

Rasgos de personalidad y creatividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de
juventudes de la Alcaldía Municipal de San Onofre – Sucre

Acosta Correa Nora Luz

Galindo Maestre Víctor Hugo

Universidad popular del Cesar

Facultad de derecho ciencias políticas y sociales

Programa de psicología

Valledupar

2022

Rasgos de personalidad y creatividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de
juventudes de la Alcaldía Municipal de San Onofre – Sucre

Acosta Correa Nora Luz

Galindo Maestre Víctor Hugo

Trabajo presentado como requisito para optar al grado de Psicólogo

Asesores

Barrios De Luque Nohemí
Docente

Riviera Zuleta Carlos Arturo
Docente

Universidad popular del cesar
Facultad de derecho ciencias políticas y sociales
Programa de psicología
Valledupar

2022

Dedicatoria

A las personas más allegadas que contribuyeron de forma significativa en la culminación de esta etapa mi vida, a mi familia madre, padre, hermana y tías que estuvieron a mi lado apoyándome e impulsando mi proyecto; a mi compañera de tesis con la que trabajé codo a codo durante toda la carrera y por supuesto en la tesis, por último, es importante para mí resaltar el trabajo y apoyo de mis profesores que guiaron en todo mi proceso investigativo.

- **Víctor Hugo Galindo Maestre**

A mi papá Deiver Acosta y a mis mamás Soraida Correa y Luz Enith Acosta porque sin su ayuda hubiese logrado esto, ellos son los pilares fundamentales en mi vida y me han ayudado a formar la persona que soy, a mi rey Obeth de Jesús por que él me motiva a seguir superándome, a mi familia en general que me ha apoyado durante todo mi camino, a mi compañero de proyecto porque es el mejor coequipo que pude tener y por último y no menos importante a todas las personas que me motivan, me apoyan y se alegran de todos mis triunfos.

- **Nora Acosta Correa**

Agradecimientos

A la universidad popular del cesar por abrimos las puertas y brindarnos la oportunidad de formarnos. A nuestros profesores que nos apoyaron y nos guiaron durante todo nuestro procesode formación.

A nuestras familias que siempre nos han apoyado para cumplir nuestros sueños. A nuestroscompañeros y amigos que siempre nos han ayudado.

A la alcaldía municipal de San Onofre por abrimos las puertas y permitirnos desarrollar nuestro ~~tr~~ de grado con su entidad.

A las personas que hicieron parte de la investigación, ustedes fueron parte fundamental para ~~chir~~ nuestro proceso.

A todas las personas que conocimos durante toda nuestra vida y que nos han hecho ser laspersonas que somos hoy en día.

Tabla de contenido

Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
CAPITULO I EL PROBLEMA	15
Planteamiento del problema	15
Pregunta de investigación	19
Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos	19
Justificación	19
Delimitación	21
Capítulo II Marco teórico referencial	22
Antecedentes de la investigación	22
Investigaciones internacionales	22
Investigaciones nacionales	27
Investigaciones Regionales	30
Bases teóricas	32

Personalidad según la teoría de Allport	33
Personalidad según la teoría de Costa y McCrae	34
Teoría central de la personalidad	35
Teoría de personalidad según Freud	37
Postura teórica de creatividad	38
Creatividad según Guilford	39
Creatividad según Kirchner	39
Creatividad según Bono	39
Teoría central de la creatividad	40
Postura teórica de emprendimiento	41
Bases legales	41
Capítulo III Marco metodológico	43
Enfoque de investigación	43
Tipo y Diseño de la Investigación	43
Población, muestra y muestreo	44
Población	44
Muestra	44
Muestreo	45
Técnica e Instrumentos de recolección de datos	46
Inventario de personalidad para vendedores (IPV)	46

Prueba de imaginación creativa para adultos (PIC-A)	47
Técnica de análisis de datos	47
Consideraciones éticas	48
Operacionalización de las variables	48
CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	50
Análisis de los resultados	50
Caracterización Sociodemográfica	50
Rasgos De Personalidad De Los Emprendedores	52
Creatividad de los emprendedores	56
Correlación Entre Los Rasgos De Personalidad Y Creatividad De Los Emprendedores	58
Primera Hipótesis.	58
Segunda Hipótesis.	59
Discusión de resultados	63
Conclusiones	65
Recomendaciones	68
Referencias	70
ANEXOS	77

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Dimensiones y facetas propuestas por el modelo de cinco factores de Costa y Mccrae.</i>	35
Tabla 2. <i>Operacionalización de la variable rasgos de personalidad.</i>	48
Tabla 3. <i>Operacionalización de variables de creatividad</i>	49
Tabla 4. <i>Demostración de hipótesis instrumento IPV</i>	59
Tabla 5. <i>Correlaciones instrumento IPV</i>	60
Tabla 6. <i>Demostración de hipótesis instrumento PIC-A</i>	61
Tabla 7. <i>Correlaciones instrumento PIC-A.</i>	62

Índice de figuras

Figura 1. <i>Sexo de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	50
Figura 2. <i>Población por edad</i>	51
Figura 3. <i>Población por estrato socioeconómico</i>	52
Figura 4. <i>Disposición general para las ventas de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	53
Figura 5. <i>Agresividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	54
Figura 6. <i>Receptividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	55
Figura 7. <i>Creatividad grafica de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	56
Figura 8. <i>Creatividad narrativa de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	57
Figura 9. <i>Creatividad general de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre</i>	58

Lista de anexos

<i>Anexo 1. Consentimiento informado</i>	77
<i>Anexo 2. Consentimiento informado IPV</i>	79
<i>Anexo 3. Formulario datos generales</i>	80
<i>Anexo 4. Instrumento PIC-A</i>	81
<i>Anexo 5. Instrumento IPV</i>	88

Resumen

Este proyecto investigación está enfocado en trabajar sobre el campo de la psicología organizacional, busca Determinar los rasgos de personalidad y creatividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre para medir estas varias de le aplicaron a 40 personas los instrumentos de medición: Inventario de personalidad para vendedores – IPV y Prueba de imaginación creativa para adultos - PIC-A entre los resultados más relevantes se encuentra, que en la aplicación del IPV existe una correlación positiva entre las dimensiones de disposición general para las ventas, receptividad y agresividad, en términos generales determina que cuando esta presenta alguna de estas dimensiones las otras dos dimensiones tienen la tendencia de seguir las mismas variaciones; en cuanto a la creatividad en promedio toda la población está en una puntuación media en cuenta a creatividad narrativa, gráfica y general no encontrándose gran variación entre las 3.

Palabras clave: Personalidad, creatividad y emprendimiento

Abstract

This research project is focused on working on the field of organizational psychology, it seeks to determine the personality traits and creativity of the entrepreneurs attached to the youth coordination of the municipal mayor of San Onofre - Sucre to measure these various of applied to 40 measuring instruments: Personality Inventory for Sellers - IPV and Creative Imagination Test for Adults - PIC-A among the most relevant results is that in the application of IPV there is a positive correlation between the dimensions of general disposition for the sales, receptivity and aggressiveness, in general terms it determines that when it presents any of these dimensions, the other two dimensions tend to follow the same variations; Regarding creativity, on average, the entire population has an average score for narrative, graphic and general creativity, not finding great variation between the 3

Keywords: Personality, creativity and entrepreneurs

Introducción

La iniciativa y acción emprendedora en el contexto colombiano, representa un amplio margen de oportunidades de crecimiento y progreso económico, no obstante, el apoyo a dicho sector se ve insuficiente al momento de cubrir todas sus necesidades, una de las principales claramente es el apoyo económico, el cual es indispensable en cualquier tipo de emprendimiento, pero existen otros aspectos a tener en cuenta a parte del monetario. Como psicólogos e investigadores visualiza potencial académico en estudiar la personalidad y habilidades creativas en relación al emprendimiento.

En este punto, cabe precisar que existe de acuerdo Kappel (2022) una preocupación sobre aspectos propios de la personalidad, rasgos, que pueden determinar o no, el éxito de un negocio, un emprendedor busca precisamente que su idea tenga éxito, por lo que debe contar con unas características personales que favorezcan y faciliten este proceso. Aunado al interés de este estudio, se suman aspectos como las crecientes cifras de desempleo en el país, según el DANE, que ponen en manifiesto la necesidad de fortalecer los emprendimientos como estrategia de crecimiento económico.

Teniendo en cuenta esta información, el objetivo de esta investigación se fundamenta en Determinar la relación entre los rasgos de personalidad y creatividad de los de Los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre, considerando que la importancia del proyecto radica en que permite desarrollar conocimientos científicos útiles y prácticos para la comprensión de las características psicológicas presentes en los emprendedores, estimula igualmente el autoconocimiento de las cualidades intrínsecas de los individuos y su relación con el emprendimiento. Dada esta visión del emprendimiento, nos permite a los psicólogos contribuir de una manera activa en el emprendimiento nacional.

En sentido a lo anterior, cabe mencionar que los objetivos específicos son caracterizar socio demográficamente a la población, así mismo, identificar los rasgos de personalidad en función con la disposición general para las ventas, agresividad y receptividad y establecer el nivel de creatividad narrativa, gráfica y general. Tomando en consideración el contexto de pandemia por covid-19, bajo el cual se desarrolla el proyecto, el alcance se limita a trabajar con una muestra parcial de la población total de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre. En el mismo sentido, la mitad de todo el proceso que concierne a la recolección de información, se desarrolla bajo la modalidad virtual.

Es importante mencionar que en los siguientes apartados de este proyecto es posible observar a mayor profundidad las manifestaciones del problema que conllevaron al interés de desarrollar este estudio, así como sus objetivos y fundamentación o justificación, relacionándose también aspectos como antecedentes o estudios previos que permiten ampliar el panorama del tema, las bases teóricas para conocer más al respecto de los rasgos de personalidad y creatividad, se presenta también el abordaje metodológico empleado que da cuenta de los distintos métodos, técnicas e instrumentos empleados, así como también se exponen los resultados del estudio, presentándose además una discusión teórica y empírica de los hallazgos, que permitan entablar correcciones pertinentes.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La personalidad ha sido y continúa siendo una variable importante de estudio para la psicología, La personalidad según Sinisterra (2009), es comprendida como un conjunto de patrones propios de cada individuo que determinan la forma de relacionarse con otros, el entorno y con sí mismo, es fundamental para el afrontamiento de problemáticas y se ha considerado actualmente que según el tipo de personalidad, se puede establecer la forma de actuar de un individuo ante determinadas circunstancias, en relación a esto, considerar esta variable con respecto a la creatividad es importante en el éxito de emprendedores. La creatividad es la capacidad de creación de nuevas ideas, dichas ideas tienen un fin o responden a una necesidad.

Rincón (2022) establece que el 60% de emprendedores, deben ser creativos, para que su trabajo les pueda generar un ingreso para subsistir, dado que, la carencia de esta habilidad, puede generar ingresos deficientes para sobrevivir. Según el estudio de este autor, el 90% de emprendedores suele tener un título universitario, sin embargo, deben contar con características de creatividad para favorecer su conocimiento y planeación de negocios, mencionando algunas características de la personalidad que favorezcan la administración del dinero, planeación estratégica y gestión de procesos.

Ahora, relacionando el tema de rasgos de personalidad con la creatividad, Cabrera (2022), lo denomina como personalidad creativa, que se fundamenta en la capacidad de unir los conocimientos existentes de manera innovadora para que se puedan llegar a nuevas conclusiones y establecer soluciones e ideas, sin embargo, precisa que un problema de este concepto, es que se considera como incompleto, existen pocos estudios que vislumbran

algunas características y rasgos de las personas creativas, que son determinantes al momento de implementar una idea de negocio.

El abordar el tema de rasgos de personalidad y creatividad, para potenciar los emprendimientos, es significativo si se considera algunas cifras reflejadas por el desempleo en Colombia que, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE – 2020) “se encuentra que el desempleo estuvo en aumento desde el 2018 donde registró un 11.8 aumentando levemente a comparación del 2017 que puntuó con 11.7, posteriormente en el 2019 registro un 12.8, en enero del 2020 se registró un 13.0 en el índice de desempleo el mayor desde el 2011”. Finalmente, para junio del 2021, fue de 14,4 %, Con relación a mayo del 2021 y a junio del 2020 el indicador mejoró en 1,2 y en 5,4 puntos porcentuales, respectivamente (15,6 % y 19,8 %), pero está todavía muy lejos del desempleo del 9,4 % registrado en el sexto mes del 2019. (Portafolio, 2021).

Los rasgos de personalidad son determinantes en el factor de éxito de los emprendedores, además, el emprendimiento es sustancial para disminuir problemas como el desempleo en un país, que deriva de la poca oportunidad laboral y que precisamente, la implementación de nuevos negocios proporciona nuevas vacantes para disminuir ese problema, sin embargo, de acuerdo con Kappel (2021), existen rasgos de personalidad que pueden arruinar un negocio, o potenciarlo, indicando que aspectos como la procrastinación, micro gestión, acaparamiento de conocimientos o sostener una posición de rectitud extrema afecta los negocios.

Para el caso de las regiones según el DANE, durante el primer semestre de este año, en relación con los primeros seis meses del año pasado, mejoraron las tasas de desempleo en las regiones, no obstante, el Caribe fue el que tuvo la ~~menor~~ reducción en su tasa de desempleo, de apenas 0,1%, al pasar de 12,4% en el periodo enero-junio de 2020 a 12,3% para el primer

semestre de este año. Sin embargo, en términos reales, los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Sucre, Magdalena y La Guajira pasaron a tener más personas desempleadas, pues la cifra ascendió de 583.000 a 603.000 desempleados, 20.000 habitantes más. (Becerra 2021).

Las estadísticas de desempleo representan un problema para la economía, así lo indico en una entrevista Tomás Valbuena, economista de la Universidad del Rosario y citada por Morales (2019) el cual explica que “El desempleo afecta la economía cuando ésta crece; si se aumenta el producto y hay más ingresos que generan un mayor consumo para un efecto de segunda vuelta, donde se incrementa el producto para mantener el constante crecimiento de producción es necesario tener mayor tasa de empleabilidad” esto es especialmente problemático teniendo en cuenta que las actividades financieras internas son fundamentales para el PIB nacional.

El desempleo en aumento le está apostando firmemente a impulsar a nuevos emprendedores mediante el modelo de la economía creativa como se conoce comúnmente en Colombia economía naranja. Este modelo se enfoca en la creatividad, en palabras del Department of Communications and the Arts (Australia) (1994) citado por Garay (2018). “El nivel de nuestra creatividad determina sustancialmente nuestra capacidad readaptarnos a los nuevos imperativos económicos; Es una exportación valiosa en sí misma y un acompañamiento esencial para la exportación de otros productos básicos”.

En Colombia, a pesar de la pandemia del covid-19, los emprendedores no paran, y desde el Gobierno la idea es impulsar más apoyos para quienes crean empresa con el fin de que los nuevos negocios sigan creciendo, según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las 57 Cámaras de Comercio del país, entre enero y marzo de 2021 se crearon en el país 96.431 empresas, 9,3% más que en el mismo periodo de 2020,

cuando la cifra fue de 88.248 unidades productivas.

De acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, Confecámara pudo evidenciar que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,38%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes (0,02%), GEM Colombia analizó las principales motivaciones de los emprendedores para iniciar una empresa, y con 90,1% estuvo el deseo de “ganarse la vida”. A esta respuesta, le sigue un 52,5% que quiere construir un gran patrimonio; 44,4% que quiere hacer la diferencia con su negocio, y 31,7% que aseguró que quiere continuar una tradición familiar.

Asumiendo la problemática planteada y que según el Espectador (2018) tanto las universidades, como el gobierno y el sector empresarial son los pilares que incitan el emprendimiento en Colombia. Es de gran importancia potenciar, de la manera más eficaz la creación de nuevos emprendimientos y apoyar los ya existentes; lo cual es posible si se logra una colaboración coordinada entre el gobierno y la academia.

Teniendo en cuenta lo expresado hasta el momento, evidencia la importancia de considerar elementos que pueden ser determinantes en el éxito de un emprendimiento como lo es los rasgos de personalidad y el componente creativo. Es evidente que la situación de desempleo cada día va en aumento, y es importante que se generen nuevos emprendimientos que proporcionen oportunidad laboral, por lo que, hasta este punto, es claro que existe un problema de especial atención, que requiere del estudio de elementos que integran la manifestación de este malestar.

Pregunta de investigación

Con base en lo anterior se planteó la siguiente pregunta ¿Cuál es la relación existente entre los rasgos de personalidad y la creatividad de los de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre?

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre los rasgos de personalidad y creatividad de los de Los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre

Objetivos específicos

Caracterizar socio demográficamente a los emprendedores según la edad, sexo y estrato económico.

Identificar los rasgos de personalidad relacionados con la disposición general para las ventas, la agresividad y la receptividad en los emprendedores.

Establecer el nivel de creatividad narrativa, gráfica y general de los Emprendedores Adscritos a la Coordinación de Juventudes de la Alcaldía Municipal de San Onofre – Sucre.

Valorar la relación existente entre las dimensiones de los rasgos de personalidad para vendedores y las dimensiones de la creatividad.

Justificación

El desarrollo de un proyecto de emprendimiento no es fácil y mucho menos lograr que este se consolide, en todo este proceso intervienen un conjunto único de variables y condiciones que permiten en mayor o en menor medida alcanzar el éxito. Desde la postura como psicólogos en formación resulta importante estudiar los rasgos de personalidad y la creatividad que están presentes en las personas que deciden arriesgarse a llevar a cabo su idea

de emprendimiento, ya que la personalidad determina gran parte del comportamiento y la creatividad tiene un papel fundamental en todo el proceso de ejecutar una idea de negocio.

Las implicaciones prácticas a las que se puede llegar con este proyecto de investigación es, potenciar en la Coordinación de Juventudes de la alcaldía Municipal de San Onofre – Sucre la creación de emprendimiento, ya que al identificar los rasgos de personalidad más comunes en la población de emprendedores y así mismo la habilidad creativa de estos, se podrían crear perfiles psicológicos que permitan visualizar con mayor facilidad quién tiene mayor potencial para emprender, así la alcaldía municipal puede brindar herramientas, capacitaciones y formaciones de forma efectiva para que la población puedan desarrollar e implementar sus propuestas emprendedoras.

