaboradores el apoyo necesario para crear un nuevo producto.	1	2	3	4	5
6. Se ayudan entre equipos a completar sus trabajos organizacionales.	1	2	3	4	5
<b>Emprendimiento</b>					
7. Invierte dinero en la creación de nuevos productos que va a lanzar por primera vez al mercado.	1	2	3	4	5
8. Se toman decisiones de alto riesgo en su organización.	1	2	3	4	5
9. Se adquieren productos innovadores que permitan la fidelización de clientes.	1	2	3	4	5
10. Se ponen en práctica las habilidades, capacidades y conocimiento al desarrollar actividades.	1	2	3	4	5
11. Introduce mejoras en sus productos que ofrece al mercado.	1	2	3	4	5
12. Cree que contar con profesionales actualizados ayudará a captar clientes.	1	2	3	4	5
<b>Profesionalismo</b>					



13. Se siente comprometido(a) y ofrece apoyo pleno a las actividades de innovación.	1	2	3	4	5
14. Realiza programas de capacitación para sus trabajadores.	1	2	3	4	5
15. Se siente comprometida con el desarrollo profesional de sus colaboradores.	1	2	3	4	5
16. Se muestra respeto, igualdad y libertad a la hora de poner en marcha una idea.	1	2	3	4	5
17. Es beneficioso para su empresa contar con un reglamento interno para sus colaboradores.	1	2	3	4	5
18. La conducta de los trabajadores influye en el éxito empresarial.	1	2	3	4	5
19. Sus colaboradores trabajan sin malgastar los recursos.	1	2	3	4	5
20. La empresa aplica responsabilidad social.	1	2	3	4	5
21. Los colaboradores logran comercializar eficientemente sus productos.	1	2	3	4	5
<b>Comunicación</b>					
22. Cree que la integración y coordinación entre compañeros del mismo nivel es buena para la solución de problemas.	1	2	3	4	5
23. La interacción entre departamentos ayuda al mejoramiento empresarial.	1	2	3	4	5
24. Se reúnen para una coordinación previa de lanzamiento de un nuevo producto o servicio.	1	2	3	4	5
25. Para tomar decisiones importantes toma en cuenta la opinión de los trabajadores.	1	2	3	4	5
26. La comunicación entre sus trabajadores es básica para obtener mejores resultados.	1	2	3	4	5
27. Cree que la comunicación virtual con sus colaboradores es más efectiva.	1	2	3	4	5

## CUESTIONARIO DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL

El presente cuestionario tiene como propósito la obtención de información acerca de la cultura de innovación y creatividad empresarial de los emprendedores del distrito de Aucallama. Solicitando que exprese su opinión considerando que no existe respuesta correcta ni incorrecta. Lea atentamente cada pregunta del cuestionario y marque con una (x) la que mejor exprese su punto de vista.

1. Nunca      2. Pocas veces      3. Algunas veces      4. Casi siempre      5. Siempre

<b>motivación</b>					
1. fomenta el deseo de saber más, ofreciendo un programa de formación profesional.	1	2	3	4	5
2. ofrece a sus colaboradores asumir funciones más importantes que ayude a extraer lo mejor de sí mismos.	1	2	3	4	5
3. señala que el aumento de las ventas es mérito de todo el equipo.	1	2	3	4	5
4. brinda los recursos necesarios para facilitar el trabajo de sus colaboradores.	1	2	3	4	5
5. premia a sus colaboradores más innovadores.	1	2	3	4	5
<b>originalidad</b>					
6. fomenta la creatividad y aprovecha el potencial de sus trabajadores.	1	2	3	4	5
7. organiza actividades recreativas que involucren movimiento (paseos, deporte)	1	2	3	4	5
8. escucha y brinda confianza a sus trabajadores para expresar sus ideas y opiniones.	1	2	3	4	5
9. ha participado en algún concurso de creatividad empresarial.	1	2	3	4	5
10. se suscitan ideas creativas que permitan el incremento de beneficios y minimizar costos.	1	2	3	4	5
<b>flexibilidad</b>					
11. hay acuerdos de trabajos flexibles dentro de la organización.	1	2	3	4	5
12. los colaboradores cuentan con horarios flexibles.	1	2	3	4	5

13. la empresa facilita permisos a sus colaboradores (maternidad, estudios, etc.)	1	2	3	4	5
14. sus colaboradores están dispuestos a enfrentar desafíos que benefician a la empresa.	1	2	3	4	5
15. colaboradores se adaptan fácilmente a los cambios.	1	2	3	4	5
16. adopta nuevos sistemas, tecnología o idea muy diferente a lo habitual.	1	2	3	4	5
<b>independencia cognoscitiva</b>					
17. las estrategias empresariales hacen frente a la diversidad de competidores actuales.	1	2	3	4	5
18. las personas están siempre animadas a solucionar cualquier asunto de manera flexible.	1	2	3	4	5
19. sus colaboradores muestran habilidad para resolver un conflicto laboral.	1	2	3	4	5
20. es importante para la empresa dar una solución rápida a cualquier problema.	1	2	3	4	5
21. tiene facilidad para detectar problemas dentro de la empresa.	1	2	3	4	5
22. los productos o servicios que lanza al mercado son tercerizados.	1	2	3	4	5
23. hay iniciativa de cambio de parte de sus colaboradores.	1	2	3	4	5

### Anexo 3: Ficha de validación de los instrumentos.

#### Validación del instrumento: CULTURA DE INNOVACIÓN

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [ X ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

#### Validación del instrumento: CREATIVIDAD EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [ X ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Validación del instrumento: CULTURA DE INNOVACIÓN**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador. Mg: VANESSA YOHELMA SIHUAY ROJAS**

**DNI: 40971149**

**Especialidad del validador: Temático [ x ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]**

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



VANESSA YOHELMA SIHUAY ROJAS  
DNI N° 40971149

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Validación del instrumento: CREATIVIDAD EMPRESARIAL**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador. Mg: VANESSA YOHELMA SIHUAY ROJAS**

**DNI: 40971149**

**Especialidad del validador: Temático [ x ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]**

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



VANESSA YOHELMA SIHUAY ROJAS  
DNI N° 40971149

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Validación del instrumento: CULTURA DE INNOVACIÓN**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [ ]      Metodológico [ X ]      Estadístico [ ]

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: CREATIVIDAD EMPRESARIAL**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [ ]      Metodológico [ X ]      Estadístico [ ]

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

## Anexo 4. Informe de índice de coincidencias

FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS  
6. TESIS PARA REPOSITORIO \_ FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS.docx

Similitud **19%** Marcas de alerta Escritura con IA **--%**

**COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**

**TESIS**  
CULTURA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS  
EMPRENEDORES DEL DISTRITO DE AUCALLAMA - 2023

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA**  
FLOR DE MARIA CHERO OLIVOS  
ORCID: 0000-0002-6366-0028

Página 1 de 115 20950 palabras 128%

**19% Similitud General** Filtros

Fuentes  
Mostrar las fuentes solapadas

1	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	10%
		114 text blocks 1790 palabras coincidentes	
2	Internet	hdl.handle.net	3%
		30 text blocks 450 palabras coincidentes	
3	Internet		

## Anexo 5. Constancia emitida por la empresa que incita la realización del estudio in situ

Aucallama 29 de Junio del 2022

**Señores**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**Presente.**

Por medio de la presente hago constar que se ha otorgado permiso al Sr(a) Flor de María Chero Olivos identificado con DNI 74241887 a realizar la aplicación de los cuestionarios de la investigación que viene realizando en vuestro negocio que lleva por título: "Cultura de innovación y creatividad empresarial en los emprendedores del distrito de Aucallama, 2022"

Esta actividades fueron realizadas los días 4, 5 y 6 de Junio del 2022, en el distrito de Aucallama, respetando los protocolos de bioseguridad establecidos por las empresas del distrito de Aucallama.










El Sr(a) Flor de María Chero Olivos contó con todas las facilidades necesarias para la aplicación de los cuestionarios a mí, como emprendedor del negocio, quien llenó de forma voluntaria y considerando que la información brindada tiene carácter confidencial.

**Atentamente**










PROPIETARIO	RUC	NEGOCIO	DIRECCIÓN	FIRMAS
TORRES BARRERA ROXANA LEONOR	10406521856	BODEGA "ROXY"	AA. HH. SAN JUAN DE DIOS MZ P LT 07	
INVERGEP S.A.C.	20601404371	PLANTA DE VALORIZACIÓN DE RESIDUOS SOLIDOS- ORGÁNICOS E INORGÁNICOS	BOZA - AUCALLAMA REF. ALTO RIO	
SCARZE E.I.R.L.	20608349015	ELABORACION DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS NCP	SECTOR BOZA - PREDIO CHEPO U.C. 01085 - AUCALLAMA	
INVERGEP S.A.C.	20601404371	PLANTA DE COMPOSTAJE	BOZA - AUCALLAMA REF. ALTO RIO	
INDUSTRIA DEL ALAMBRE SAC.	20604576394	MANUFACTURA DE UTILES DE OFCINA	AV. CAMINO REAL S/N - PARCELA LT. E - SECTOR BOZA - AUCALLAMA	