El aporte metodológico de esta investigación se asocia con el establecimiento de bases de indagación sobre este tema, fomentando y sirviendo como referencia, estudios futuros que ahonden con mayor rigor y organización en la correlación entre la creatividad y los rasgos de personalidad de los emprendedores. En lo que respecta al campo de investigación, el estudio posee una importancia notable, dado que la el perfil y creatividad en líderes de las organizaciones es uno de los principales factores que tienen la posibilidad de darle a las empresas el aumento de su productividad.

Por otro lado este trabajo sirve como punto de partida para generar proyectos de investigación de mayor alcance que permita no solo abordar una población diferente o más grande, si no que se pueda explorar otras variables psicológicas que de igual forman intervienen en el proceso de emprendimiento, con el propósito generar nuevos conocimientos que permitan en un futuro generar perfiles psicológicos más completos de emprendedores, y a estos autoevaluarse sobre cómo estas utilizando sus aptitudes y fortalezas para potencializar sus emprendimientos.

Su aporte teórico se fundamenta en la contratación de otras conceptualizaciones existentes, permite conocer la veracidad las postulaciones teóricas formuladas, las teorías que se plantearan serán aceptadas dado que son expuestas por autores con grandes fundamentos y conocimientos profundos sobre el tema, en cuanto a la práctica, favorece que profesionales pertinentes, se diseñen estrategias para fortalecer la creatividad y favorecer algunos rasgos de personalidad que determinan el éxito de un emprendedor.

Delimitación

En cuanto a la delimitación de este trabajo, se enmarca en un lapso desde agosto de 2021 hasta diciembre de 2022, desarrollándose en emprendedores de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre. Se direcciona desde la línea de investigación de la psicología y las organizaciones, la psicología organizacional se ocupa de los temas de liderazgo, satisfacción laboral, motivación del empleado, comunicación, manejo del conflicto, cambio organizacional y procesos de grupo al interior de una organización. Para ello hacen uso de encuestas de actitudes de los empleados o instrumentos que permitan valorar la motivación laboral, incluyendo aspectos como los emprendimientos, por esto, teniendo en cuenta que este estudio se encuentra direccionado al tema de rasgos de personalidad y creatividad, pero abordado en población emprendedora, desde una perspectiva de los negocios, es pertinente estudiarlo desde la psicología organizacional.

Capítulo II

Marco teórico referencial

Antecedentes de la investigación

La personalidad es un constructo psicológico que devela características propias del pensamiento y comportamiento de una persona, es por esto que puede ser un factor determinante en un rasgo creativo o no, que favorezca las habilidades para ser un emprendedor, considerando esto, antes de abordar los distintos fundamentos teóricos sobre el tema, es pertinente para el desarrollo de toda investigación, conocer cuáles fueron las líneas de investigación por las cuales han avanzado las variables de estudio, por ello se hace necesario presentar los antecedentes científicos más relevantes para la investigación, en este sentido se plantean antecedentes variados provenientes de fuentes internacionales, nacionales y locales.

Investigaciones internacionales

En el contexto internacional, se encontró el estudio de Carrillo, et al., (2019) en Tamaulipas, México sobre formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales; con el objetivo de conocer las percepciones y prácticas empresariales enfocadas en el estímulo de la creatividad y la innovación. Para ello se tomó una muestra de los participantes de cincuenta y cinco jóvenes emprendedores de Ciudad Victoria, Tamaulipas, México. Al grupo de participantes se aplicó un cuestionario que aportó datos sobre los siguientes aspectos: creatividad en la empresa, perfil de una persona creativa, origen de la creatividad, barreras de la creatividad, capacitación y desarrollo creativo del personal, prácticas promovidas en la empresa y estímulos a la creatividad.

Los resultados demuestran que los empresarios saben que la creatividad es una ventaja competitiva para sus empresas. Sin embargo, reconocen que ni ellos ni los trabajadores son tan creativos como podrían serlo, también se detectó que la concepción de creatividad que tienen

los empresarios puede ser enriquecida con perspectivas que les permitan vislumbrar nuevas actitudes creativas incluso en trabajos rutinarios, y no solo con ideas totalmente originales.

La investigación anterior es un estudio que genera un aporte para el presente proyecto, dado que evidencia la importancia que se suele dar en las empresas al componente creativo y para estimular esta competencia, cabe precisar que, aunque no se menciona propiamente la variable de personalidad, se guarda similitud entre los estudios en el interés por estudiar la creatividad y además, en que se aborda el perfil de una persona creativa, que son características relacionadas con la creatividad. Se difiere en que los investigadores consideran los estímulos que implementa la empresa para promover el componente creativo, lo cual, no es un aspecto de interés para esta indagación.

En Ecuador, Salazar, et al., (2019) trabajaron en el estudio Emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial del Ecuador, con el objetivo de evaluar el emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial. Su investigación se fundamentó en una metodología documental – descriptiva; la población la constituyeron 43 empresas que hacen vida comercial en distintos cantones del Ecuador, la recaudación de la información se hizo con un instrumento tipo cuestionario, con características de una lista de cotejo.

Como resultado se pudo constatar entre otras cosas que la creatividad, en el marco de la gestión empresarial ecuatoriana, se observa como un proceso poco ordenado y uniforme, sin permitir que se interrelacionan, cambian de orden y se crean sinergias según la idea para poder desarrollarse, que en muchos casos los lleva a auxiliarse de las imitaciones, se constató también la poca disposición, dentro de la gestión empresarial, de aquellos ingredientes esenciales para asumir riesgos relacionados con el tiempo, capital y carreraprofesional.

El trabajo anteriormente citado, es un aporte de gran relevancia para este estudio, dado

que proporciona información sobre la significancia que se le da al componente creativo y la idea que se refuerza sobre la misma en los emprendedores, guarda similitud con esta investigación precisamente en ese interés por estudiar la variable de creatividad en el contexto empresarial, no obstante, cabe mencionar que se difiere en la metodología empleada, que es de revisión documental, caso contrario a este estudio que explora mediante un enfoque cuantitativo y también en que no se aborda la variable de rasgos de personalidad.

En esta misma línea, Laura y Llamocca (2019) realizaron una investigación en Perú, titulada creatividad como base fundamental para el emprendimiento, para ello emplearon un estudio bibliográfico analizando e identificando los diferentes aportes de distintos autores, buscando similitudes teorías conceptuales en las que se estudian los términos relacionados con las variables identificadas.

Los resultados permitieron concluir que existen muchos factores que benefician el potencial emprendedor, forma de vivir, ganar, pensar y actuar, con mira hacia la formación de riqueza y éxito en la vida, esto por medio de las oportunidades y búsqueda de nuevas maneras de emprender en el transcurso de sus vidas, el desarrollo de un objetivo general y el constante cambio en el mundo, de esa manera aprovechar las oportunidades presentadas y adaptarse a los cambios socioeconómicos como a nivel personal o como organizacional mediante nuevas creaciones, innovaciones, brindando y satisfaciendo necesidades.

De la investigación de Laura y Llamocca (2019) es importante precisar que para el presente proyecto de investigación es un aporte significativo que refleja la relevancia que significa para un individuo, que decide iniciar un proyecto, apoyarse en las capacidades de adaptación, innovación del entorno en continuo cambio, es así entonces que la creatividad es un factor diferenciador que puede ayudar a impulsar de diversas formas un emprendimiento y dictaminar su futuro, en función a esto, se guarda similitud en el estudio de la variable de

creatividad, sin embargo, se difiere en la metodología implementada, que fue de revisión y en que la variable rasgos de personalidad no fue un aspecto puesto en consideración en esa investigación.

De igual manera Hernández (2019) realizó una investigación en Puerto Rico sobre si la intención emprendedora es influenciada por factores de personalidad y género; para ello se contó con una población de 200 subgraduados de la Pontifica Universidad Católica De Puerto Rico los cuales se midieron bajo cinco tipos de personalidad (neuroticismo, extroversión, apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad) esto por medio de la escala NEO FI de McCrae y Costa. Los resultados indican que no existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con relación a la intención emprendedora, además, el estudio encontró que los rasgos de personalidad de extroversión y aperturas experiencias tienden a tener relación con la intención emprendedora; contrario al neuroticismo, amabilidad y responsabilidad, los cuales no presentaron evidencia significativa.

El estudio anteriormente citado, guarda una similitud con el presente proyecto en el hecho de que se interesa por estudiar los rasgos de personalidad en la población emprendedora, lo cual, a su vez, es un aporte significativo dado que los hallazgos de los investigadores develan que existen algunas características propias de la personalidad, que dotan a las personas de características propias de un emprendedor, no obstante, se debe indicar también una diferencia entre ambos estudios y es el hecho de que la variable creatividad no fue un componente abordado en el trabajo de Hernández (2019).

Baños y Uscamayta (2018), en Perú, llevaron a cabo un estudio nombrado, rasgos de personalidad y estilos de liderazgo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa; la investigación realizada fue de tipo descriptivo, el diseño es no experimental, transversal correlacional también se utilizó un muestreo no probabilístico

intencional. Para esta investigación tuvieron una muestra de 180 distribuidores, para medir esto utilizaron el Inventario de Estilos de Liderazgo de Kurt Lewin y el inventario de personalidad neo-ffi revisado, para analizar los resultados obtenidos de ambos cuestionarios fueron basados en una matriz y toda esta información se procesó mediante el paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS 24.0;

Los resultados del estudio de Baños y Uscamayta (2018) indicaron que existe una correlación directamente proporcional entre el factor extraversión con el estilo de liderazgo laissez faire, esto indico que estas personas son altamente sociables, tienen un alto grado de interacción, son personas que no influyen en absoluto en la toma de decisiones, ni intentan formar parte del trabajo de grupo o participar en su actividad, pero si reúnen toda la información necesaria y raramente hacen comentarios sobre los resultados. Se halló una correlación inversamente proporcional entre la responsabilidad y el estilo democrático.

Concluyeron que los rasgos de personalidad predominantes en las personas emprendedoras del sexo Masculino es de (90.7%) en el factor de apertura, seguido de un 85.2% en el factor de neuroticismo (en el nivel bajo) con un (81.5%) se encuentra el factor de extraversión., mientras que para los de sexo Femenino es de 90.5% en el factor de neuroticismo (en el nivel bajo), seguido con un (84.1%) presentan el factor de apertura (en el nivel alto) y con (81%) el factor de extraversión (en el nivel alto); El estilo de liderazgo que predomina en mujeres (83.3%) y varones (85.2%) es el democrático.

La investigación de Baños y Uscamayta (2018) es un aporte significativo, dado que indica que los rasgos de personalidad, es una variable que puede estar presente al momento de determinar características propias del liderazgo, que es un aspecto de relevancia en personas emprendedoras, se destaca que guarda una similitud con este proyecto en que también se aborda la variable de rasgos de personalidad en el ámbito organizacional, sin embargo, se

difiere en que dicho elemento, no se relaciona con la creatividad, no es un concepto que se aborde en el trabajo citado.

Investigaciones nacionales

En el contexto nacional colombiano, León y Correa (2019) investigaron en Santiago de Cali la probabilidad de que un individuo elija el emprendimiento como primera actividad económica, dadas las características cognitivas y socioemocionales del mismo, para ello se utilizó la base de datos obtenida por la encuesta de hogares de la CAF 2015, y posteriormente se corre el modelo econométrico. Del estudio se encontró que, para tomar el emprendimiento como primer empleo, los hombres tienen más probabilidad de emprender que las mujeres, se determinó también que la estabilidad como rasgo de la personalidad tiene una influencia cuando los individuos toman la decisión de ser dueños o socios de un negocio propio como primera actividad económica, también se encontró que las personas auto empleadas tienen en su mayoría una inteligencia fluida.

El estudio anteriormente citado es un aporte importante para este proyecto, dado que demuestra la significancia de estudiar elementos como características de la personalidad, al momento de conocer aquellos aspectos que tienen en común los emprendedores, lo cual, es un hallazgo con el que se guarda similitud con respecto a este proyecto, no obstante, se difiere en que la creatividad no es un componente estudiado por los investigadores.

Ardila y luna (2019) en Barrancabermeja se interesaron por investigar el pensamiento creativo y su incidencia en la toma de decisiones en la comercializadora de excedentes industriales brisas 20 de enero, con el objetivo de proponer por medio de estrategias el pensamiento creativo con el fin de incidir en la adecuada toma de decisiones en los empleados, para lo cual recurrieron a la entrevista y a la aplicación de encuesta de toma de decisiones. Los resultados evidenciaron la importancia de capacitar el personal en la toma de decisiones y

fomentar el pensamiento creativo, mediante el aprendizaje constante y donde la creatividad estimule habilidades como la originalidad, flexibilidad, fluidez, dando respuestas pertinentes al complejo proceso de decisiones asertivas.

La investigación anterior guarda similitud con este proyecto en el interés de estudiar el componente creativo como factor determinante en la decisión de emprender, siendo esto un aporte significativo para este estudio dado que tiene influencia en el desarrollo de las habilidades creativas en el desempeño de los emprendimientos, sin embargo, se difiere en que los rasgos de personalidad no fue un componente e interés para dicho estudio.

Por otro lado, Alexis y Torres (2019), enfocó su trabajo de grado en caracterizar la intención emprendedora de los estudiantes de Contaduría pública de la sede Ibagué – Espinal. Para llevar acabo su objetivo realizó una encuesta virtual de 14 preguntas a los hombres y mujeres de la facultad de contaduría pública de la comunidad universitaria sede Ibagué – Espinal; para caracterizar la intención emprendedora, tomaron las siguientes variables capacidad de iniciativa, competencia al análisis, aptitud para asumir riesgos, aprovechamiento y descubrimiento de oportunidades, liderazgo, aptitud para resolver situaciones y toma de decisiones. En el estudio se encontró falencias en la manera como el modelo educativo de la institución estructura las tecnologías de la información y la educación para el emprendimiento de sus alumnos, lo cual dificulta el desarrollo de actividades de manera ágil y fácil.

El estudio anterior, es un aporte significativo para este proyecto, dado que evidencia que la intención emprendedora puede estar influida por distintos elementos, que se pueden relacionar con la personalidad que tenga cada individuo, aunque no se estudió de manera directa esta variable, siendo preciso en este punto, mencionar que se difiere precisamente en que las variables rasgo de personalidad y creatividad, no se abordan de manera directa en el estudio de Alexis y Torres (2019).

Por otro lado, Arango (2018) realizó un estudio con el objetivo de describir las representaciones Sociales de emprendimiento de estudiantes y egresados de la carrera de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Los participantes de esta investigación fueron 6 estudiantes de la universidad divididos entre egresados, practicantes y estudiantes activos, la recolección de información se realizó mediante entrevistas semiestructuradas con la cual los estudiantes y egresados pudieran contar sus propias historias y profundizar en sus procesos, y así poder conocer sus representaciones sociales sobre el emprendimiento.

Los resultados muestran que la información que han recibido los entrevistados sobre emprendimiento a través de sus estudios académicos es escasa, pues las instituciones educativas se siguen apoyando en metodologías tradicionales donde se estimula muy poco el espíritu emprendedor. Esta investigación refleja el poco compromiso que tienen algunas universidades cuando se habla de emprendimiento, el apoyo y educación empresarial es fundamental cuando se tiene una idea novedosa y las ganas de llevar a la realidad esa idea, pero si no existe ese apoyo y educación inicial las posibilidades de éxito se ven reducidas.

La investigación anteriormente citada guarda similitud con este estudio en el hecho de que se estudia el emprendimiento como factor de éxito para profesionales, generando un aporte importante respecto a la significancia de que las universidades proporcionen apoyo a los estudiantes para ejecutar ideas novedosas, sin embargo, se difiere en que no se incluye las variables de rasgos de personalidad y compromiso.

Al parecer nacionalmente, el enfoque que brindan las universidades y probablemente las organizaciones gubernamentales para trabajar de la mano con emprendedores no es el más óptimo, lo cual coincide con el manejo que se le da al emprendimiento en países de la región. Se resalta entonces la importancia de generar nuevos enfoque y contenidos teóricos para

abordar el acto de emprender, quizás algunos más centrados en el emprendedor, como la personalidad y creatividad.

Investigaciones Regionales

En el contexto regional Orozco y Rojano (2020) desarrollaron en la ciudad de Santa Marta una investigación titulada cognición y emprendimiento, la metodología empleada fue una revisión sistemática de la literatura encontrada entre el 2009 al 2019, con el objetivo de determinar la relación entre los factores cognitivos y el emprendimiento desde una revisión de literatura. Los resultados obtenidos permitieron concluir que, respecto al emprendimiento, se han generado nuevas perspectivas que permiten evidenciar la pertinencia de estos procesos del aprendizaje y del orden cognitivo para tratar de dar respuesta a interrogantes fundamentales sobre la génesis, desarrollo del emprendimiento y del actuar mismo del emprendedor.

Orozco y Rojano (2020) llegaron a la conclusión de que asuntos como la toma de decisiones, la evaluación de oportunidades, toma de riesgos, procesos de innovación y creatividad, son tratados bajo los aportes de lo cognitivo. Bajo este tipo de perspectivas se asume que el análisis de los procesos emprendedores debe darse a la luz de asuntos como la cultura, el lenguaje, los procesos narrativos que contribuyen sin duda a consolidar la identidad del emprendedor determinando sus creencias, valores y prácticas.

Considerando lo anterior, cabe precisar que una similitud que se guarda con la investigación citada, es el hecho de abordar variables que determinan el comportamiento del emprendedor, evidenciando la importancia de estudiar estos procesos para determinar las características que puede tener una persona que decide emprender, no obstante una divergencia identificada es que no se estudia las variables de interés como rasgos de personalidad y creatividad, además, emplearon una metodología de revisión.

Igualmente en el mismo año Gómez (2019) en Santa Marta- Magdalena se propuso

investigar de acuerdo con la literatura científica el perfil psicosocial de la persona emprendedora, con el fin de reflexionar sobre el comportamiento de las personas emprendedoras, la investigación se realizó con una metodología descriptiva, analítica y crítica con diseño documental, bajo el enfoque cualitativo, donde la población seleccionada fue un conjunto finito de documentos, con una muestra intencional o de conveniencia al seleccionar bibliografía y artículos de expertos en emprendimiento.