PALOMINO MAURICIO EDUARD	10442598385	FERRETERIA "P&M"	AAHH. SAN JUAN DE DIOS MZ. E LT. 19 - AUCALLAMA	
CORDERO PAREDES REYNA GRACIELA	10159742798	BODEGA "CHELITA"	AAHH. SAN JUAN DE DIOS CA. SAN JOSE MZ "P" LT. 14 - AUCALLAMA	
DOMINGUEZ MANUEL VICTOR	10160098029	BODEGA FRUTERIA	AAHH. VIRGEN DE FATIMA LTE. 18 - AUCALLAMA	
MARBELLA PERU S.A.C.	20602756654	OF. ADM MINIMARKET " MARBELLA PERU"	PARCELA 34 LTE. 31 SECTOR CHACRA Y MAR - AUCALLAMA	
NILDA MERCEDES GARAY CARRERA	10160129196	FERRETERIA "MI PROGRESO"	AV. CAQUI S/N - PALPA	
ROJAS FERNANDEZ ARACELI	10457251934	RESTAURANT "RESTAURANT CRIOLLO ARACELI"	AV. SAN CARLOS S/N CP. PALPA - AUCALLAMA	
MARTINEZ RIOS CIRILO ANATOLIO	10065879099	HOSPEDAJE "CASA DE CAMPO Y HOSPEDAJE MAS"	SAN GRACIANO ALTO S/N UC. 70090 - AUCALLAMA	
CERDAN MENDOZA JOSE LINDORFE	10083159745	RESTAURANT HOSPEDAJE "FUNDO SAN JOSE"	AV. SAN JOSE S/N UC. 01880 - AUCALLAMA	
NUÑEZ DE PAZ LUCIA MARIBEL	10444409148	BAZAR - LIBRERÍA "LULU"	MZ. A LT. 05 AA.HH. VIRGEN DE LAS MERCEDES - AUCALLAMA	
VILLEGAS ROSALES CARLOS CESAR	10448812478	LIBRERÍA - BAZAR "GOTITAS DE AMOR"	CA. EL NARANJAL S/N CP MIRAFLORES - AUCALLAMA	
PUCLLAS TOVAR ALFREDO PASTOR	10235610545	RESTAURANT - PANADERIA "MISKY TANTA"	PAN. NORTTE KM. 74 UC. 00723 CP. PASAMAYO - AUCALLAMA	
PIZARRO PATRICIO ELSA YOLANDA	10772069192	RESTAURANT "ALLYU"	CARRET. PAN. NORTE KM 75.1 OVALO CHACRA Y MAR - AUCALLAMA	





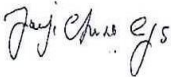


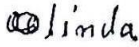

SHICSHI ALMANZA NORMA EULALIA	10418018505	FERRETERIA "VALLE VERDE"	AV. SAN JOSE MZ. B LT. 06 CP. TAMBILLO - AUCALLAMA	
SANCHEZ MILLA HILARIO SEVERIANO	10333424229	RESTAURANT "MARIVIC"	CRUCE DE AV. SAN JUAN CON CA. 12 DE FEBRERO MZ "A" LT. 01 - CP. SAN LUIS - AUCALLAMA	
CACHILLO TESEN ROSA ELVIRA	10459715474	BODEGA "DULCE"	CA. SAN JOSE LTE. 15 AA.HH. SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
VILLANUEVA DOMINGUEZ DE ESPINOZA KEYLA ANALI	10466064721	CAMPO DEPORTIVO "GRASS SINTETICO JOSE & JONAS"	CALLE LIDIA GRADOS S/N PALPA - AUCALLAMA	
SANCHEZ ECHEVARRIA CELESTINO	10061591562	BODEGA	PAN. NORTE SERPENTIN DE PASAMAYO SECTOR LA CASETA LTE 06 CHACRA Y MAR - AUCALLAMA	
AGROCORPORACION SAN DIEGO S.A.C.	20555931914	AGROCORPORACION SAN DIEGO S.A.C.	A. EX FERROCARRIL SECTOR SAN GRACIANO - AUCALLAMA	
VALVERDE VILLAREAL PEDRO	10159884410	RESTAURANTE "LA CASITA VERDE"	PAN. NORTE SERPENTIN DE PASAMAYO KM. 21.5 CHACRA Y MAR - AUCALLAMA	
INNOVAFARMA E.I.R.L.	20606671327	BOTICA "INNOVA FARMA"	AV. SAN JOSE N°212 - AUCALLAMA	
CHAVEZ CAMONES GLADYS ELIZABETH	10438070911	RESTAURANT "LA PALMERA"	CHACRA Y MAR SECTOR LA PALMERA - CRUCE DE AV. LAS PALMERAS CON SERPENTIN DE PASAMAYO - AUCALLAMA	

KIYAN HIGA GUSTAVO	20603507534	SERVICENTRO GRIFO "SERVICENTRO AGUKI NORTE SA"	CARRE. PAN. NORTE KM 74 PREDIO RURAL CHACRA Y MAR UC. 00545 - AUCALLAMA	
CAHILLO TAMARA CARMEN LIDUVINA	10160137016	TALLER MULTISERVICIOS "CAHILLO"	AV. LAS FLORES MZ. A LTE. 02 CP. SANTA ISABEL - AUCALLAMA	
MARTINEZALVARO CHARLES	10426920820	RESTAURANT HOSPEDAJE "RANCHO AZUL"	CAM. SIN NOMRE - CAM. AL PENAL N°280 - AUCALLAMA	
CACHILLO TAMARA CARMEN LIDUVINA	10160137016	COMPLEJO DEPORTIVO - CENTRO DE ESPARCIAMIENTO "CONTRY CLUB LOS LEONES"	AV. SAN ISIDRO CUADRA 2 - CP ARENALES - AUCALLAMA	
URIBE LESCANO JAIME ALEJANDRO	20603204051	VENTA DE INSUMOS AGRICOLAS "FRUCAMPO EIRL"	AV. ELIAS MUÑOZ BOZA S/N - AUCALLAMA	
MENDOZA MORALES JOSELYN GISELLA	10473223908	RESTAURANT "LUANA"	CP. LA MABCHURIA MZ "H" EL ALTO S/N CARRET. HUARAL - LIMA - AUCALLAMA	
AQUIJE VASQUEZ ROSA MARIA	10147542121	BODEGA "ADAMARI"	SECTOR UENA VISTA S/N, CRUCE CARRET. BOZA - AUCALLAMA	
DIANA SANDY LLOCCLA JUAREZ	10481823094	BODEGA "D & E"	AV. SANTA ELENA MZ "L" LT. 07 AAHH. SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
OBREGON ANGELES MIRTHA CLAUDIA	10443277370	BOTICA "ADRIAN"	AV. SANTA ISABEL MZ "G" LT. 14 CP. LOS HUERTOS DE SANTA ISABEL - AUCALLAMA	

MACARLUPU HUAYTA GIOBANA ANGELA	10160206212	GRANJA DE CERDOS "FAMPIG"	CAMINO CARROZABLE PARTE LA U.C. 00182 SECTOR GRAMADALES - AUCALLAMA	
ALFARO CURI FELIX NEMESIO	10435342278	HOSPEDAJE "VILLA CANARIA"	AUTOPISTA HUARAL - LIMA - SUBLOTE 68 SECTOR MONTE GRANDE - AUCALLAMA	
PASCUAL CASTILLO KATIA ALMENDRA	10742197561	BODEGA	CAM. SIN NOMBRE MZ "G" LT. 02 CP. VILLA DEL MAR - AUCALLAMA	
COLAN GARCIA LIDIA ANTONIETA	10069035821	RESTAURANT "MAMA LIDIA"	SECTOR MONTE GRANDE KM 8 CARRET. HUARAL - LIMA EX HDA. BOZA - AUCALLAMA	
AGROCAMPO S.A.C.	20605632867	VENTA DE AGROQUIMICOS	AV. SAN CARLOS S/N CP. PALPA - AUCALLAMA	
SIFUENTES CABANA NURY JESSICA	10157557357	RESTAURANT "LAS DELICIAS DE JOKAJO'S"	CTRA PANAM NORTE KM 65 - CHACRA Y MAR - LA CASETA	
JESUS DEL PERU SAC	20604561281	VENTA DE AGROQUIMICOS Y FETILIZANTES	C.P. SAN GRACIANO CA. LOS CIPRECES MZ I LT 17	
RESTAURANT LA TIA CARMEN SAC	20601588669	RESTAURANT LA TIA CARMEN SAC	CTRA PANAME. NORTE S/N INTERIOR 155 - CHACRA Y MAR	
CONSORCIO H & R AGREGADOS S.A.C.	20605682023	ALMACEN DE AGREGADOS - CHANCADORA DE PIEDRA	PREDIO RURAL LOTIZ. FUJIMORI SAN LUIS BAJO - AUCALLAMA	