Los resultados afirmaron que evidentemente el perfil psicosocial de la persona emprendedora de acuerdo con la literatura científica, influye de forma significativa en factores como educación, desarrollo local, desempleo, motivación, de igual modo, se deduce que las aptitudes emprendedoras pueden forjarse y potenciarse a través de la educación, también se encontró que el perfil psicosocial contribuye en la identificación de oportunidades, la decisión de explorarlas por sí mismo, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia del nuevo negocio de emprendimiento.

Se logra interpretar entonces que existe una influencia claramente notoria entre emprender y diversos factores como por ejemplo educación, desarrollo local, desempleo, motivación, etc. Lo que expresa entonces es que el entorno donde se desarrolla un emprendimiento y el contexto psicosocial influyen en el emprendimiento, lo que abre la puerta a la oportunidad de potenciar factores estratégicos para emprender, desde ámbitos educativos. El estudio anteriormente citado guarda similitud en que se estudia el perfil psicosocial como un aspecto que incide en la decisión de emprender, aunque se difiere en que no se especifica propiamente la variable de rasgos de la personalidad, si es un aspecto que se relaciona.

Bases teóricas

Millon, (2006), expresa que la personalidad es un tema de interés desde la época en la que la filosofía se consideraba una ciencia predominante, es por ellos que este constructo ha sido ampliamente estudiado dentro de las ramas de la psicológica como en las teóricas del psicoanálisis, teorías evolucionistas, humanistas, cognitivas, conductuales, sociales, entre otras, sin embargo, de acuerdo con Schultz y Schultz, (2009), no es sino hasta 1930 que el psicólogo Gordon Allport desarrollo un análisis y reconoció una estructura sistemática y formal de la personalidad, repasando alrededor de cincuenta conceptos para lograr conceptuar la personalidad como una organización dinámica de los sistemas físicos y psicológicos del individuo que suceden a nivel interno del mismo y que permiten determinar su comportamiento o conducta y su pensamiento e ideología característica.

De acuerdo con Cosa y McCrae (1999) los rasgos son disposiciones persistentes e internas que hacen que el individuo piense y se comporte de una manera característica, mientras que la personalidad son un conjunto de rasgos psicológicos que describen las formas de personalidad. Estos mismos autores citados entienden la personalidad como una serie de tendencias básicas de conducta que influyen en los pensamientos, emociones, y acciones. Su origen es biológico y van desarrollándose desde la niñez hasta convertirse en estructuras estables en la adultez. Además, estas tendencias básicas se organizan de forma jerárquica, desde estructuras específicas (rasgos) a otras más generales (dimensiones).

Al respecto, Cloninger (2003), explica que el término personalidad procede de la expresión latina “persona”, que significan “máscara”, es decir, que la personalidad era como la máscara que se ponían los actores en el teatro clásico, opina que la personalidad puede conceptuarse como los efectos internos que subyacen la conducta individual y las vivencias de cada individuo, comprendiéndose a estas causas internas desde la concepción de tres

inquietudes claves de la personalidad que son la dinámica, la descripción y desarrollo del constructo.

Ahora bien, considerando el interés de este estudio, que, aunque propiamente se relaciona con los rasgos de personalidad, es de interés conocerlo en el contexto de los emprendedores, por lo que es necesario traer a colación la definición de Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée (1977) que habla de los rasgos de personalidad del vendedor, que considera existen distintas características de personalidad a tener en cuenta para tener éxito en los distintos tipos de venta, como la comprensión, adaptabilidad, control personal, combatividad, dominio, seguridad, actividad, sociabilidad y gusto por el juego.

Personalidad según la teoría de Allport

El estudio y conceptualización teórica de la personalidad ha sido y sigue siendo ampliamente estudiado por la psicología, lo cual se evidencia al observar diferentes teorías que provienen de distintos enfoques. Después de la revisión de la literatura se toma como principal referente teórico a Allport (1966) quien fue citado por Lucana Meza (2019). se encontró entonces que Allport define a la personalidad como “una organización dinámica, dentro del individuo, así también de los sistemas psicofísicos que determinan ajustes únicos del individuo al ambiente”.

De esta definición general se extraer mucha información, se logra interpretar que la personalidad está organizada de tal forma que le permite estar en constante cambio, también se identificar que los factores biológicos y psicológicos son los que determinan la personalidad es decir que la interacción entre estos dos componentes crea lo que conoce como personalidad, la cual surge en términos simples como una respuesta adaptativa de cada individuo al medio en el que se desarrolla.

Dentro de la teoría de la personalidad propuesta por Allport también se pudo encontrar

aproximaciones teóricas a los rasgos de personalidad, para Allport estos rasgos son según Lucana-Meza (2019) son una organización sistemática generalizada a nivel neuropsíquico, que tiene la capacidad de generar estímulos para iniciar y guiar formas consistentes de conducta expresiva y adaptativa. En relación a lo anterior entonces que los rasgos de personalidad son estructuras en la psiquis de cada persona, que de cierta manera orientan la conducta.

Personalidad según la teoría de Costa y McCrae

La línea teórica de los rasgos de personalidad fue trabajada y profundizada por autores como Costa y McCrae (1999) los cuales desarrollaron la teoría de los cinco factores, esta teoría explicasegún Gerosa, F. (2016) “los individuos reaccionan al ambiente a partir de patrones de pensamientos, sentimientos y conductas consistentes con sus rasgos de personalidad, modelando estructuras psicológicas que guían su comportamiento: hábitos, valores, planes, habilidades, esquemas y relaciones”.

De este modo Costa y McCrae según Moya, et al., (2004); plantean cinco factores para el estudio de la personalidad descritos de la siguiente forma: neuroticismo (emotividad negativa), la extraversión (sociabilidad y emotividad positiva), la apertura (curiosidad cultural e intelectual), la amabilidad (confianza interpersonal y simpatía), y la responsabilidad (control de impulsos y organización). Cada una de estas dimensiones está compuesta por seis facetas o rasgos.

Tabla 1.

Dimensiones y facetas propuestas por el modelo de cinco factores de Costa y McCrae.

Neuroticismo (N)	Extraversión (E)
N1 Ansiedad	E1 Cordialidad
N2 Hostilidad	E2 Gregarismo
N3 Depresión	E3 Asertividad
N4 Ansiedad social	E4 Actividad
N5 Impulsividad	E5 Búsqueda de emociones
N6 Vulnerabilidad	E6 Emociones positivas
Apertura (O)	Amabilidad (A)
O1 Fantasía	A1 Confianza
O2 Estética	A2 Franqueza
O3 Sentimientos	A3 Altruismo
O4 Acciones	A4 Actitud conciliadora
O5 Ideas	A5 Modestia
O6 Valores	A6 Sensibilidad a los demás
Responsabilidad (C)	
C1 Competencia	
C2 Orden	
C3 Sentido del deber	
C4 Necesidad de logro	
C5 Autodisciplina	
C6 Deliberación	

Nota. La tabla muestra los factores de la personalidad propuestos por McCrae. Tomado de Moya, et al., (2004).

En este sentido se puede entender a simple vista que este planteamiento va en concordancia con lo establecido por Allport, pero se nota una construcción más compleja en la cual no solo son estructuras que orientan la conducta sino una base sobre la cual se van desarrollando y desarrollándolos pensamientos, sentimientos y conductas; entonces que el comportamiento final de un individuo como hábitos, valores, planes, habilidades, se va estructurando en un inicio entorno a los rasgos de personalidad.

Teoría central de la personalidad

Después de estudiar las teorías antes mencionadas, los planteamientos presentados por (Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977). Dan una aproximación teórica que relaciona la personalidad con el emprendimiento. Donde se expone, que si se deja

a un lado de la ecuación eficiencia intelectual y el grado de formación de los emprendedores ya que estos varían según la complejidad del producto y del nivel de la negociación y teniendo en consideración que existen diferencias de personalidad según el tipo de producto e incluso con el tipo de estructura y mercado empresarial.

Teniendo lo anterior sobre la mesa se explica entonces que un gran número de características de la personalidad son deseables en el contexto empresarial y por tanto comunes a todos los tipos de vendedores o al menos no suelen variar de forma tan significativa su grado de prevalencia en dichos contextos. Del mismo modo que *Costa y McCrae, el equipo de* (Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977) hacen una descripción de las características de la personalidad, en este caso comunes en vendedores:

1. comprensión
2. adaptabilidad
3. control de sí mismo
4. tolerancia a la frustración
5. compatibilidad
6. dominio
7. seguridad
8. actividad
9. sociabilidad
10. gusto por el juego

Por último, el trabajo de Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977 logra condensar las diez características que consideran comunes y desarrollar solo 3 que describan de forma general al vendedor. En primer lugar, describe lo que ellos llaman

“disposición general para las ventas” detallándola como la facilidad para establecer relaciones con los demás; muestra combatividad que le permite persuadir al cliente, pero, al mismo tiempo, control de misma.

En segundo lugar, desarrollan la idea de “agresividad” entendida como esa capacidad para soportar situaciones conflictivas o para provocarlas con el deseo de ganar; implica también actitud dominante, por poder o por ascendencia, en individuos seguros, que no rechazan los riesgos por algo útil, activos y dinámicos. En tercer y último lugar hacen referencia a la “receptividad” descrita teóricamente como cualidades empáticas (ponerse en lugar de los demás, escuchar, comprender, etc.) y con posibilidades de adaptación rápida y fácil a situaciones y personas diferentes, lo cual implica capacidad de control de mismo y resistencia a la frustración.

Estudiando detenidamente las teorías mencionadas, se entiende entonces que si es de interés estudiar los rasgos de personalidad de los emprendedores la manera más práctica es enfocar el estudio en un aspecto vital del emprendimiento y que por tanto este presente de forma constante y por ende que sea común a todo emprendedor, dicho lo anterior, si entiende a los emprendedores como vendedores de bienes, productos o servicios no cabe duda que abordar los rasgos psicológicos de los emprendedores a partir de sus cualidades para vender su emprendimiento.

Teoría de personalidad según freud

Para tener perspectivas de otras teorías desde enfoques alternos se encuentra la teoría de la personalidad según Freud esta teoría según Sinisterra (2009) defienden que la personalidad se forma como resultado de una interacción de fuerzas esta es la que va a dar lugar a las diferencias en el comportamiento de las personas y va a hacer que la conducta de una persona sea estable. Es clara la diferencia teórica que presenta esta teoría con las de

Allport o Costa y McCrae lo que se logra extraer en común entre estas teorías es que se presenta a la personalidad de una composición dinámica que tiene la capacidad de interactuar con el contexto y adaptarse a él.

Postura teórica de creatividad

Dejando claro la postura teórica de la personalidad, es momento de establecer las posturas teóricas de la creatividad. Por tanto se encuentra Guilford (1952; citado por Allende, 2021) donde se explica que “La creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente” para Santaella, Maribel (2006) Guilford en (1959) “define la creatividad como una forma de pensamiento que se desencadena en un sujeto como consecuencia de la percepción de un problema y que posee diversos componentes”

Barraca et al., (2011) considera que la creatividad es un elemento que se encuentra relacionado con el pensamiento divergente de las personas, siendo un aspecto esencial del pensamiento creativo y que se determina por la facultad de los individuos para crear nuevas ideas o conceptos, relacionado conocimientos novedosos con los conceptos ya existentes, especifica que la creatividad tiene como indicador el pensamiento original, la imaginación y el constructivismo.

En esta misma línea, Valqui (2009), define la creatividad como la competencia para cuestionar asunciones, quebrar los límites, reconocer patrones y relazar nuevas conexiones, siendo capaz de asumir riesgos y abordar problemas de forma audaz, en ese sentido, especifica que un pensamiento creativo es sinónimo de novedad, diferencia y utilidad, subrayando que el proceso creativo es heurístico en lugar de algorítmico. Una heurística es una guía de acción o regla operativa de carácter intuitivo que permite aprender o descubrir, y que resulta del todo diferente a un algoritmo, que es una regla completa de índole racional y mecánica creada para

resolver un problema. La creatividad es un componente intuitivo, de descubrimiento, que genera un producto, una idea o una nueva experiencia significativa.

Creatividad según Guilford

Es fácil entender la creatividad como un conjunto de características propias de cada individuo que le permiten desarrollar un pensamiento más amplio y diversificado dirigidos a la resolución de problemas. En el desarrollo de la teoría Guilford y Dedboud postulan que la creatividad y la inteligencia no representan el mismo concepto teórico, siendo habilidades cercanas pero diferentes entre sí. Dentro de la teoría según Teresa y Serrano, (2004) se describen 8 habilidades como los componentes principales de la creatividad, los cuales describió como: 1. Sensibilidad para los problemas 2. Fluidez 3. Flexibilidad 4. Originalidad 5. Redefinición 6. Análisis 7. Síntesis 8. Penetración.

Creatividad según Kirchner

Otra definición más amplia de creatividad es dada por (Kirchner y Schnarch, 2004 citado por Rodríguez, 2017) donde se entiende la creatividad como la facultad humana de generar respuestas novedosas y originales como réplica a las necesidades, problemas, deseos y cuestionamientos del hombre. Esta definición deja clara la importancia que tiene la creatividad para la humanidad, siendo la creatividad la impulsora de la adaptación del hombre a su medio.

Creatividad según Bono

De igual a De Bono (1970) ve a la creatividad como un proceso que hace que las personas vean y hagan las cosas de manera diferente y aun así piensen si se pueden hacer mejor. Sintetizando esta teoría se logra decir que la creatividad son un conjunto de características individuales que le han permitido al hombre formas alternativas de pensamiento que siguen cambiando y evolucionando, lo cual le ha permitido crear soluciones diversas a los problemas que ha encontrado el ser humano.

Teoría central de la creatividad

Si se hace referencia a la creatividad en relación al sector empresarial, Artola et al., (2012) en su revisión bibliográfica encontraron, que el desarrollo nuestra sociedad a cuál se construye cada vez más compleja y competitiva, los distintos mercados exigen personal cada vez más calificados y así mismo que dispongan de destrezas tales como la creatividad, la imaginación, la capacidad de adaptación o el pensamiento crítico.

En busca de generar un instrumento que permita a los sectores académico y empresarial estudiar las habilidades creativas de los individuos, Artola, et alt., (2012) desarrollaron un producto basado la teoría, donde la creatividad se desarrolla en campos de dominio específicos, y que por tanto un sujeto que es creativo en un área puede no serlo en otra, por ello estudian dos aspectos claves los cuales son creatividad verbal o narrativa y la creatividad gráfica.

Los mismos autores entienden teóricamente a la creatividad narrativa en torno a la medida del pensamiento divergente cuando se aplica a la solución de problemas de contenido verbal. Por el contrario, describen a la creatividad grafica como el grado en que un sujeto es capaz de llevar a cabo asociaciones y nuevas combinaciones a la hora de trabajar en tareas no verbales. Por ultimo para agrupar dichos aspectos creativos generan el concepto de creatividad general el cual expresa la estimación del potencial creativo del sujeto, de su capacidad para transformar, combinar y establecer nuevas relaciones.

De las teorías anteriores se extrae la idea que la creatividad representa las distintas capacidades y habilidades que tienen los individuos para generar soluciones novedosas ante problemas particulares, mostrando de forma clara la ventaja estratégica que significa el desarrollo de las capacidades creativas en distintos contextos (académico, social, personal, laboral, etc). Por lo cual es un componente a tener en cuenta para desarrollar un estudio

enfocado al emprendimiento, en el cual la innovación, resolución de problemas e ideas divergentes, son claves.

Postura teórica de emprendimiento

Por último, tenemos que definir teóricamente al emprendimiento, para el cual tomaremos como referente a Kuratko (2008) quien es citado por Parra, et al., (2017). Definiendo el emprendimiento como un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Eso requiere una aplicación de energía y pasión hacia la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas.

También Parra et al., (2017) citan a Venkatamaran (2004) para definir a la persona emprendedora, la cual la explican como aquella persona que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresa dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias. Analizando estas definiciones de emprendimiento y emprendedor se interpreta que la creatividad juega un papel fundamental siendo el eje un eje central del emprendimiento, donde otro eje vendría siendo la pasión y determinación con la que se lleva a cabo el proceso de emprendimiento, dicha pasión y determinación estarán inmersas dentro de los rasgos de personalidad.

Bases legales

Constitución política de Colombia: artículo 16

“Todas las personas tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás y el orden jurídico”. Es un derecho que busca proteger la facultad del individuo para auto determinarse, con la posibilidad de adoptar sin intromisiones ni presiones de ninguna clase, un estilo de vida acorde a sus propios intereses.

Ley 1014 de 2006

Expide la Ley de cultura del emprendimiento. Determina la integración de la Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces; así mismo designa la integración de la Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, cuyo objeto es el de establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento; formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura referida; conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley; ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.

Ley 2069 de 2020

Por medio de la cual se establece un marco regulatorio para favorecer el emprendimiento, crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el propósito de aumentar el bienestar social y generar equidad. Favorece la creación de nuevos emprendimientos y proporciona incentivos tributarios como la promoción de donaciones, inclusión financiera a micro negocios para que estos puedan acceder a microcréditos y devolver saldos a favor del impuesto agregado (IVA). Es una norma que tiene por intención aumentar el bienestar social de los emprendimientos en el país.

Ley 2234 de 2022

Por medio de esta ley se establecen distintos lineamientos para construir la política pública de los emprendimientos sociales en el país, con el objetivo de proporcionar soluciones a problemas de índole social, cultural y ambiental como motor de transformación a nivel nacional, proporciona reconocimiento al impacto que genera el negocio social en el país. Esta ley está orientada a los emprendedores sociales, especialmente para jóvenes, comunidades y territorios que sufren desigualdad, siendo indispensable para aquellos que trabajan por el triple impacto en Colombia.

Capítulo III

Marco metodológico

Enfoque de investigación

El desarrollo del trabajo investigativo se da bajo un enfoque cuantitativo, ya que uno de los pilares principales de la investigación cuantitativa como lo explica Torres (2019) es explorar fenómenos, eventos, poblaciones, hechos o variables; cuantificando su existencia, nivel o presencia. De igual forma la investigación también cumple con los pasos para una investigación cuantitativa planteados por Domínguez, (2016), el cual indica que, en este enfoque, se parte de una idea que se delimita y transforma en preguntas de investigación, las cuales evolucionan y construyen hipótesis y determinan las variables, luego se elaboran planes para medir dichas variables y por último generar un análisis de resultados con una interpretación y discusión que generen una conclusión.