ECOAMBIENTAL CHANCAY S.A.C.	20606184361	ALMACEN - ELABORACION DE ABONO	CHACRA Y MAR U.C. 00492 - UACALLAMA	
COMERCIAL AGRICOLA PROGRESO S.A.C.	20516039401	VENTA DE AGROQUIMICOS	CA. LOS NOGALES CRUCE CON CAM. S/N MZ "C" LT. 01 CP. BOZA - AUCALLAMA	
SHAW SANDOVAL CARLOS RICHARD	10407137120	VENTA DE AGROQUIMICOS "AGROPERU PERUANOS COMO TU"	CAM. S/N MZ "D" LT. 11 CP. MONTE GRANDE - AUCALLAMA	
CABALLERO CAQUI LAURA ALICIA	10453268204	BODEGA	AV. EL ROSARIO MZ "A" LT. 34-B AAHH. SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
FLORES DOLORES REDINA	10411396326	RESTAURANT "SABOR PERUANO"	PAN. NORTE KM 76 CHACRA Y MAR - AUCALLAMA	
INVERSIONES BERMEN S.A.C.	20604693447	FABRICACION DE PLAQUETAS Y POSTES DE CONCRETO	SAN GRACIANO ALTO SECTOR 4 - MIRAFLORES.	
INVERPRO INMOVILIARIA Y CONSTRUCTORA S.A.C.	20607867446	OFICINA ADMINISTRATIVA	CARRETERA HUARAL - LIMA KM 2.5 - AUCALLAMA	
DICHAGA S.A.C.	20603833300	RECOLECCION Y TRANSPORTE DE RESIDUOS SOLIDOS	SECTOR BOZA ALTO KM. 8 CARRETERA HUARAL - LIMA - AUCALLAMA	
GARAY RIVERA FLAVIO FLOIRAN	10323041917	VENTA DE ALIMENTOS BALANCEADO	AV. MIGUEL GRAU MZ "A" LT. 6 - AVV. LOS GRAMADALES - AUCALLAMA	
AGROHUARAL M & M S.A.C.	20408060321	VENTA DE AGROQUIMICOS	OVALO BOZA KM 9 - CRUCE DE AUCALLAMA	

SANTIAGO GERONIMO MARIA ELITH	10758018691	BODEGA	AV. SAN JOSE S/N CRUCE CON CP. MIRAFLORES - AUCALLAMA	x # 132-4359
SUAREZ SALAZAR HEMER JAIME	10459954851	FERRETERIA "HEMPRO"	CP. BOZA CARRETERA HUARAL - LIMA KM. 2 - OVALO BOZA - AUCALLAMA	
VICOS ROSARIO LEYLA ALEJANDRA	10772812677	BODEGA "COMERCIAL LEY"	AAHH. SAN JUAN DE DIOS AV. EL ROSARIO MZ "H" LT. 03 - AUCALLAMA	
MEJIAS HECTOR DANIEL	15605433828	BODEGA	AV. LAS CASUARINAS MZ "E1" LT. 5 CP. SAN GRACIANO	
VELEZ DE VILLA SILVIA NOEMI	15953392	BODEGA	CA. SAN ISIDRO S/N PALPA - AUCALLAMA	
TORRES TALAVERA MARILUZ	10157540471	RESTAURAN "AQUÍ ES"	AV. FLORAL N°310 - AUCALLAMA	
PAUCAR VEGA MAYUME EGERALDYN	10705680600	RESTAURANT "BAYRON & LUCIANA"	CA. LAS DALIAS MZ "H" LT. 14 -CP- SAN GRACIANO - AUCALLAMA	
FE DIBESI SAC	20608227513	VENTA DE AGROQUIMICOS Y FERTILIZANTES	AV. SAN JOSE S/N - AUCALLAMA	
CALIXTO PIO ANGEL CLAUDIO	10429520202	FERRETERIA "SEÑOR DE ISHANCA"	AAVV. LOS GRAMADALES MZ "C" LT. 04 - AUCALLAMA	
VENTURO RAMIREZ YULI GISELA	10772799786	BODEGA "YULI"	MZ "D" LT. 1 - UC. 10444/CARRETERA HUARAL - LIMA / CARROZABLE EL ALTO - AUCALLAMA	

COINTECA SAC.	20601392080	VENTA DE AGROQUIMICOS Y FERTILIZANTES "COINTECA"	ASOCIACIÓN LAS FLORES S/N SECTOR BOZA - AUCALLAMA	
JARA BAJONERO MANUEL JESÚS	15953449	RESTAURANTE CAMPESTRE EL PALACIO DEL SABOR	CARRETERA HUARAL-VARIANTE PASAMAYO-AUCALLAMA	
JHON MARCO ARIAS CORPUS	10737396121	FERRETERIA "EL HUARAZINO"	MZ P LT 12- AVENIDA SAN JOSÉ - AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
RUTH VIRGINIA LLIUYA COCHACHIN	10704830063	FERRETERÍA "MACHI"	AV. SAN ISIDRO MZ J LT 15 - AA.HH: SAN JUAN DE DIOS- AUCALLAMA	
JORGE CHERO CAJUSOL	10160158757	FUNDO Y VIVERO SANTA MARIA	AVENIDA SAN JOSÉ MZ P LT 12- AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
RAFAEL FIDENCIO CORPUS CORAL	10456529149	BODEGA "MAGALY"	C.P. SANTA ISABEL MZ. E LT. 03	
RONALD MARTIN CUADROS BARRERA	10159750286	CENTRO TURÍSTICO LAGUNA SANTA ROSA DE AUCALLAMA	AV.FERROCARRIL S/N SAN GRACIANO ALTO, AUCALLAMA.	
OLINDA CORDERO PAREDES	EN TRÁMITE	"BODEGA OLINDA"	MZ K LT 13- AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
SARELY KEYLA RONDÁN ZORRILLA	EN TRÁMITE	"BODEGA SABTISTEBAN"	CALLE SANTA ELENA MZ E LT 17- AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	