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, dichas características metodológicas están presentes y son parte fundamental del presente trabajo de investigación por lo tanto esta investigación se desarrolla dentro del enfoque cuantitativo, dado que se pretenden generar resultados que sean objetivos, desprendiéndose de todo carácter subjetivo, y permitiendo que los hallazgos en la muestra puedan ser generalizados a la población.

Tipo y Diseño de la Investigación

Este trabajo tiene tipo de investigación el correlacional, pues tiene como objetivo determinar las asociaciones entre rasgos de personalidad y creatividad de los emprendedores, según Cancela *et al.* (2010); este tipo de estudio es ideal para cuando se tiene como propósito describir o aclarar relaciones existentes entre una o más variables mediante el uso de coeficientes de correlación, los cuales son indicadores numéricos que proporcionan información respecto al grado, intensidad y dirección de la asociación de variables. Su utilidad

radica en saber cómo se puede comportar un concepto con respecto a otro, es decir, busca predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable, a partir del valor que tiene en la variable o variables relacionada.

Con respecto al diseño de investigación, se tiene en cuenta el no experimental teniendo en cuenta lo que dice Kerlinger y Lee (2002), sobre la búsqueda empírica y sistemática, sin control directo de variables, donde los acontecimientos o fenómenos de estudio ocurren sin modificación o intervención directa, en cuanto al corte transversal, García et al. (2014) explica que ese se encarga de medir las variables en un solo y único momento. Este proyecto no pretende hacer manipulación sobre ninguna de las variables y los instrumentos han de ser aplicados en un único momento, por ello, tiene un diseño no experimental de corte transversal.

Población, muestra y muestreo

Población

Arias-Gómez et al. (2016) conceptualiza la población como el "conjunto de casos definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados" (p.2002). Es importante especificarla, pues, aunque se establece una muestra en los casos que el universo es tan amplio que no puede ser abordado en su totalidad, al concluir el estudio, los resultados podrán ser generalizados hacia el resto de la población. En sentido a esto, la población de este trabajo son 65 adultos emprendedores de la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre, de los cuales pretende tomar una muestra.

Muestra

La muestra es definida por Carrillo (2015), como cualquier subconjunto de la población, por ende, debe contener elementos que representen a la misma, desde la estadística puede ser probabilística que hace referencia a un método de selección aleatoria o no

probabilística que es una técnica en la cual el investigador selecciona la muestra por un juicio subjetivo en lugar de hacerlo al azar.

Muestreo

Para la selección de la muestra de trabajo, se realizará un muestreo probabilístico estratificado el cual según Rabolini (2009). Cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido para formar parte de la muestra, y está estratificado por que la población se divide o se dividirá en grupos más específicos, que reflejan de manera más precisa las características de la población y permite efectuar comparaciones entre los grupos conformados. El muestreo de la investigación bajo una fórmula estadística que nos permita garantizar la selección de una muestra representativa de la población. La fórmula matemática es la siguiente:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{4(e)^2(N-1)}{Z^2 [\alpha]^2}}$$

Considerando la ecuación anteriormente presentada, cabe precisar lo siguiente:

n: muestra (?)

N: población = (65)

e: error máximo aceptado= (10)

α : nivel de significancia= (95)

Z: unidad z correspondiente a un determinado nivel de significancia = (1.96)

1 y 4: constantes

Al reemplazar los valores obtenemos la siguiente ecuación:

$$n = \frac{65}{1 + \frac{4(0,1)^2(65-1)}{1.96^2 (.95)^2}}$$

El resultado final indica que a partir de la población 65 personas una muestra aceptable para el desarrollo de la investigación es de por lo menos de 40 personas.

Técnica e Instrumentos de recolección de datos

El presente trabajo para dar cumplimiento a su objetivo, va a emplear técnicas e instrumentos como fichas sociodemográficas inventario de personalidad para vendedores (IPV) y la prueba de imaginación creativa para adultos (PIC-A), es de tener en cuenta que una técnica son los métodos o procedimiento que se usan para recolección de información, son las diversas formas o estrategias establecidas por el o los investigadores para recabar la información, de este modo, son métodos materiales empleados para recoger y almacenar los datos, mientras que el instrumento, hace referencia a cualquier recurso, formato o dispositivo usado para almacenar o registrar los datos de interés o sobre las variables de estudio, entre estos, destaca cuestionarios, escalas, inventarios, entrevistas, entre otros. (Arias, 2012).

Inventario de personalidad para vendedores (IPV)

El inventario de personalidad para vendedores tiene como autores a la editorial al grupo Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée (2001), su aplicación puede ser de forma individual o colectiva para respuesta de un tiempo aproximado de 40 minutos y está dirigido principalmente, para adultos. Tiene como finalidad de evaluar la disposición general para la venta de las dimensiones receptividad y agresividad en profesionales comerciales, así como la construcción individual basado en nueve rasgos de personalidad: comprensión, adaptabilidad, control de sí mismo, tolerancia a la frustración, combatividad, dominancia, seguridad, actividad y sociabilidad. Tiene baremo general en decatipos de población española y argentina.

Para medir personalidad se emplea el instrumento IPV el cual está diseñado específicamente para medir 9 rasgos de personalidad en emprendedores. la estructura de

instrumento está compuesta por 87 reactivos, los cuales se presentan como situaciones hipotéticas de la vida cotidiana, donde las opciones de respuestas indican distintos patrones de acción o pensamiento que los sujetos deben escoger el más acorde para ellos. partiendo de dicha estructura cada pregunta está diseñada para describir los comportamientos en las dimensiones.

Prueba de imaginación creativa para adultos (PIC-A)

La prueba de imaginación creativa para adultos, tiene como autores a Teresa Artola, Jorge Barraca, Pilar Mosteiro, Isabel Ancillo, Belén Poveda y Natalia Sánchez (2012), es de aplicación individual y colectiva, y puede ser empleados a individuos con edades de 18 años en adelante, el tiempo estimado de contestación es de 45 minutos y tiene como finalidad evaluar la creatividad narrativa y gráfica.

Para identificar la creatividad de los participantes se acude al instrumento PIC-A, el cual a diferencia de otros instrumentos no emplea los reactivos tradicionales, ya que el mismo instrumento los cataloga como juego. dichos juegos están diseñados para poner a prueba de forma funcional las habilidades creativas de sujetos, mediante juegos simples que requieren habilidades creativas específicas para su adecuada resolución, dependiendo del desempeño observado se ejecutaran ciertos criterios, que permitan cuantificar las pruebas realizadas

Técnica de análisis de datos

Se utiliza para el análisis y sistematización de datos el programa de Microsoft Excel que es una hoja de cálculo desarrollada para Windows, macOS, Android e iOS. Cuenta con cálculo, herramientas gráficas, tablas calculares y un lenguaje de programación macro llamado Visual Basic para aplicaciones. Excel es una herramienta muy completa para la gestión de datos, cálculo de valores y análisis de información, destacan las herramientas para el análisis de datos. (Excel Office, 2019). Se utiliza el análisis estadístico descriptivo para las variables y

sus dimensiones, para la correlación de resultados, se emplea como apoyo el paquete estadístico para ciencias sociales SPSS por sus siglas en inglés Software Statistical Package for Social Sciences.

Consideraciones éticas

En todo desarrollo de procesos investigativos debe existir parámetros claramente definidos en cuanto a las consideraciones éticas que tener tanto el trabajo como los investigadores, con el fin de garantizar el bienestar y cuidado integral de todos los participantes. Las consideraciones éticas están relacionadas con los principios morales que sostienen las actuaciones de los investigadores en su práctica (Koepsell y Ruiz, 2015).

Como psicólogos en formación en Colombia, los principios que guían y dirigen las prácticas profesionales e investigativas reposan en por la ley 1090 del 2006 que regula el ejercicio profesional del psicólogo. En los apartados de ética e investigación podemos resaltar la confidencialidad que protege toda la información y datos que sean recolectados en cualquier investigación, de igual modo se contempla que la aplicación de cualquier instrumento de medición debe estar realizada bajo estándares éticos y deontológicos

Operacionalización de las variables

Tabla 2.

Operacionalización de la variable rasgos de personalidad.

Constructo	Denominación de la dimensión	Definición de dimensiones	Número de ítems
Personalidad	Disposición genera para las ventas	facilidad para establecer relaciones con los demás; muestra combatividad que le permite persuadir al cliente, pero, a1 mismo tiempo, control de misma. Cuenta con rasgos de personalidad acordes con actividades comerciales, (Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977).	20

Agresividad	capacidad para soportar situaciones conflictivas o para provocarlas con el deseo de ganar; implica también actitud dominante, por poder o por ascendencia, en individuos seguros, que no rechazan los riesgos por algo útil, activos y dinámicos (Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977).	41
Receptividad	cualidades empáticas (ponerse en Lugar de los demás, escuchar, comprender, etc.) y con posibilidades de adaptación rápida y fácil a situábamnos y personas diferentes, lo cual implica capacidad de control de mismo y resistencia a la frustración (Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée" de París en 1977).	36

Tabla 3.
Operacionalizacion de variables de creatividad

Constructo	Denominación de la dimensión	Definición de dimensiones	Número de ítems
Creatividad	Creatividad genera	estimación del potencial creativo del sujeto, de su capacidad para transformar, combinar y establecer nuevas relaciones entre los elementos, generando sus propias ideas. (Artola, Barraca, Mosteiro, Ancillo, Poveda y Sánchez 2012)	4
	Creatividad narrativa	medida del pensamiento divergente cuando se aplica a la solución de problemas de contenido verbal. (Artola, Barraca, Mosteiro, Ancillo, Poveda y Sánchez 2012)	3
	Creatividad grafica	grado en que un sujeto es capaz de llevar a cabo asociaciones y nuevas combinaciones a la hora de trabajar en tareas no verbales. (Artola, Barraca, Mosteiro, Ancillo, Poveda y Sánchez 2012)	1

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Análisis de los resultados

Caracterización Sociodemográfica

El primer objetivo del presente proyecto, hace referencia a la recolección de datos sociodemográficos de la población seleccionada, teniendo en cuenta esto, en este capítulo se presenta de forma clara y concisa los resultados obtenidos a través del proceso de recolección de información, los cuales son claves para dar respuestas a los planteamientos con los que se desarrolla el proyecto.

Figura 1.

Sexo de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre

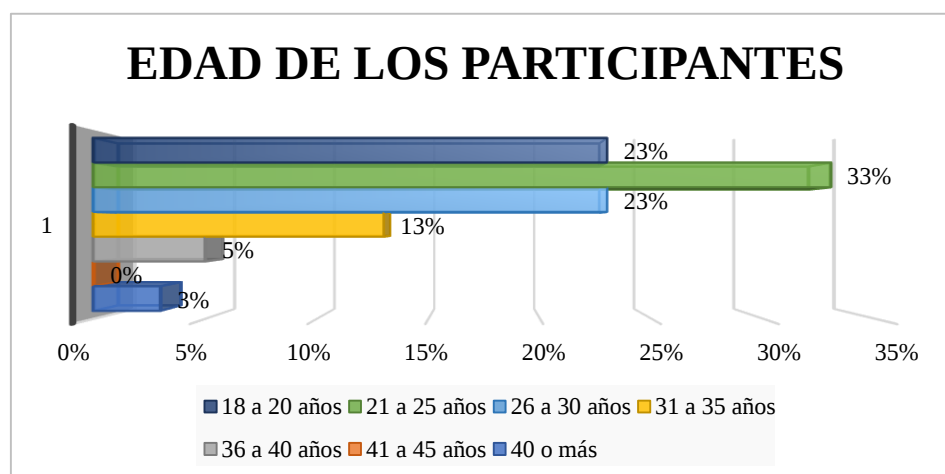


Nota. La figura muestra la distribución poblacional según el sexo. Elaboración propia (2022)

La figura 1 muestra la distribución por sexo con la que se redacta el estudio, de la cual se puede observar que el sexo predominante en el estudio son mujeres con un 77% de participación y por otro lado los hombres representan un 23% de los participantes totales. La distribución desigual por sexo no representa ningún sesgo basado en los antecedentes los

cuales indican que no existe diferencias significativas que nos indiquen la necesidad de separar el estudio por género.

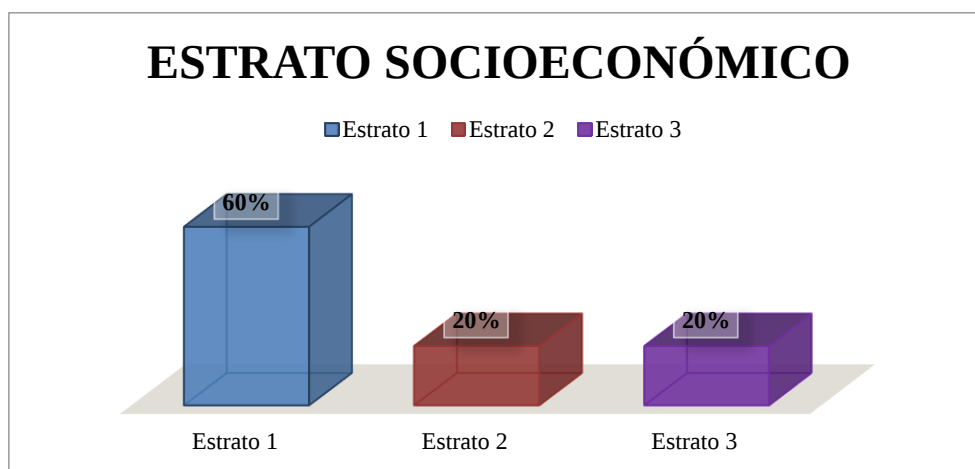
Figura 2.
Población por edad



Nota. La figura muestra la distribución poblacional según la edad. Elaboración propia (2022)

Desacuerdo con las edades en años cumplidos de los participantes la edad mínima registrada en el estudio fue de 18 años, mientras la máxima fue de 65 años. Al observar la distribución de participantes por intervalos de edades de 5 años, se observa que el grupo más significativo se encuentra en las edades de 21 a 25 años con una prevalencia del 33%, también se observa distribución uniforme entre los intervalos de edades comprendidas entre 18 a 20 años con un 23%, entre los 26 a los 30 años con 23%, entre las edades de 31 a 35 años la frecuencia baja al 13%, la tendencia a la baja sigue con las edades de 36 a 40 y de 41 a 45 con un 5% y un 0% respectivamente, terminando los datos con una pequeña subida en la frecuencia entre las edades de 46 o más años de edad con un 3% de la muestra de estudio. (La edad se representa de acuerdo con los grupos etarios establecidos por el DANE)

Figura 3.
Población por estrato socioeconómico



Nota. La figura muestra la distribución poblacional según el estrato socioeconómico de la población. Elaboración propia (2022)

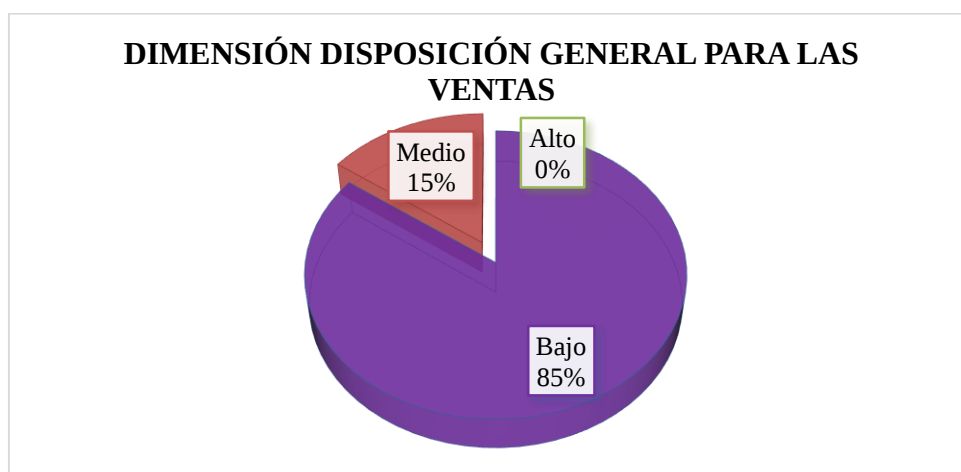
Respecto al estrato económico de los participantes, se aprecia una clara prevalencia del estrato económico 1 con un 60% de los participantes, luego se puede observar que hay una distribución igualitaria de participantes en el estrato 2 y el estrato 3 con un 20% para cada uno, por último, se muestra que no existe representación de participantes en el estudio que cuente con los estratos 4 y 5.

Rasgos De Personalidad De Los Emprendedores

En el segundo objetivo de esta investigación, se plantea identificar los rasgos de personalidad de los emprendedores según las dimensiones propuestas por el instrumento seleccionado. En este apartado se encuentra, los resultados obtenidos del instrumento de Inventario de personalidad para vendedores (IPV) describiendo e interpretando los resultados de las 3 principales escalas (disposición general para las ventas, agresividad y receptividad).

Figura 4.

Disposición general para las ventas de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre



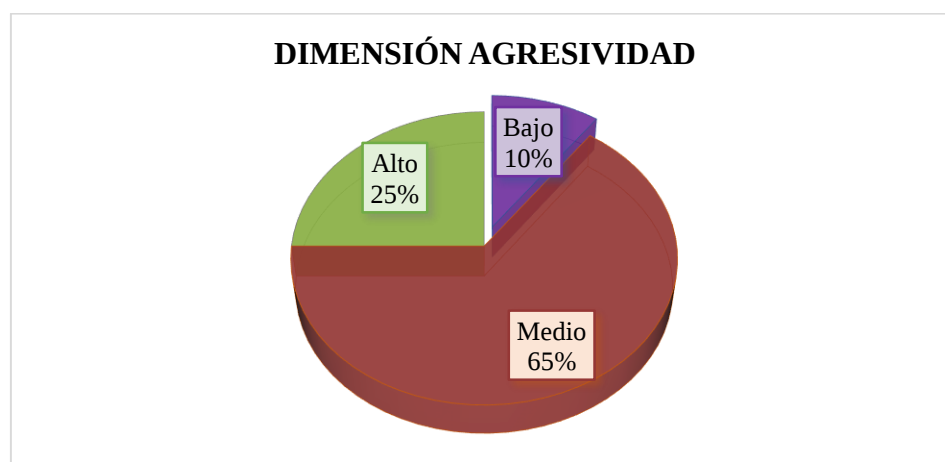
Nota. La figura muestra los resultados en la dimensión de disposición general para las ventas. Elaboración propia (2022)

Como se muestra en la figura 4, la disposición general para las ventas en los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre, se observan una mayor distribución en el nivel bajo con un 85%, mientras que por otro lado un 15% de los participantes obtuvo un nivel medio y solo un 0% de los participantes presentan un nivel alto en cuanto a la disposición general para las ventas.

Se interpreta a partir de la teoría brindada por el instrumento, que los participantes tienen dificultades en mayor o en menor medida para establecer relaciones con los demás, iguales formas muestran una baja matiz de combatividad (lo que les dificulta algunas oportunidades para elevar las ventas o persuadir al cliente) pero esta es moderada por un control adecuado de sí mismo.

Figura 5.

Agresividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre

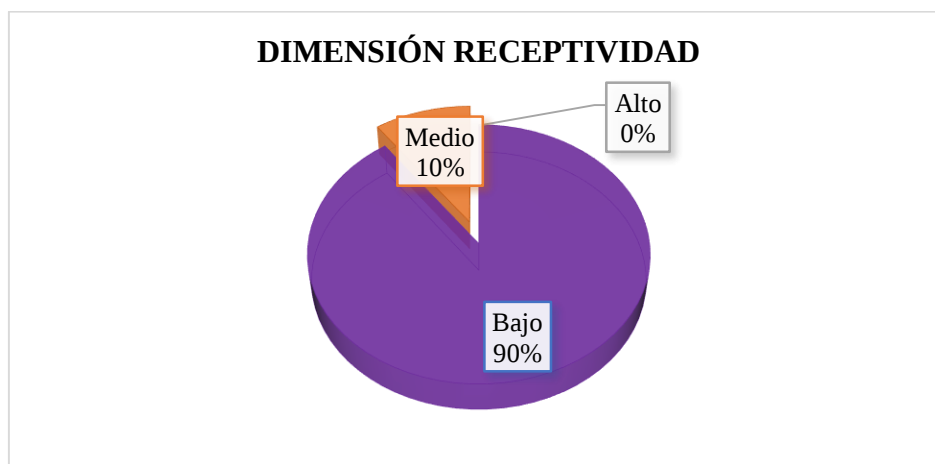


Nota. La figura muestra los resultados en la dimensión de agresividad. Elaboración propia (2022)

En lo referente a la agresividad en la figura 5, se puede determinar una mayor tendencia por el nivel medio con un 65% de los participantes, pero en cambio se puede observar en segundo lugar un 25% que presenta un nivel de agresividad alto, frente a un 10% del nivel bajo. Es importante aclarar que esta escala no tiene un matiz peyorativo, por el contrario, en el nivel alto se encuentran las personas que suponen una buena capacidad para soportar las situaciones conflictivas o para provocar las con el deseo de ganar, también implica tendencia a actitudes dominantes y dinámicas, por otro lado, en el nivel bajo se pueden describir a las personas que manejan con dificultad situaciones conflictivas, tienen actitudes poco dominantes y suelen evitar los riesgos.

Figura 6.

Receptividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre



Nota. La figura muestra los resultados en la dimensión de receptividad. Elaboración propia (2022)

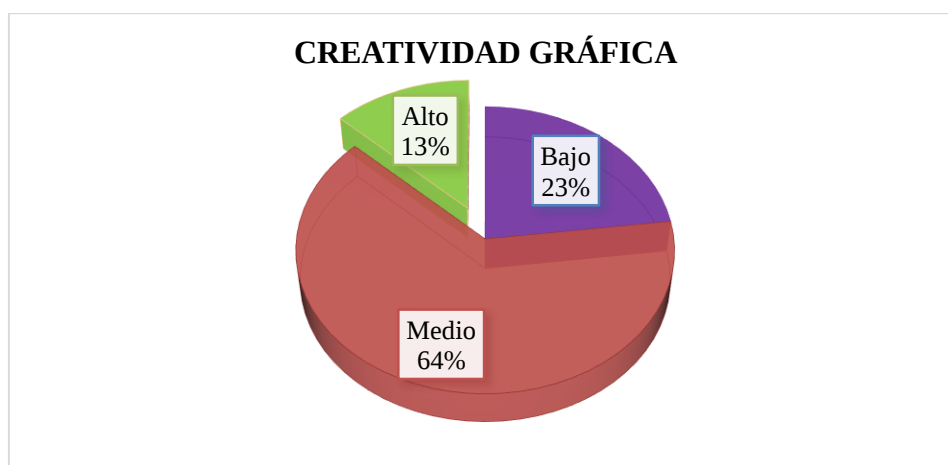
Por último, se observa que referente a la Receptividad de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre la tendencia predominante es el nivel bajo con un 90% de los participantes, en opción al nivel alto que no registro ningún valor con un 0%, y el 10% restante se ubica en el nivel medio. Con fundamentación en la teoría se interpretar que el 90% de los participantes presenta dificultades en la expresión de cualidades empáticas, se les dificulta una adaptación rápida o fácil a personas o situaciones diferentes, lo cual indica una baja tolerancia a la frustración y dificultades en el control de sí mismo.

Creatividad de los emprendedores

El tercer objetivo del estudio se relaciona con los niveles de creatividad de los emprendedores, según sea narrativa o gráfica, a continuación, se presentan los hallazgos obtenidos tras la aplicación del instrumento PIC-A para medir la creatividad en la población de estudio seleccionada. Cabe precisar que se presentan primero los resultados de acuerdo con las dimensiones y luego, la creatividad general encontrada.

Figura 7.

Creatividad grafica de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre



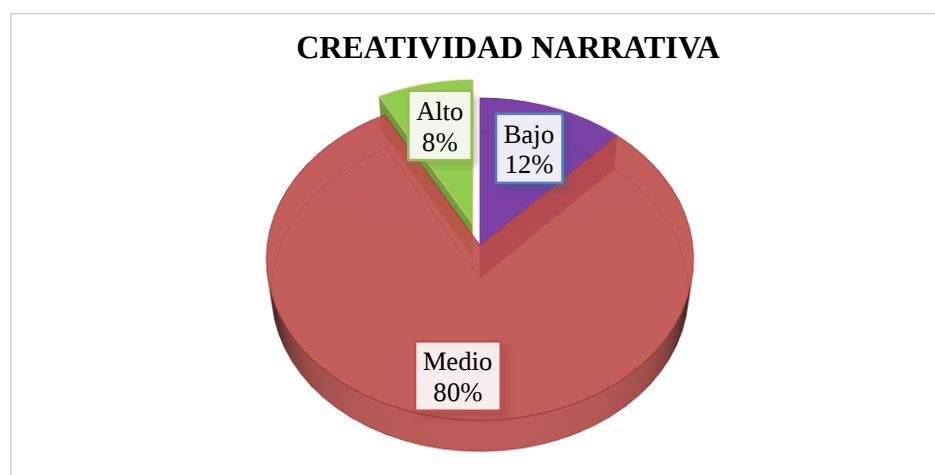
Nota. La figura muestra los resultados en la dimensión de creatividad gráfica.

Elaboración propia (2022).

Como se muestra en la figura 7 hay una predominancia en la frecuencia del nivel medio con un 64% de la muestra, seguida por un 23% de la población que puntuó con nivel bajo, por último, el indicador más bajo lo tiene el nivel alto con un 13%. Como lo indica el instrumento la población en gran medida muestra un determinado grado de llevar a cabo asociaciones y desarrollar en mayor o en menor medida nuevas combinaciones a la hora de trabajar en tareas no verbales.

Figura 8.

Creatividad narrativa de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre



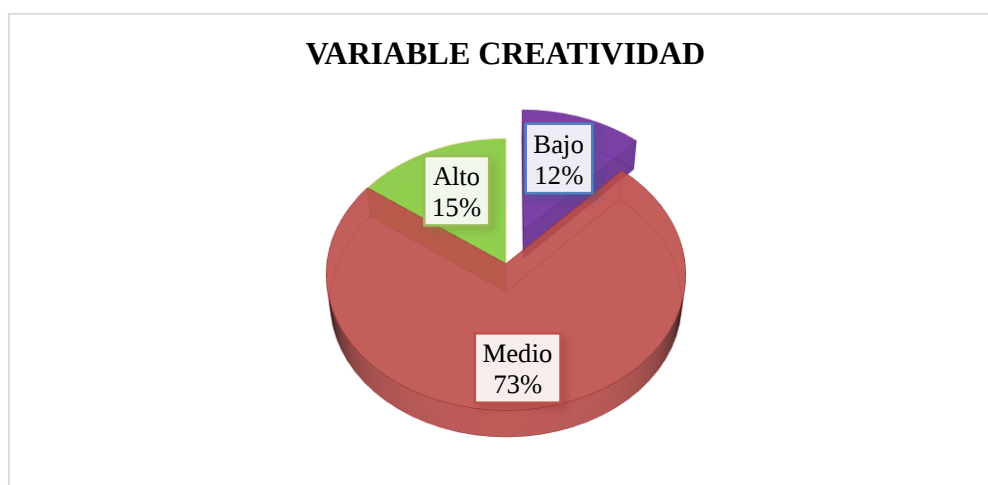
Nota. La figura muestra los resultados en la dimensión de creatividad narrativa.

Elaboración propia (2022).

En esta misma línea, la figura 8 muestra al igual que las anteriores, una mayor predominancia en la puntuación categórica de medio con un 80%, en segundo lugar le sigue una puntuación en el nivel bajo en el 12% de la población y por último, el nivel alto con un 8%. Esto indica un manejo regular del pensamiento divergente cuando se aplica soluciones a problemas de contenido verbal.

Figura 9.

Creatividad general de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre



La variable de creatividad, en su calificación general, los resultados obtenidos muestran como se observa en la figura 9, que en mayor proporción se encuentra el nivel de medio con un 73%, en segundo lugar, con mayor frecuencia se encuentra el nivel bajo con un 12% y por último el nivel alto tiene un 15%. El instrumento indica que las personas ubicadas en el nivel alto muestran en promedio una mayor facilidad para producir ideas en especial una producción de ideas divergentes, lo que les permite tener una flexibilidad espontanea de su pensamiento o en su capacidad en las ideas producidas en una situación relativapoco estructurada.

Correlación Entre Los Rasgos De Personalidad Y Creatividad De Los Emprendedores

Primera Hipótesis.

- **HO (hipótesis nula):** No existe una relación entre los rasgos de personalidad de disposición general para las ventas, agresividad y receptividad, con el emprendimientolas personas adscritas a la coordinación de juventudes de la alcaldía de San Onofre
- **HI (hipótesis alternativa):** existe entre relación entre los rasgos de

personalidad de disposición general para las ventas, agresividad y receptividad, con el emprendimiento las personas adscritas a la coordinación de juventudes de la alcaldía de San Onofre

Segunda Hipótesis.

- **HO (hipótesis nula):** No existe una relación entre la creatividad general y el emprendimiento las personas adscritas a la coordinación de juventudes de la alcaldía de San Onofre
- **HI (hipótesis alternativa):** existe una relación entre la creatividad general y el emprendimiento las personas adscritas a la coordinación de juventudes de la alcaldía de San Onofre

Tabla 4.
Demostración de hipótesis instrumento IPV

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de DISPOSICIÓN GENERAL PARA LAS VENTAS se producen con probabilidades iguales.	Prueba de Chi – Cuadrado para una muestra.	,002	Rechazar la hipótesis nula
2	Las categorías de RECEPTIVIDAD se producen con probabilidades iguales.	Prueba de Chi – Cuadrado para una muestra.	,000	Rechazar la hipótesis nula
3	Las categorías de AGRESIVIDAD se producen con probabilidades iguales.	Prueba de Chi – Cuadrado para una muestra.	,004	Rechazar la hipótesis nula

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es de ,05

Nota. La tabla muestra la prueba de normalidad para el instrumento IPV. Elaboración propia (2022).

La tabla 4 indica que la hipótesis nula posee un 5% de nivel de significancia general, esto quiere decir que la probabilidad de error es de ese 5%; mientras que el 95% de la indica que anular o rechazar la hipótesis nula es lo más indicado para el estudio y por lo cual debe prevalecer la hipótesis de trabajo que indica que existe una relación entre los rasgos de

personalidad de disposición general para las ventas, agresividad y receptividad, con los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre– Sucre. También indica que los niveles de significancia interno en la distribución para las tres dimensiones son significativamente altas con un 98%, 99% y un 96% respectivamente, por lo cual la probabilidad de equivocarnos si se rechaza la hipótesis nula es muy baja.

Tabla 5.
Correlaciones instrumento IPV

			RECEPTIVIDAD Categoría	AGRESIVIDAD Categoría	DGV Categoría
Rho de Spearman	RECEPTIVIDAD Categoría	Coeficiente de correlación	1,00	,297**	,569**
		Sig. (Bilateral)	.	,003	,000
		N	40	40	40
	AGRESIVIDAD Categoría	Coeficiente de correlación	,297**	1,000	,679**
		Sig. (Bilateral)	,003	.	,000
		N	40	40	40
	DGV Categoría	Coeficiente de correlación	,569**	,679**	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	,000	.
		N	40	40	40
**, La correlación es significativa en el nivel 0.01 (Bilateral)					

Tabla 6.
Demostración de hipótesis instrumento PIC-A

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de Creatividad Narrativa es normal con la media 31 y la desviación estándar 15,178.	Prueba de Kolmogorov Smirnov para una muestra	,004 ¹	Rechazar la hipótesis nula
2	La distribución de Creatividad General es normal con la media 39 y la desviación estándar 16,877.	Prueba de Kolmogorov Smirnov para una muestra	,025 ¹	Rechazar la hipótesis nula
3	La distribución de Creatividad Gráfica es normal con la media 8 y la desviación estándar 5,140.	Prueba de Kolmogorov Smirnov para una muestra	,039 ¹	Rechazar la hipótesis nula
Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es de ,05				

Nota. La tabla muestra la prueba de normalidad para el instrumento PIC-A.

Elaboración propia (2022).

En la tabla 6, la prueba de kolmogorov smirnov demuestra que se debe rechazar la hipótesis nula debido a que la probabilidad de error al hacer dicho procedimiento es baja aproximadamente de 5%. De forma interna el análisis de datos arroja que la variable de creatividad narrativa ofrece un alto grado de significancia de 4%, mientras que las variables de creatividad general y creatividad grafica indicaron valores internos más altos de 25% y 39% lo cual indica una mayor probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula, pero aun así son valores aceptables para tomar la decisión de rechazar dicha hipótesis.

Tabla 7.
Correlaciones instrumento PIC-A.

			Creatividad General Categoría	Creatividad Narrativa Categoría	Creatividad Gráfica Categoría
Rho de Spearman	Creatividad General Categoría	Coeficiente de correlación	1,000	,773**	,442**
		Sig. (Bilateral)	.	,000	,004
		N	40	40	40
	Creatividad Narrativa Categoría	Coeficiente de correlación	,773**	1,000	,103
		Sig. (Bilateral)	,000	.	,527
		N	40	40	40
	Creatividad Gráfica Categoría	Coeficiente de correlación	,442**	,103	1,000
		Sig. (Bilateral)	,004	,527	.
		N	40	40	40

**, La correlación es significativa en el nivel 0,01 (Bilateral)

Como se puede precisar en el análisis de Rho de Spearman de la tabla 7, los resultados demuestran una relación positiva entre las tres variables de estudio, indicando una relación más significativa entre la creatividad general y la creatividad narrativa, de igual manera el factor de correlación de la variable creatividad general se correlaciona de forma más débil con las otras variables, pero aun así demuestra una relación positiva con estas.

Discusión de resultados

Analizando los resultados del instrumento IPV, es evidente la tendencia a los niveles bajo en las tres dimensiones de la personalidad, si se relacionan dichos resultados al estudio de Gómez (2019), el cual indica que características del perfil psicosocial influyen en la identificación de oportunidades y así mismo la decisión de explorarlas, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de estrategias de emprendimiento. Pr tanto se logra inferir, que las puntuaciones bajas indican una considerable falta de sinergia de los participantes con la intención emprendedora, lo cual también podría explicar la notable diferencia de resultados a comparación de los estudios referidos en los antecedentes.

Los resultados del instrumento de creatividad describen un comportamiento un poco más cercano a los esperadas teóricamente, sin embargo, los participantes denotan un claro estancamiento de sus habilidades creativas, los motivos son inciertos y con la información recolectada somos incapaces de explicar dicho resultado, aun así, una posible explicación se puede encontrar con Carrillo, Rico, & Hernández. (2019) los cuales observaron que los emprendedores y así mismo los empresarios saben que la creatividad es una ventaja competitiva para sus empresas. Sin embargo, reconocen que ni ellos ni los trabajadores son tan creativos como podrían serlo.

Lo anterior, podría indicar algunas debilidades en la formación y capacitación de los emprendedores adscritos en la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre, lo cual es relevante si se considera los antecedentes tales como los de Ardila&luna (2019) quienes demuestra la importancia que representa para los emprendedores acceder a capacitaciones acordes con la toma de decisiones y pensamiento creativo, dirigidos a un constante aprendizaje, donde la creatividad pueda estimular habilidades como la originalidad,

flexibilidad, fluidez.

Por último, es preciso discutir sobre las limitaciones y problemáticas para la ejecución del estudio, lo cual es un aspecto a tener en cuenta en toda investigación. La limitante más grande y significativa para el estudio, se da al momento de la aplicación de instrumentos, ya que, por cuestiones de bioseguridad, la mayor parte de la metodología se desarrolló de forma virtual, lo cual dificulta altamente la capacidad de controlar la veracidad de la ejecución del instrumento, problemática que resulta más grave teniendo en consideración los 87 reactivos que presenta el instrumento IPV.

Partiendo de lo anterior, otro aspecto derivado de la virtualidad que nos afectó fue, no poder tener la oportunidad de interactuar presencialmente con la población de estudio, lo cual coarta la recolección de información de primera mano, por ende, se genera una limitante al momento de generar discusiones profundas de los resultados obtenidos. Otra problemática importante se dio al momento de reclutar participantes, ya que se requería la conectividad y además no tuvimos la oportunidad para explicarle detalladamente el proyecto a la población, por tanto, la muestra fue la mínima necesaria para ejecutar el proyecto.