ROSA SANTISTEBAN CHERO	EN TRÁMITE	"BODEGA ROSITA"	CALLE SANTA ELENA MZ E LT 14- AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
LYLY SIFUENTES ORTEGA	10727231248	ACADEMIA DE TAEKWONDO	CALLE CRUZ DE MOTUPE- MZ J LT 23 - AA.HH SAN JUAN DE DIOS - AUCALLAMA	
MARIO JUAN CARGAS TAMARA	20604368384	DISTRIBUIDORA JUSTI SAC	AV SAN ISIDRO MZ K LOTE 18	



## Anexo 6. Base de datos

### Base de datos de la cultura de innovación

N°	CULTURA DE INNOVACIÓN																										
	VAR0001	VAR0002	VAR0003	VAR0004	VAR0005	VAR0006	VAR0007	VAR0008	VAR0009	VAR0010	VAR0011	VAR0012	VAR0013	VAR0014	VAR0015	VAR0016	VAR0017	VAR0018	VAR0019	VAR0020	VAR0021	VAR0022	VAR0023	VAR0024	VAR0025	VAR0026	VAR0027
1	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5
2	5	5	4	3	5	3	5	1	5	5	5	3	5	2	4	5	3	5	5	5	4	4	5	2	3	5	2
3	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3	2	2	5	5	3	4	4	5	5	5	4	2	5	5
4	4	5	4	5	5	5	2	3	3	4	5	4	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	3	4	5	3	
5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
6	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2
7	5	4	2	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	2	
8	5	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3
9	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3
10	3	2	5	2	3	2	2	2	2	4	5	5	5	1	3	4	1	1	1	1	2	5	5	1	2	2	3
11	2	2	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	1	4	5	2	5	5	5	4	3	4	2	5	3	3
12	5	4	4	5	4	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	2	
13	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3
14	5	5	2	2	2	5	5	3	5	4	4	5	4	1	2	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2	5	3
15	3	5	4	3	5	5	3	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3
16	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	4
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
18	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	2	5	4	5	5	4	2	4	2
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	2	5	5	3	5	5	5	4	4	5	2	3	5	4
21	5	5	4	5	3	3	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	2
22	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
24	4	5	3	3	2	5	3	3	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	1	3	5	2
25	4	4	5	3	4	4	1	4	3	3	2	5	4	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	1	5	5	5
26	3	5	3	2	3	2	5	1	2	4	3	4	4	1	3	5	4	5	5	5	5	2	5	4	5	4	3
27	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2
28	4	5	5	3	2	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	3	3	3	4	2
29	2	5	1	5	4	1	1	1	5	2	1	5	3	1	5	5	5	5	3	5	3	2	4	4	5	1	1
30	5	5	3	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
31	4	5	5	4	5	5	4	1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3
32	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	2
33	2	5	3	3	3	4	1	1	1	4	5	5	3	5	4	4	4	4	1	5	4	4	4	2	3	5	5
34	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	2	4	3	2	4	5	3
35	5	4	2	4	4	4	4	3	3	5	2	4	3	5	4	3	2	5	2	2	4	4	1	3	1	1	2
36	3	4	4	5	4	4	2	3	3	5	5	5	5	2	4	5	4	3	4	5	5	4	3	3	5	5	5
37	4	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
38	4	3	5	3	3	5	5	5	4	3	4	3	3	2	5	2	2	3	3	5	3	3	5	3	2	2	2
39	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5

40	3	3	4	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	2
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
43	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	2
44	2	4	3	2	1	3	1	2	3	5	5	5	2	1	3	5	4	5	1	2	2	5	4	1	4	5	1
45	3	2	5	5	3	2	5	5	4	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3
46	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
47	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	3	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
49	5	3	3	3	4	4	3	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	3	4
50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	1	4	2	1	5	4	2	3	1	5	1	4	3	3	2	5	2	4	2	2	2	3	2	1	4	5	4
52	2	1	2	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	1	4	5	3	3	3	2	1	2	5
53	1	1	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	2	2	3	4	4	2	2	4
54	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	4	5	5	5	4	3	2	4	5	5	5	5	3
55	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	1	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
56	5	5	5	2	5	5	4	2	4	5	5	5	2	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	2
57	5	5	5	4	5	3	3	2	2	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	5	2	5	5	5	3	5	3
58	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	2
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	2	5	3
61	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	5
62	5	4	3	5	5	5	2	3	5	4	1	3	3	3	5	2	5	4	2	5	2	3	5	3	3	4	2
63	3	5	5	3	4	4	4	2	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4
64	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
65	3	4	5	4	5	5	4	2	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	2	4	5	5	5	3
66	2	4	3	5	4	2	3	1	3	1	4	3	3	2	1	3	4	4	4	2	2	1	4	1	5	2	3
67	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
68	3	4	4	2	4	5	4	2	5	4	5	5	4	2	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3
69	4	4	4	2	3	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3
70	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4
72	5	4	5	3	2	2	2	3	3	5	1	5	5	2	5	3	2	5	5	5	5	4	3	4	5	5	2
73	3	4	4	4	3	5	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1
74	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3
75	5	4	5	5	5	4	5	2	4	5	4	4	4	2	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4
76	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	3

## Base de datos de la creatividad empresarial

CRATIVIDAD EMPRESARIAL																						
V001	V002	V003	V004	V005	V006	V007	V008	V009	V010	V011	V012	V013	V014	V015	V016	V017	V018	V019	V020	V021	V022	V023
5	5	5	5	3	5	3	5	2	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	3	5	4	4	5	3	5	1	3	2	3	5	3	3	4	2	3	5	5	5	3	2
4	4	5	5	4	4	2	4	1	3	4	5	4	4	2	4	4	5	4	5	5	1	3
4	4	5	5	2	4	2	4	1	2	4	5	3	4	3	1	4	5	5	5	4	2	4
5	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4
4	5	5	4	4	4	1	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4
5	4	2	5	5	5	5	3	3	5	2	2	5	5	3	3	4	5	4	5	5	1	4
5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	3	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5
4	4	5	5	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	1	4
2	3	5	4	3	5	2	5	1	1	4	2	2	2	4	3	2	2	2	4	4	5	5
5	4	5	5	5	2	4	4	1	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5
4	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5
3	5	5	5	5	5	3	5	2	3	3	3	5	4	3	5	4	4	3	5	4	1	5
1	2	5	4	3	5	2	4	1	5	3	5	3	5	2	2	5	3	2	5	4	3	3
4	5	5	5	5	5	3	5	1	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	2	2
5	5	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	2	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	1	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
3	4	5	5	3	4	2	4	1	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4
5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	5
5	3	5	5	3	5	3	4	1	5	4	5	5	5	4	5	3	5	3	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	1	4	2	2	3	2	1	4	3	1	4	4	4	4	4	1	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	3	3	5	3	3	1	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	1	5
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
1	2	2	3	5	1	2	4	1	3	3	5	2	5	4	3	2	3	2	5	2	1	1
5	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	3
3	4	5	5	3	5	3	5	1	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	2	3
5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	1	5
2	3	5	5	5	5	5	5	3	2	3	4	5	4	3	2	2	3	2	3	5	3	2
3	4	4	4	3	3	4	5	5	3	2	4	3	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3
5	5	5	5	4	4	3	3	1	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	1	2	3
3	5	5	5	5	5	3	5	2	4	2	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	4

2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	4	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	5	5	3	3	5	4	3	2	3	3	5
3	3	5	3	5	5	4	3	3	3	2	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	4	3	2	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4
2	4	4	5	4	4	1	4	1	5	5	5	3	4	5	3	5	3	2	3	5	4	3
3	3	5	5	4	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	2	1	3
5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	2
3	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	2	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5
2	2	1	2	1	4	4	4	5	4	3	4	3	3	1	3	2	3	4	3	4	2	5
2	5	5	5	3	3	2	5	3	1	4	3	5	5	3	1	1	5	5	5	1	4	3
4	3	2	3	4	2	4	3	1	3	3	4	2	4	2	2	3	4	5	5	1	5	3
4	3	5	4	5	5	3	4	4	1	5	5	5	4	3	4	3	4	3	5	3	1	2
4	4	5	4	3	4	2	2	3	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	2	4
3	3	5	3	3	5	3	4	1	2	3	5	5	2	4	3	2	3	2	5	2	1	4
5	3	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	3	4	2	5	4	5	4	4	2	5
4	4	5	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	1	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	2	2	3	5	1	5	3	3	4	3	5	3	3	4	4	5	4	5	4
1	3	3	4	5	5	3	4	5	2	3	5	2	3	5	5	3	4	5	4	5	3	5
4	5	3	3	5	4	2	5	2	5	4	3	5	4	5	3	4	2	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	1	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
1	2	4	5	5	4	3	3	1	4	5	4	3	2	5	5	2	2	1	3	1	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
4	4	3	5	2	4	3	5	1	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	1	3
3	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	5	5	4	5
3	4	4	5	4	5	4	5	1	3	2	5	5	5	4	3	3	4	5	5	3	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
3	5	5	3	3	5	3	5	1	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	3	5
4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3