Conclusiones

En el transcurso de la investigación el foco principal ha sido determinar los rasgos de personalidad y creatividad de los de Los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre. para ello se estudiaron bases de datos y bibliografías, en las cuales se interpreta, la existencia de una relación positiva entre rasgos específicos la personalidad con la puesta en marcha de un emprendimiento, del mismo modo se puede entender las habilidades creativas como parte funcional para llevar un emprendimiento.

La investigación en curso se realizó con el objetivo de determinar la relación entre los rasgos de personalidad y creatividad de los de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre para la cual, se formuló como pregunta problema ¿Cuál es la relación existente entre los rasgos de personalidad y la creatividad de los de los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre? Considerando esto, el trabajo se ha formulado de tal forma, que se pueda dar respuesta a esta pregunta problema y a los objetivos planteados, de este modo, considerando los hallazgos del presente proyecto, cabe resaltar a continuación los postulados que permitieron dar respuesta a esta cuestión.

El primer objetivo específico relacionado con la caracterización sociodemográfica, permite ultimar que la población está conformada por un 77% de mujeres y un 23% hombres, la edad oscila entre los 18 y 40 años, el estrato socioeconómico es nivel 1, para el 60%, 20% para el nivel 2 y 20% para el nivel 3. Con esto, se puede precisar que la mayoría de participantes correspondió al sexo femenino, y que el estrato socioeconómico que predomina en la población es el nivel 1.

Con respecto al segundo objetivo específico que formula identificar los rasgos de personalidad de los emprendedores, de acuerdo a las dimensiones propuestas por el instrumento IPV, cabe precisar una alta tendencia a la baja en las dimensiones catalogadas como disposición general para las ventas y receptividad. Lo cual indica que los participantes describen dificultades en mayor o en menor medida para establecer relaciones con los demás y además algunas dificultades en la expresión de cualidades empáticas, lo cual dificulta una adaptación rápida o fácil a personas o situaciones diferentes, lo cual indica una baja tolerancia a la frustración.

Terminando con los resultados del instrumento IPV, la dimensión agresividad, muestra indicadores más cercanos a los esperados conceptualmente con los antecedentes teóricos, la mayor distribución de participante la encontramos en el nivel medio con un 65%, seguida de un 25% en el nivel alto. Por ende, los participantes en su gran mayoría poseen buena capacidad para soportar las situaciones conflictivas o para provocarlas con el deseo de ganar, también implica tendencia a actitudes dominantes y dinámicas.

El tercer objetivo se formula para determinar los niveles de creatividad, de este modo, mediante el instrumento PIC-A (prueba de Imaginación creativa para adultos) una distribución relativamente semejante en las tres dimensiones estudiadas (creatividad genera, narrativa y gráfica), en las cuales la mayor incidencia de datos se localiza en el nivel medio de los rangos, dejando a los niveles bajo y alto proporciones medianamente cercanas entre sí. Esto demuestra un comportamiento más uniforme del constructo entre sí, y así mismo, muestra resultados más cercanos a la bibliografía, en comparación a los resultados del constructo de personalidad.

Finalmente, el último objetivo, que pretende valorar la relación que existe entre la creatividad y los rasgos de personalidad, permite dar respuesta a la pregunta problema indicándose que son variables que se relacionan, de este modo, cuando existe una

predominancia e algunos rasgos, la capacidad creativa aumenta. Es importante aclarar que las puntuaciones registradas y los indicadores estadísticos no indican una falta de capacidades o habilidades para llevar a cabo un emprendimiento, muestran que las personas presentan características internas que están asociadas con las características que se suelen ver en grupos grandes de emprendedores

Recomendaciones

A manera de recomendación, primero que nada, resulta pertinente por parte de los involucrados en todo el proceso de investigación, analizar detenidamente los resultados obtenidos, dichos resultados pueden significar un beneficio relevante tanto para la población objeto de estudio, como para la entidad bajo la cual se llevó a cabo todo el proceso de recolección de información. Para los emprendedores el conocer las representaciones cuantitativas de sus rasgos de personalidad y creatividad, además mostrando cómo estos se relacionan con la acción de emprender, ofrece una gran oportunidad de autoconocimiento.

Para la coordinación de emprendimiento de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre, tener la capacidad de identificar en su grupo de trabajo características de la personalidad de los emprendedores, ofrece la oportunidad de optimizar y mejorar así mismo el apoyo y recursos que se les ofrece, generando un gran desarrollo del potencial emprendedor, el cual puede estudiarse y replicarse en un futuro en caso tal este de muestre resultados óptimos.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, y, considerando los resultados de este estudio, es imperativo recomendar, fundamentalmente, que se implementen estrategias para fortalecer el componente creativo como un factor fundamental para la creación de ideas innovadoras, esto, utilizando estrategias que favorezcan la apertura cognitiva, implementar actividades que estimulen la creatividad como valoración por el arte, la lectura o pasatiempos, que a su vez, favorecen la producción de nuevas ideas que fortalezcan los emprendimientos. Respecto a los rasgos de personalidad, aunque son características propias de cada individuo, se recomienda principalmente, fortalecer el rasgo de predisposición a las ventas, como un componente determinante en las características de un emprendedor.

Para los psicólogos en formación e investigadores se vislumbra un amplio campo de conocimiento poco explorado en la región, el cual representa oportunidades interesantes para

contribuir a un desarrollo teórico, y, además, con un potencial capaz de ayudar a impulsar la población emprendedora. Por lo anterior seguir investigando dicha temática se hace relevante dado que, un solo estudio con tantas limitantes y dificultades no es capaz de aterrizar sobre la mesa la magnitud real de la psicología de una persona emprendedora.

En correspondencia lo anterior, se recomienda entonces, a futuros investigadores continuar considerando los rasgos de personalidad como un componente fundamental y determinante en el éxito de un emprendedor, se recomienda abordar nuevos estudios relacionando esta variable con componentes como la capacidad de liderazgo, pensamiento innovador o la toma de decisiones en los negocios. A psicólogos, especialmente en el campo organizacional, se recomienda apoyar en las estrategias a implementar para fortalecer el componente creativo entre los miembros de una organización.

Por otro lado, la recomendación va dirigida a la universidad popular del cesar, ya que la institución posee una gran capacidad investigativa y operacional, la cual permitirá generar grandes avances teóricos, gracias al desarrollo de investigaciones más profunda y detallada, que permita abordar características específicas de los emprendedores, ampliando inclusive el objeto de estudio más allá del área de estudio de la psicología, impulsando la creación de un amplio estudio interdisciplinario.

Por último, a la unidad de emprendimiento de la universidad popular del cesar, se le invita a estudiar este proyecto, el cual originalmente fue planeado para desarrollarse con su población y bajo su supervisión, sin embargo, por distintos motivos no se concretó. A pesar de las dificultades creemos en la implementación de instrumentos psicológicos que permitan a la entidad la capacidad para desarrollar métodos más eficientes y dinámicos para el reclutamiento y desarrollo de emprendedores, optimizando de esta forma los recursos y capacidades.

Referencias

- Alexis, J., & Torres, R. (2019). *Caracterización de la intención emprendedora de los estudiantes de contaduría pública de la sede Ibagué –Espinal*. Retrieved September 10, 2021, from https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16793/6/2019_caracterizaci%C3%B3n_intención_emprendedora.pdf
- Allende, P. (2021). Definición de creatividad desde la perspectiva de distintos autores. <https://www.creatividad.cloud/definiciones-de-creatividad-y-algunos-secretos-para-empezar-a-desarrollarla/>
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. Nueva York: Holt.
- Ardila, M., y Luna, I. (2019). El pensamiento creativo y su incidencia en la toma de decisiones en la comercializadora de excedentes industriales Brisas 20 de Enero. Repositorio UCC. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/14013/4/2019_luna_ardila_creatividad%20innovaci%C3%B3n_incidencia.pdf
- Arango, A. (2018). Representaciones sociales sobre el emprendimiento en estudiantes y egresados de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana-Cali.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. 6ta.
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Artola, T., Barraca, J., Mosteiro, P., Ancillo, I., Poveda, B. y Sánchez, N. (2012). *Prueba de Imaginación Creativa para Adultos*. Madrid: TEA.
- Baños, I. y Ucamayta Y. (2018) rasgos de personalidad y estilos de liderazgo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de arequipa. (tesis de pregrado)

- Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa. Perú.
- Barria, C. (2020) Coronavirus “Estamos muy cerca de una recesión global” por el rápido avance de lapandemia. BBC new mundo. Recuperado de:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-51679342>
- Becerra, L. (19 de agosto del 2021) En el semestre bajó desempleo en regiones y subió en la capital. *ElTiempo*. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/en-el-semester-bajo-desempleo-en-regiones-y-subio-en-la-capital-555327>
- Cabrera, D. (2022). Personalidad creativa: qué es y principales rasgos de las personas creativas. Cinconoticias. <https://www.cinconoticias.com/personalidad-creativa/>
- Cancela, R; Cea, N; Galindo L., Guido; G; Valilla, S. (2010) Metodología de la Investigación Educativa: Investigación ex post facto. Universidad Autónoma de Madrid. En línea:
http://www.uam.es/personal_pdi/jmurillo/InvestigaciónEE/Presentaciones/Curso_10/E-X-POST-FACTO_Trabajo.pdf
- Cárdenas Gutiérrez, Publio Andrés, Milena, D., & Cocuy, V. (2019). Perfil emprendedor de los estudiantes de pregrado y postgrado de la Universidad Cooperativa de Colombia – sede Villavicencio. *Ucc.edu.co*. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/20.500.12494/12285>
- Carrillo, A. (2015). Población y muestra.
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Carrillo, A., Rico, F. C. C., & Hernández, R. V. R. (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*
- Cloninger, S. (2003). Teorías de la personalidad (3ra edición). Editorial Prentice Hall.
- De Bono, E. (1970). El pensamiento lateral. Manual de creatividad. Editorial Paidós.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE (2020) Principales indicadores

- delmercado laboral – enero de 2020. Recuperado de: Domínguez Granda, J. B. (2016). Excel Office. (2019). Excel (versiones 2019 office 365). ENI 9782409024887. Obtenido de Wikipedia, la enciclopedia libre:
https://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Excel<https://www.redalyc.org/pdf/2972/297225531007.pdf>
- El Espectador (5 de abril del 2018) ¿Cómo estimular e emprendimiento en as universidades? Recuperado de: <https://www.elespectador.com/economia/como-estimular-el-emprendimiento-en-las-universidades-articulo-747984>
- El Tiempo (26 de marzo del 2020) ¿Qué es puede pasar a empresas que no dejen tele trabajar a empleados? Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/economia/empresas/coronavirus-que-le-pasa-a-empresas-que-no-dejan-teletrabajar-durante-cuarentena-477190>
- Enrique guzmán y valle Koepsell, D. & Ruiz, M. (2015) Ética de la Investigación, Integridad Científica. Tlalpan, México, D.F. Mexico. Combioetica.
- Escobar, A. A. H., Rodríguez, M. P. R., López, B. M. P., Ganchozo, B. I., Gómez, A. J. Q., & Ponce, L. A. M. (2018). *Metodología de la investigación científica* (Vol. 15). 3Ciencias.
- Fidias G. Arias Odón. Audivert Valencia, Z. (2015). Capacidad intelectual, creatividad y factores de personalidad en estudiantes con buen rendimiento académico del Urabá Antioqueño. Banco de la Republica (2009) La economía colombiana y la fuerte volatilidad internacional. Recuperado de:
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones/informe-del-gerente-septiembre-2018>
- Garay, S. (2018). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. Ploutos, 7(2), 34-41. Recuperado a partir de

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873>

García, J., López, J., Jiménez, F., Ramírez, Y., Lino, L., & Reding, A. (2014). Metodología de la investigación bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud. Vol Edición, 2.

Gerosa, F. (2016). Personalidad, Autoestima y Desempeño Académico. Una aproximación complementaria a partir de la Teoría de los Cinco Factores de la personalidad. {PSOCIAL},2(2), 46-53.

Gómez, K (2019) Perfil psicosocial de la persona emprendedora. Universidad cooperativa de Colombia. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/13383>

Guilford, J.P. (1968). Intelligence, education and their educational implications. San Diego, estados unidos

Hernández, R. (2019) Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género. *Revista Academia & Negocios*. 4 (2), 1-12.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación, Sexta Edición, Editorial McGraw-Hill.

<https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Huilcapi Masacón,M.R., & Mora Aristega, J. E.(2020). Cultura, creatividad y gestión componentes para la generación de emprendimientos. Magazine De Las Ciencias:Revista De Investigación EInnovación, 5(6), 61-67.

<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/811>

Kappel, M. (2021). ¿Su personalidad está alejando a la gente? Los 5 rasgos que pueden arruinar su negocio. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/es/liderazgo/su-personalidad-esta-alejando-a-la-gente-los-5-rasgos/409169>

Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en

Ciencias Sociales. Interamericano.

Laura, A. y Llamocca, N. (2019) Creatividad como base fundamental para el emprendimiento.

(tesis de pregrado) Universidad Peruana Unión. Juliaca. Peru.

León Amórtegui, D. I., & Correa Hamann, M. C. (2019). Determinantes cognitivos y socioemocionales de la elección del emprendimiento como primera actividad económica.

Les Editions du Centre de Psychologie Appliquée. (1977). Inventario de Personalidad para Vendedores. Editorial manual Moderno.

Lucana Meza, V. J. (2019). La Personalidad. Universidad nacional de educación

Manual de metodología de la investigación científica. Ediciones, T. (1997). Inventario de personalidad para vendedores-IPV. Madrid: Departamento I+ D de Tea Ediciones.

McCrae, R. y Costa, J. (1999). Mainstream personality psychology and the study of religion. *Journal of Personality*, 67(6), 1209-1218.

Millon, T. (2006). Trastornos de la personalidad en la vida moderna (2da ed.). Barcelona: Masson.

Morales, M. (2019). Desempleo afecta economía del país. Uni minuto radio. recuperado de: <https://www.uniminutoradio.com.co/desempleo-afecta-economia-del-pais-preocupa/>

Moya J, maestre H, maestre E, dutil V, (2004) Red nomologica de las dimensiones de personalidad del modelo de costa y mccrae en adolescente; Universidad Jaume recuperado de: [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78966/forum_2004_15.pdf?sequence#:~:text=Costa%20y%20McCrae%20\(1999\)%20entienden,estructuras%20estables%20en%20la%20aduldez](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78966/forum_2004_15.pdf?sequence#:~:text=Costa%20y%20McCrae%20(1999)%20entienden,estructuras%20estables%20en%20la%20aduldez)

Organización de las Naciones Unidas ONU (2020) Situación y perspectivas de la economía

- mundial2020: resumen mundial. Recuperado de:
<https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-2020-resumen-ejecutivo/>
- Orozco Cabrera, M. M., & Rojano Anguila, I. M. (2020). Cognición y emprendimiento una revisión sistemática de la literatura durante el año 2009 al 2019.
- Ortiz, P. (2016) Actitud emprendedora de los jóvenes españoles en un contexto de crisis. *Revista de Ciencias Sociales*. 22 (1), 139-152.
- Parra, A. M., Rubio, G. G., & López, P. L. (2017). Emprendimiento y creatividad. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda
- Portafolio (30 de julio del 2021) El desempleo en Colombia en junio fue de 14,4 %. *El Tiempo*. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/desempleo-en-colombia-para-junio-del-2021-554574>
- Rabolini, N. M. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. *Revista argentina de humanidades y ciencias sociales*, 2.
- Rincón, S. (2022). ¿Cuál es el recurso inagotable para un emprendimiento exitoso? Forbes. <https://forbes.co/2022/02/04/capital-humano/cual-es-el-recurso-inagotable-para-un-emprendimiento-exitoso-endor-frank-moreno/>
- Rodríguez, M. (2017). Desarrollo, Creatividad e Innovación I. Areandina. https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1686/RP_eje1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sabino, C. (2014). El proceso de investigación. Editorial Episteme.
- Schultz, D., y Schultz, S. (2009). Teorías de la personalidad (9na ed). México: Edamsa.
- Santaella, Maribel (2006). La evaluación de la creatividad. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 7 (2), 89-106. [Fecha de Consulta 7 de Diciembre de 2021]. ISSN:

- 1317-5815. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41070207>
- Salazar, M., Barreras, H., Nuñez, L. y Flor, F. (2019) Emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial del Ecuador. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*. 6(10), 501-512. doi 10.35381/cm.v6i10.157
- Sinisterra, M., Palacios, J., Gantiva, C. (2009). Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición. *Psychologia. Avances de la disciplina*. Vol. 3 (2). pp. 81-107.
- Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.
- Teresa, M., & Serrano, E. (2004). *CREATIVIDAD: DEFINICIONES, ANTECEDENTES Y APORTACIONES*. Retrieved October 21, 2021, from https://www.ru.tic.unam.mx/bitstream/handle/123456789/693/ene_art4.pdf?sequence=1&isAllo wed=y
- Torres, R. H. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.
- Toro, J. (11 de mayo de 2021) España, Italia y Colombia, entre los países de mayor desempleo juvenil según la Ode. *La Republica*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/espana-italia-y-colombia-entre-los-paises-de-mayor-desempleo-juvenil-segun-la-ocde-3167568>
- Valqui, R. (2009). La creatividad: conceptos, métodos y aplicaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*. Vol. 49 (2). <https://rieoei.org/historico/expe/2751Vidal.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

San Onofre, 22 de septiembre del 2021 Cordial saludo.

Usted es invitado a participar en la prueba psicológica:

El objetivo de esta prueba consiste en: *Determinar los rasgos de personalidad y creatividad de los de Los emprendedores adscritos a la coordinación de juventudes de la alcaldía municipal de San Onofre – Sucre*

A continuación, se describen las condiciones de participación en la investigación:

La participación es libre y voluntaria. Luego de iniciada la entrevista, Ud. puede decidir retirar a su representado y disentir cuando lo deseen.