### Anexo 7: Plan de acción

Plan de cultura de innovación						
Acción	Qué	Cómo	Con qué	Cuando	Quién	Cuanto
Acción 1: Cultura de innovación y creatividad empresarial	Los emprendedores deben recibir capacitaciones para que los ayude a ser líderes y puedan gestionar bien sus negocios. Además, deben promover la cultura organizacional para que puedan logren tener la capacidad innovadora que la organización necesita.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir capacitaciones que los ayude a cómo obtener una mentalidad emprendedora.</li> <li>- Estimular la innovación desarrollando y comercializando productos innovadores con la ayuda de agentes de conocimiento para beneficio del negocio.</li> <li>- Promover la cultura organizacional.</li> <li>- Crear un sitio web, mediante el cual puedan ofrecer sus servicios o productos.</li> </ul>	Expertos capacitadores. Colaboradores	Enero a febrero 2023	Emprendedores Administradores	s/ 600.00 para pagar a los capacitadores
Acción 2: Trabajo en equipo	Los emprendedores deben fomentar la empatía para que puedan entender las necesidades de los demás y crear vínculos ya sea entre trabajadores y con los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar como tarea a los colaboradores, resolver problemas en equipo con el uso de herramientas tecnológicas.</li> <li>- Fomentar la empatía realizando actividades donde los trabajadores se socialicen: Preguntándose unos a otros ¿Cómo estás? ¿Qué tal te ha ido estas últimas semanas?, etc.</li> </ul>	Líderes Herramientas tecnológicas	Marzo a mayo 2023	Emprendedores Administradores	S/ 200.00 para la contratación de servicios

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escuchar y permitir la cooperación de los colaboradores</li> <li>- Establecer reuniones periódicas donde investigues acerca de las labores que están realizando cada uno de tus trabajadores</li> </ul>				
Acción 3: Emprendimiento	Los emprendedores deben involucrarse en todas las actividades y asumir responsabilidades ya sea con sus colaboradores, clientes y proveedores. Adquiriendo productos innovadores para ofrecerlas a sus clientes y pueda satisfacer sus necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un estudio técnico del mercado para tener conocimiento de los productos que venderás y sabrás que van acorde a las necesidades del mercado, para adquirir productos innovadores y novedosos para tus clientes.</li> <li>- Comprar productos innovadores.</li> <li>- Realizar una correcta gestión de riesgos, es decir el emprendedor al ofrecer un producto innovador y nuevo en el mercado.</li> </ul>	Ingeniero Administradores	Junio a agosto 2023	Emprendedores Administradores Jefe de compra y venta	s/12.000 para comprar productos innovadores y para el estudio técnico
Acción 4: Profesionalismo	Los emprendedores deben comprometerse con el desarrollo social y cultural de la organización y preocuparse por la	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construir una cultura de trabajo en equipo.</li> <li>- Recibir capacitaciones de profesionales expertos para que les enseñe las</li> </ul>	Colaboradores - Expertos	Setiembre a Octubre	Emprendedores	s/600.00 para implement

	<p>formación personal de sus colaboradores para demostrar ética, compromiso y responsabilidad hacia sus clientes y captar nuevos clientes.</p>	<p>actividades que se debe realizar como emprendedor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer reglas éticas ya sea en la vestimenta, tiempo y esfuerzo en la cada una de sus actividades y brindar reconocimiento como sorteos, día libre o aumento de sueldo por sus logros obtenidos</li> </ul>	capacitadores		Administradores	os de servicios
<p>Acción 5: Comunicación</p>	<p>Los emprendedores deben preocuparse por fomentar la comunicación en la organización ya que es un factor fundamental que ayuda a informar acerca de las novedades y diferenciación de productos que ofrece un negocio de otro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar canales efectivos de comunicación con los clientes.</li> <li>- Contratar a una persona capacitada para responder a los mensajes de compra en las redes.</li> <li>- Crear un buzón de sugerencias.</li> <li>- Recibir capacitaciones tecnológicas constantes.</li> </ul>	<p>Colaboradores Herramientas tecnológicas Capacitadores expertos.</p>	<p>Noviembre a Diciembre</p>	<p>Emprendedores Administradores</p>	<p>s/1500.00 para persona que se encargue de las redes sociales</p>