La participación en la actividad no genera riesgo a la salud y bienestar

Sus datos y resultados individuales serán usados únicamente con fines académicos, descartando cualquier uso económico, laboral o cualquier otro. En caso de tener dudas o reclamos al respecto, podrá comunicarse con el investigador (datos de contacto más adelante) y también podrá adelantar el debido proceso por medio de la Universidad Popular del Cesar, así como por el Colegio Colombiano de Psicólogos COLPSIC, según lo establece la Ley 1090 de 2006 para la profesión de psicología; de igual manera, al tratarse de participantes menores de edad, recuerde que su representado es protegido por el Código de Infancia y Adolescencia, Ley 1098 de 2006.

Los datos y resultados individuales serán usados de manera confidencial, según lo exige el artículo 2 numeral 5 de la Ley 1090 de 2006 al rol del psicólogo. La única excepción a esta condición sucede si alguna autoridad judicial competente (por ejemplo, fiscalía) solicita a los investigadores el acceso a la información, o si hay inminencia de riesgo al bienestar físico o mental del participante. En cualquier instante se puede acceder a la información de su representado, previa solicitud escrita firmada por Ud.

Los investigadores tienen el derecho de realizar publicación en medios de comunicación académicos como revistas, seminarios, foros, etc., de los resultados obtenidos en la investigación.

Los investigadores pueden cancelar o terminar unilateralmente la toma de datos o intervención, previa información a usted.

Para la aceptación de las condiciones señaladas, lo invitamos a diligenciar los siguientes datos.

Yo _____ identificado con tipo y número de documento (CC) (TI) (RC) _____, de edad en años _____, certifico que me fue socializado el objetivo y fines de la entrevista, sí como de uso de los datos e información individual, y los riesgos asociados; de igual manera, certifico que mi participación sucede de manera libre y voluntaria, y estoy

Firma

A large rectangular box with a black border, intended for a signature.

Anexo 2. Consentimiento informado IPV

CONSENTIMIENTO INFORMADO

A continuación, se describen las condiciones de participación en la investigación:

1. La participación es libre y voluntaria. Luego de iniciada la aplicación de la prueba, ud. puede decidir retirarse y disenter cuando lo deseen.
2. La participación en la actividad no genera riesgo a la salud y bienestar
3. Sus datos y resultados individuales serán usados únicamente con fines académicos, descartando cualquier uso económico, laboral o cualquier otro. En caso de tener dudas o reclamos al respecto, podrá comunicarse con el investigador y también podrá adelantar el debido proceso por medio de la Universidad Popular del Cesar, así como por el Colegio Colombiano de Psicólogos COLPSIC, según lo establece la Ley 1090 de 2006 para la profesión de psicología; de igual manera.
4. Los datos y resultados individuales serán usados de manera confidencial, según lo exige el artículo 2 numeral 5 de la Ley 1090 de 2006 al rol del psicólogo. La única excepción a esta condición sucede si alguna autoridad judicial competente (por ejemplo fiscalía) solicita a los investigadores el acceso a la información, o si hay inminencia de riesgo al bienestar físico o mental del participante.
5. Los investigadores tienen el derecho de realizar publicación en medios de comunicación académicos como revistas, seminarios, foros, etc., de los resultados obtenidos en la investigación.
6. Los investigadores pueden cancelar o terminar unilateralmente la toma de datos o intervención, previa información a usted.

Para la aceptación de las condiciones señaladas, lo invitamos a diligenciar los siguientes datos

Nombre completo *

Texto de respuesta breve

Nº de Documento *

Texto de respuesta breve

Anexo 3. Formulario datos generales

Bienvenida

Cordial saludo. Somos Nora Acosta y Víctor Galindo Egresados del programa de psicología y de la mano de la coordinación de juventudes de la Alcaldía de San Onofre estamos desarrollando una investigación que busca “Determinar los rasgos de personalidad y creatividad de los Jóvenes Emprendedores Adscritos a la Coordinación de Juventudes de la Alcaldía Municipal de San Onofre –Sucre”. Dicha investigación será utilizada como tesis de pregrado y todos los resultados obtenidos serán utilizados bajo las normas de los acuerdos de confidencialidad y sólo con fines académicos.

Para la investigación se aplicarán 2 pruebas psicológicas que son: El inventario de personalidad para vendedores – IPV y prueba de imaginación creativa para adultos PIC-A las cuales se aplicaran una por medio virtual y otra presencial respectivamente. De ante mano agradecemos su colaboración ya que es muy importante para nosotros y nos ayudara acceder al título de psicólogos.

Primeramente, solicitamos unos datos de forma general y después de tener sus respuestas nos comunicaremos directamente con ustedes para la aplicación de las pruebas.

Datos Generales de Emprendedores

Nombre completo: _____

Edad: _____

Sexo: F () M ()

Teléfono: _____

Correo Electrónico: _____

Estrato socioeconómico: 1 () 2 () 3 () 4 o más ()

Nombre del emprendimiento: _____

Año de creación: _____

Breve descripción: _____

Anexo 4. Instrumento PIC-A**JUEGO N° 1****INSTRUCCIONES**

"Mira la imagen e imagina todo lo que podría estar pasando no cuentes una historia, pero escribe todas las ideas que se te ocurran (cada una en una línea diferente). En este juego no hay respuestas correctas o incorrectas, así que deja volar tu imaginación y tu fantasía y trata de escribir todas las ideas que puedas".

Por ejemplo: "Un hombre toca una guitarra"(Límite de tiempo: 10 minutos).



1.

2.

3.
_

4.
_

5.
_

6.
_

7.
_

8.
_

9.
_

10.
_

JUEGO N°2

INSTRUCCIONES

Escribe una lista de todo lo que podrías hacer con un tubo de plástico piensa en cosas interesantes y originales, por muy fantásticas que sean que sean puedes utilizar el número y la longitud de las tuberías que desees".

EJEMPLO: "Como tubería para agua"

1.

-

2.

-

3.

-

4.

-

5.

-

6.
_

7.
_

8.
_

9.
_

10.
_

JUEGO N° 3

INSTRUCCIONES:

"Imagínese lo que sucedería si nunca nos detuviéramos de crecer. No cuente una historia, pero escriba una lista de las cosas que podrían pasar"

Ejemplo: "Necesitaríamos cambiarnos de ropa todo el tiempo".(Límite de tiempo: 10 minutos.)

1.

-

2.

3.

4.

5.

6.

7.

-

8.

-

9.

-

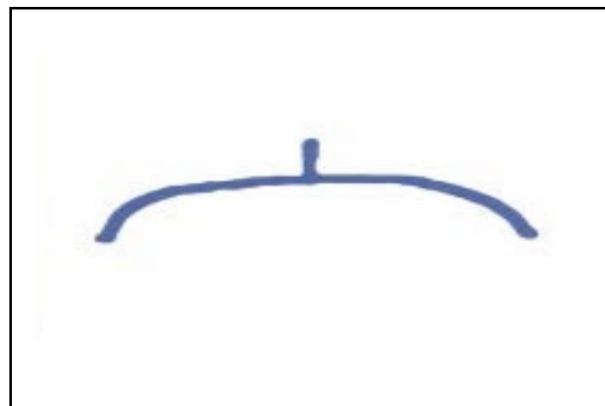
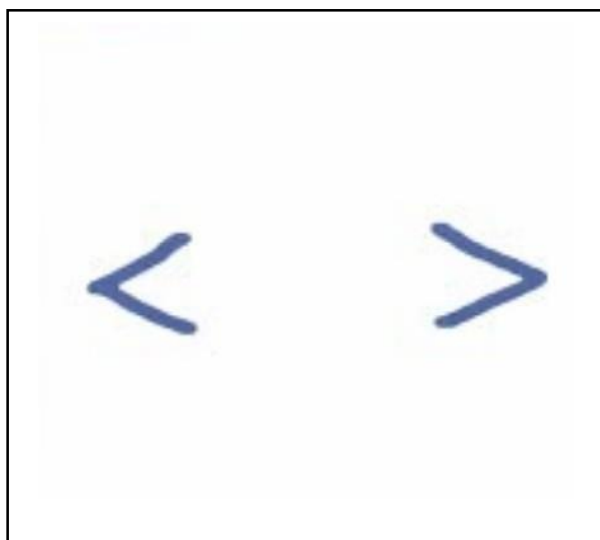
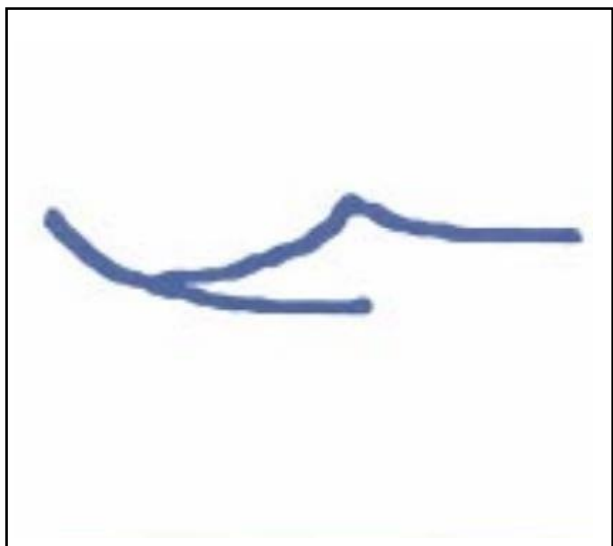
10.

JUEGO N°4

INSTRUCCIONES:

"En esta página verá algunos dibujos incompletos intenta completarlos con tal originalidad que nadie más dibujaría lo mismo. Cuando hayas terminado, escribe un título interesante para cada dibujo".

(Tiempo límite: 10 minutos)



Anexo 5. Instrumento IPV

CUADERNILLO DE PREGUNTAS I.P.V

Instrucciones

En las páginas siguientes encontrará cierto número de situaciones y de preguntas seguidas de varias respuestas posibles. Se le pide que escoja **una alternativa Y SOLO UNA para cada pregunta**, la quede manera espontánea le parezca preferible.

En algunas cuestiones usted estará personalmente implicado, por ejemplo en la siguiente:

Si usted pudiera elegir el tipo de vivienda de manera completamente libre. ¿Qué preferiría?

10. Una casa en el campo con un gran jardín

A. Un lujoso apartamento en una gran ciudad

B. Una casa situada en una calle tranquila de una pequeña ciudad.

En otros casos las situaciones se refieren a personas ajenas, como en el siguiente ejemplo:

J. está comprando en un gran almacén cuando advierte que alguien esconde discretamente un

CD bajo su ropa. ¿Que hará?

A. Dar cuenta del hecho al primer vendedor que encuentre

B. No hacer nada porque piensa que no es cosa suya

C. Indicar al infractor con el gesto o de palabra que ha visto lo que ha hecho

10

En este caso, usted debe contestar lo que en su propia opinión, es más probable que haga J...

En este cuestionario no hay respuestas buenas ni malas; cada uno piensa y actúa como cree conveniente en función de su carácter, de sus intereses, etc.

Para responder dispone de una **Hoja de Respuestas**, en la que debe marcar sus respuestas en la letra que coincida con la alternativa elegida. Compruebe que el número que precede a la fila en que va a responder coincide con el de la pregunta.

Si quiere anular una respuesta, tache o borre la marca correspondiente y señale la nueva elección.

ALGUNAS OBSERVACIONES IMPORTANTES:

- ♦ Responda lo más espontánea y sinceramente posible con la contestación que se le ocurra inmediatamente al leer las alternativas que se proponen. Conteste rápidamente, sin reflexionar demasiado.
- ♦ No de más que una sola respuesta a cada pregunta.
- ♦ Responda a todas las preguntas. Es posible que en algunos casos ninguna de las cuestiones propuestas le convenza del todo; esfuércese entonces en elegir la que crea mejor entre las alternativas que se ofrecen.
- ♦ No hay tiempo límite, pero no emplee demasiado tiempo en cada pregunta.

No escriba absolutamente nada sobre este cuadernillo

NO PASE LA PAGINA HASTA QUE SE LE INDIQUE

Cuestionario

01.- T... debe salir de viaje con una persona de la que no conoce nada. ¿Sobre cuál de los siguientes aspectos de esa persona es preferible informar a T... para que el viaje resulte mejor?

- A. Su estilo de vida.
- B. Los puntos que tengan en común.
- C. Su actividad y responsabilidades personales.

02.- Entre los siguientes tipos de vendedores de prendas confeccionadas ¿Cuál es el que tiene más probabilidades de éxito?

- A. El que presente las últimas novedades.
- B. El que, tratando de conocer el estilo de su cliente se interese por su modo de vida.
- C. El que posea una buena capacidad de convencer.

03.- B... tiene un proyecto importante para la promoción de un nuevo producto y va a exponer su idea ante el Comité de Dirección. ¿Cuál de las siguientes cualidades le será más útil para persuadir a su auditorio?

- A. Competencia técnica y un conocimiento perfecto del tema.
- B. Capacidad para modificar su razonamiento según la actitud del auditorio.
- C. Facultad para mantener el orden de sus ideas a pesar las interrupciones.

04.- Se envía a G... contra su voluntad, a un país extranjero, por el cual no se siente atraído en principio, para una estancia de varias semanas. ¿Cuál será su actitud?

- A. Estimar que la duración de su estancia es demasiado corta para conseguir interesarse.
- B. Tratar de aprender la lengua para comprender mejor a este país y vivir más gusto en él.
- C. No tener más que los contactos estrictamente necesarios para la buena marcha de su trabajo.

05.- Según su opinión, las personas que dicen siempre “su” verdad a los demás, aunque ésta sea desagradable, lo hacen, en general porque:

- A. No saben controlar sus impulsos y dicen espontáneamente lo que piensan.
- B. No les gusta la hipocresía.
- C. Piensan que esto simplifica las relaciones.

06.- Un buen amigo de C... había comenzado bastante brillantemente su carrera profesional, pero los resultados no han sido los que cabría esperar y terminó teniendo numerosos fracasos ¿Qué piensa C... acerca de esto?

- A. Que las condiciones no le han sido favorable.
- B. Que no estaba a la altura necesaria.
- C. Que no ha utilizado bien los medios para salir adelante.

07.- B... encuentra, en casa de unos amigos, a una persona que aparenta una edad muy inferior a la que realmente tiene. ¿Qué opinara B...?

- A. “Probablemente ha encontrado en la vida lo que le convenía”
- B. Tiene buena suerte, es cuestión de naturaleza”
- C. “Seguramente ha tenido una vida fácil”

08.- Para mejorar su estado físico, S... decide aprender judo. Después de unos meses de entrenamiento se da cuenta de que progresa muy lentamente. ¿Cuál será su reacción?

- A. Pensando que realmente no está hecho para el judo, elegirá otro deporte.
- B. Convencido de que no está dotado para las actividades corporales buscará otra forma de actividad.
- C. Continuará sus esfuerzos con la esperanza de que seguramente serán un día coronado por el éxito.

09.- P... se acuesta una noche muy fatigado, pero no puede dormirse porque sus vecinos del piso superior han organizado una fiesta muy ruidosa. ¿Qué hará?

- A. Subir y advertir a sus vecinos.
- B. Dar con la escoba algunos golpes en el techo.
- C. Tomar un somnífero y tratar de dormir cueste lo que cueste.

10.- Dado que no tiene computador, G... llega a un local de internet para enviar un mail justo a la hora de cerrar. El encargado le dice que es demasiado tarde, que va a cerrar. ¿Qué hace C...?

- A. Ir a casa de un amigo donde puede poner el mail.
- B. Convencer al encargado de que su mail es muy urgente y que debe salir inmediatamente.
- C. Ir a un local que cierra más tarde.

11.- X... hace un viaje de turismo por un país en que es costumbre discutir los precios. ¿Cuál será su actitud?

- A. Hará pocas compras porque le molesta tener que discutir siempre.
- B. Hará numerosas compras, incluso un poco inútiles, porque le encanta discutir los precios.
- C. Convencido de que le timarían, preferirá los almacenes de precio fijo.

12.- Sin tener en cuenta la formación y competencias necesarias. ¿Cuál de las siguientes direcciones y servicios le gustaría asumir?

- A. Gestión.
- B. Personal.
- C. Publicidad.

13.- Un escritor poco conocido acaba de recibir el premio Planeta. ¿Qué cree usted que preferirá hacer?

- A. Escribir menos y aprovecharse de su éxito para salir, recibir a la gente y hacer una vida de sociedad.
- B. Intentar escribir una obra maestra.
- C. Dedicarse a la pintura e intentar triunfar también en ella.

14.- Si usted se encontrara en una situación de examen en la que pudiera elegir entre los temas, ¿Cuál escogería?

- A. Un tema ampliamente tratado durante el curso con el que tiene, casi la plena seguridad de alcanzar la nota necesaria.

- B. Un tema que le permita, con un mínimo de conocimientos pero con mucha lógica e imaginación, obtener una calificación muy buena pero, quizás, también muy mala.

15.- Entre las siguientes actividades de descanso físico en la naturaleza ¿Cuál prefiere usted?

- A. Una vuelta por la bahía cuando el mar este agitado.
- B. Un baño de sol en una playa de arena fina, en un hermoso día de verano con el aire en calma.
- C. Un paseo por el campo en primavera.

16.- ¿Qué es, a su juicio, lo que atrae a más gente en los viajes o estancias en el extranjero?

- A. Los paisajes nuevos.
- B. El descubrimiento de otra civilización artística.
- C. El contacto con una población de costumbres muy diferentes.

17.- P... camina rápidamente por la calle y parece que tiene prisa. Un joven que realiza una encuesta le detiene parahacerle unas preguntas extrañas, pero divertidas. ¿Qué hará P...?

- A. Rehúsa con firmeza contestar a las preguntas.
- B. Responde rápidamente, porque lo encuentra divertido.
- C. Excusarse de no tener tiempo para responder, sintiendo de verdad no poder hacerlo.

18.- L... trabaja en una empresa en que recibe muy pocas informaciones a nivel oficial. ¿Qué opina usted de ello?

- A. Que será muy difícil obtener información.
- B. Que con los “rumores de pasillo”, eso no constituye problema.
- C. Que, de hecho, es muy difícil estar informado; bastara conocer a algunas personas bien situadas.

19.- Son las 11 de la noche. Hay numerosos vehículos estacionados en la calle, algunos sobre las aceras. P... vedesde su ventana a uno que trata de abrir la puerta de un auto; parece que no tiene llave y utiliza un destornillador. ¿Cuál será la reacción de P...?

- A. Probablemente es un ratero que trata de robar. ¿Y si yo llamase a la policía?
- B. “Alguien ha quedado atrapado en la vereda y trata de mover un coche para salir”.
- C. “¿Qué estará haciendo? Parece que utiliza un destornillador”.

20.- Cuando un niño ha cometido una gran tontería. ¿Cuál es, a su modo de ver, la mejor reacción?

- A. Castigarle, explicándole por qué se hace.
- B. Explicarle la significación de su tontería situándolo en su contexto.

C. Apelar al amor propio del niño

21.- B... tiene varios hijos y ha decidido intervenir en la educación sexual de cada uno de ellos. ¿Qué procedimiento le parece a usted que adoptará probablemente?

- A. Reflexionar sobre el asunto y preparar, con el hijo mayor, un tipo de intervención que luego
- A. mantendrá con los demás hijos.
- B. Seguir su intuición o sus sentimientos.
- C. Adoptar un modo de proceder distinto con cada hijo.

22.- ¿Cuál es para un niño la manera más “astuta” de presentar unas calificaciones escolares poco brillantes.

- A. Enseñarlas lo antes posible para librarse de ello.
- B. Presentarlas el lunes a la hora del desayuno.
- C. Presentarlas en el momento en que se pueda apostar, además, alguna compensación.

23.- El hijo de G... ha entrado en el despacho de su padre a pesar de que éste se lo tiene prohibido, y ha derramado un vaso sobre papeles importantes. G... furioso, le da un buen tortazo. ¿Qué pensará G...algún tiempo después?

- A. Que un buen azote de vez en cuando no viene mal.
- B. Que tal vez se ha excedido un poco.
- C. Que es conveniente enfadarse de verdad una vez para no tener que volver a hacerlo.

24.- Una persona con la que D... se relaciona muy frecuentemente acaba de jugarle una mala pasada. ¿Cuál será la reacción de D...?

- A. No muestra ninguna, pero se da cuenta de que le será muy difícil ocultar durante mucho tiempo su resentimiento.
- B. No dice nada porque piensa que el daño causado es tal vez menor del que había creído.
- C. Se esfuerza en ocultar su resentimiento para no entorpecer sus futuras relaciones.

25.- N... asiste a una comida. Se da cuenta de que, a causa de una opinión que se le ha escapado, acaba de provocar una situación tensa en el grupo. ¿Qué cree usted que será para él lo más desagradable?

- A. El sentimiento de que algo va a dificultar notablemente el contacto.
- B. El pensamiento de que se le va a juzgar a causa de esta observación.
- C. El disgusto de haber hablado sin pensar.

26.- P... está jugando a las cartas con sus amigos, a pesar de sus esfuerzos, pierde varias veces seguidas. ¿Cuál es, según usted, su reacción más probable?

- A. “Después de todo, esta tarde he perdido bastante. Seguramente ganaré la próxima vez”.
- B. “Siempre ocurre lo mismo; el juego de las cartas no se me da bien”.
- C. “Realmente no estoy en forma esta tarde”.

27.- R... está sentado en un cine al lado de personas que no se callan y hacen frecuentes comentarios. ¿Qué hará R...?

- A. Rogarles que se callen
- B. Cambiar de lugar
- C. Concentrarse más en la película para evitar la molestia.

28.- T... trabaja en una gran empresa. Ha efectuado algunos cambios en la organización de trabajo y es muy criticado por gran parte de sus colegas. ¿Cuál será la reacción de T...?

- A. Tratar de justificar su posición ante sus colegas.
- B. Pensar que, en cualquier caso, nunca se consigue la unanimidad.
- C. Replantearse el problema.

29.- ¿Qué piensa usted cuando ve a un niño enfrentarse a los adultos?

- A. Está mal educado.
- B. Probablemente tiene serias dificultades en sus relaciones con los demás.
- C. Posee una fuerte personalidad.

30.- M... debe contratar a un colaborador que se encargará de la dirección de su servicio. Teniendo en cuenta que tendrá responsabilidades jerárquicas, ¿a cual de las cualidades siguientes dará M... más importancia?

- A. Tener autoridad.
- B. Ser convincente.
- C. Ser justo.

31.- Entre los siguientes estilos de conducir un automóvil en carretera, ¿cuál es, a su parecer, el más frecuente adoptado por los automovilistas?

- A. Pensando en la mecánica y en la seguridad, apenas fuerzan la velocidad de su vehículo.
- B. Estimando que es tan peligroso circular demasiado despacio como demasiado a prisa, adelantan a los vehículos que les obligan a ir lentamente.
- C. Toleran de mala gana no tener vía libre y adelantan sistemáticamente a los vehículos que van delante de ellos.

32.- ¿Qué es lo que más valora cuando usted va a un restaurante?

- A. Una buena cocina.
- B. Un ambiente agradable.
- C. La posibilidad de comer el plato especial de la casa.

33.- Una señora va de compras a un almacén que se encuentra bastante lejos de su casa. A la puerta del almacén se da cuenta de que ha olvidado su monedero y su talonario de cheques. Sin tener en cuenta el tiempo que dispone, ¿Qué piensa usted que hará?

- A. Volver a su casa a buscar lo que ha olvidado.
- B. Ver si conoce a alguien por la zona que pueda prestarle dinero o tratar de que le vendan a crédito.
- C. Dejar las compras para otra ocasión y aprovecha la oportunidad para dar un paseo por el barrio.

34.- M... está soltero. Ha tenido un año de trabajo muy fuerte y debe tomar una decisión sobre sus vacaciones. ¿Qué elegirá?

- A. Pasar un mes en la costa para poder leer, caminar y descansar.
- B. Visitar una región del país que no conoce.
- C. Hacer una larga marcha a pie o en bicicleta porque piensa que el deporte es el mejor de los descansos.

35.- ¿Cuál es, a su modo de ver, la mejor manera de descansar durante el fin de semana para un hombre que trabaja todos los demás días?

- A. Reunirse con los amigos.
- B. Ir al cine.
- C. Leer.

36.- Si usted dispusiera de un año de libertad y de los medios necesarios para hacer lo que quisiera, ¿cuál elegiría entre las actividades siguientes?

- A. Dar la vuelta al mundo en solitario a bordo de un velero.
- B. Participar en una carrera automovilística Madrid-Bombay.
- C. Visitar el mayor número posible de países.

37.- Un empleado administrativo, incorporado reciente-mente a la empresa, pide a X..., uno de sus compañeros, que le preste una pequeña suma de dinero hasta el mes siguiente. ¿Qué hará X...?

- A. Le prestará el dinero sin hacerle ninguna pregunta para no ponerle en un aprieto.

- B. Le prestará el dinero porque a él le gustaría que le hicieran lo mismo si lo necesitara.
- C. No le dará el dinero, considerando que su compañero tiene, probablemente, buenos amigos dispuestos ayudarle.

38.- B... se ha puesto, sin quererlo, fuera de la legalidad y debe escoger a un abogado para que le defienda. ¿Sobre cual de los criterios siguientes basará su elección?

- A. Su reputación de elocuencia.
- B. Sus buenas relaciones con la magistratura.
- C. Su perspicacia psicológica.

39.- E... ha sido nombrado recientemente para un puesto que implica responsabilidades jerárquicas importantes. ¿Qué actitud tomará probablemente frente a sus subordinados?

- A. Modificar su forma de mandar según las personas y las circunstancias.
- B. Fijarse un sistema de mando bien elaborado e idéntico para todos.
- C. Basándose en la experiencia, dejarse guiar por su intuición.

40.- R... tiene que hablar sobre informática a empleados que no tienen ningún conocimiento en este campo. ¿Cuál de las siguientes alternativas le planteará menos problemas?

- A. Utilizar un vocabulario comprensible para todo el mundo.
- B. Interesar al auditorio y mantener su atención.
- C. Hacer participar a todos los asistentes.

41.- L... asiste a un partido de fútbol entre dos equipos muy conocidos. El partido es muy disputado y los dos equipos rinden al máximo. Entre los espectadores el entusiasmo es tremendo:

- A. L... se contenta con aplaudir las jugadas más brillantes.
- B. L... es dominado por la agitación general: grita y gesticula como los otros.
- C. L... discute con sus vecinos sobre las jugadas de los futbolistas.

42.- B... atraviesa la calle por un paso de peatones con el semáforo en rojo. Un auto aparece a gran velocidad y se detiene repentinamente a pocos centímetros de B... ¿Cuál va a ser la reacción inmediata de éste?

- A. Hará una observación irónica al mismo tiempo que le maldice interiormente al conductor.
- B. Dará airadamente su opinión al conductor sobre su manera de conducir.
- C. Lanzará al conductor algunos insultos que no puede reprimir.

43.- A su modo de ver, ¿cuál es, entre los siguientes aspectos, el más desatendido actualmente en la educación de su hijo?

- A. La aceptación de responsabilidades.
- B. El gusto por el trabajo bien hecho.
- C. La capacidad de desenvolverse solo rápidamente.

44.- T... acaba de fracasar en un examen. Uno de sus amigos le dice que algunos fracasos son útiles en la vida. ¿Qué responderá él?

- A. “Se ve que no estás en mi lugar, yo preferiría no pasar por esto”.
- B. “Puede que tengas razón”.
- C. “Admite, por lo menos, que cuando ocurre es difícil de aceptar”.

45.- L... se encuentra en una reunión amistosa. Sabe muy bien que la mayor parte de las personas presentes tienen opiniones muy diferentes a las suyas. ¿Qué piensa usted que hará?

- A. Evitar toda discusión.
- B. Provocar la discusión.
- C. Dar su opinión al no poder evitarlo.

46.- ¿Qué cualidad le parece más útil en las relaciones sociales?

- A. La tolerancia.
- B. La sinceridad.
- C. La aceptación de compromisos.

47.- M... acaba de modificar totalmente sus apartamento e invita a sus amigos a la inauguración. Entre los cumplidos que le hagan ¿Cuál será para él más agradable?

- A. Una felicitación sobre su buen gusto.
- B. Un elogio sobre la forma en que ha sacado partido de la disposición de las habitaciones.
- C. Una alabanza a su originalidad, porque su decoración no se parece a ninguna otra ya vista.

48.- S... llega en el momento de una discusión entre dos personas a las que conoce poco. El tema del que hablan, muy específico, le es totalmente desconocido y apenas le interesa. ¿Cuál será su reacción?

- A. Interviene para informarse, aún a riesgo de parecer ignorante.
- B. Trata de interesarse porque no quiere parecer incorrecto
- A. No interviene, porque no puede aportar un punto de vista interesante sobre el asunto.

49.- R... llega con retraso a una reunión de copropietarios. ¿Qué es lo que probablemente le molestará más?

- A. La idea de que hayan podido aprovecharse de su ausencia para tomar una decisión con la que él no esté de acuerdo.
- B. El temor de tener dificultad para integrarse en la discusión.
- C. La perspectiva de parecer descortés.

50.- Se ha pedido a F... un informe lo más objetivo posible sobre su modo de ser. ¿Quién decidirá el que lo haga?

- A. Su mujer.
- B. Su grupo de amigos.
- C. El mismo.

51.- X... quiere construir una casa. ¿Cuál de las siguientes soluciones elegirá?

- A. Llamar a un arquitecto.
- B. Hacer los planes él mismo y trabajar directamente con un constructor.
- C. Hacer los planos con un amigo que acaba de hacer una casa.

52.- T... es un hombre de negocios generalmente muy ocupado. Una cita anulada a última hora le permite tener una mañana libre totalmente imprevista. ¿Cómo cree usted que la utilizará?

- A. Aprovechará para levantarse pronto y pasar la mañana practicando su deporte favorito.
- B. Hará el balance de la semana que acaba de pasar.
- C. Constituye para él una ocasión muy poco habitual de poder “perder su tiempo” y la aprovechará

53.- D... va a ir a un país del que no conoce nada. Para preparar su viaje, ¿Qué cree usted que hará?

- A. Leer libros y guías sobre ese país.
- B. Preguntar a amigos o parientes que conocen bien el país.
- C. Esperar a estar en el país para ver e informarse.

54.- Una persona cae de repente sobre la acera a las seis de la tarde, momento en que las calles están abarrotadas de gente, nadie se detiene a ofrecer su ayuda a la persona en dificultades. ¿A qué cree usted que se debe esta conducta?

- A. A una total indiferencia por lo que puede ocurrir a los demás.
- B. Al miedo ante una situación inesperada.
- C. Al temor de ocuparse de lo que no le compete a uno.

55.- Una señora va a consultar a un médico sobre una infección que le parece bastante banal. El médico la interroga ampliamente antes de examinarla. Ella contesta, por supuesto, a las preguntas, pero, en el fondo ¿Qué pensará?

- A. “En su lugar, yo comenzaría por hacer el examen y preguntaría después”.
- B. “El debe intentar conocer en que circunstancias he cogido esta enfermedad”.
- C. “Está bien que me haga preguntas, pero hay algunas en las que no veo relación ninguna con lo que yo tengo”.

56.- C... tiene que contratar empleados de oficina; dispone de poco tiempo. ¿Qué método empleará’?

- A. Tener una entrevista con los candidatos.
- B. Examinar sus “currículum vitae” y sus referencias.
- C. Hacerles una prueba práctica en el trabajo.

57.- El mejor delegado de personal es aquel que:

- A. Es un buen negociador.
- B. Está convencido de la justicia de la reivindicación.
- C. Está bien integrado con el personal.

58.- La señora D... trata inútilmente de hacer que coma su hijo de cinco años; éste se resiste violentamente. ¿Quéhará ella?

- A. Forzarle a comer considerando que el niño lo hace por capricho.
- B. Hacerle un pequeño chantaje de tipo “Demuestra a Mamá que eres bueno y que la quieres”.
- C. Dejar al niño, pensando que comerá más en la comida siguiente.

59.- Se habla frecuentemente del respeto a las “reglas del juego”. En general, se trata:

- A. De una disposición profunda, estable y claramente definida.
- B. De la aceptación a desempeñar en cada instante el papel que conviene.
- C. De una sumisión sincera a las costumbres de un grupo.

60.- C... que es aficionado al bricolaje, decide tapizar él mismo un sillón valioso. Cuando llega a la mitad de su trabajo se da cuenta de que corre el peligro de fracasar en su intento. ¿Cuál será su decisión?

- A. Confiar el sillón a un especialista que realizará un trabajo impecable.
- B. Deshacer lo que ya ha hecho y comenzar otra vez desde cero.

- C. Dejar durante unos días su trabajo para reemprenderlo cuando esté en mejores condiciones.

61.- C... va a ir con su mujer al campo durante los días de Pascua. Previendo la afluencia, ha reservado pasajes en ferrocarril. Salen de su casa a la hora justa, pero un embotellamiento en los alrededores de la estación les hace perder el tren. ¿Cómo cree usted que reaccionará?

- A. “Siempre pasa lo mismo. Si hubieras estado preparada antes no hubiera ocurrido esto”.
- B. “Se han fastidiado las vacaciones... No me parece nada viajar de pie en el tren siguiente”.
- C. “¡Que le vamos a hacer! Voy a devolver los boletos y nos quedaremos en casa”.

62.- A su juicio, la mayoría de los fracasos son debido a:

- A. Incapacidad.
- B. Coincidencia de circunstancias negativas.
- C. Fallos ocasionales.

63.- F... ha encargado un frigorífico. En su ausencia, lo depositan en casa del conserje. El embalaje está estropeado, por lo cual el frigorífico ha sufrido algunos daños. F... decide hacer una gestión ante los servicios de distribución. ¿De qué forma se comportará?

- A. Escribirá a los citados servicios conservando una copia de la carta.
- B. Irá personalmente a reclamar.
- C. Rogará a uno de sus amigos, empleado en esa casa, que intervenga.

64.- Con ocasión de un viaje organizado, B... se encuentra con personas que no conoce. Al cabo de unos días se da cuenta de que la mayoría de las personas le tienen poca simpatía. ¿Cómo cree usted que reaccionará?

- A. Leo tiene sin cuidado, porque para él lo importante es que el viaje esté bien organizado y que el guía sea eficaz.
- B. Está un poco molesto y trata de hacer un esfuerzo para resultar más simpático.
- C. Esto le amarga, en parte, sus vacaciones y propone que, en la próxima ocasión, se irá con sus amigos.

65.- R... hace un viaje con algunos amigos. Una tarde el grupo se separa después de haberse puesto de acuerdo en la hora para la salida. A lo largo de esta tarde, R... descubre un monumento que le interesa mucho visitar, pero, si lo hace, le será imposible llegar a la cita. ¿Qué hará?

- A. Hacer la visita porque piensa que no tendrá ya ocasión de volver a este lugar y que de todas maneras habrá otros que llegarán tarde también.

- B. Renuncia a esta visita porque le parece más importante no hacer esperar a los demás.
- C. Trata de encontrar a sus amigos para persuadirles de que hagan la visita con él, aún a riesgo
- A. de desorganizar la última parte del viaje.

66.- ¿Cuál de estas profesiones le parece a usted la más envidiable?

- A. Gerente de una pequeña empresa.
- B. Director adjunto de una empresa internacional.
- C. Asesor científico de alto nivel.

67.- A causa de un accidente que ha causado la muerte de los padres de un niño pequeño, J... tiene que encargarse del niño con carácter definitivo. ¿Cuál será la actitud más probable que tendrá a este respecto?

- A. Teme verse obligado a revisar su sistema de educación.
- B. Confía en el buen carácter del niño.
- C. Busca otras alternativas para el niño.

68.- Un amigo propone a T... llevarle en su velero a hacer un pequeño crucero. T... nunca ha practicado la vela. ¿Qué cree usted que decidirá?

- A. Aceptar, pensando que podrá desenvolverse bien.
- B. Arreglárselas para hacer antes algunas horas de vela en una escuela.
- C. No aceptar, ante el temor de ser una molestia para su amigo.

69.- T... va hacia el trabajo por su camino habitual. Una furgoneta de reparto le bloquea durante un buen rato en una calle estrecha. A juicio de usted, ¿qué será lo mas desagradable para T...?

- A. La perspectiva de llegar con retraso a su despacho.
- B. El hecho de tener que esperar sin poder moverse ni hacer nada.
- C. Los bocinazos –inútiles-- de otros automovilistas.

70.- G... trabaja en una empresa para la cual debe efectuar frecuentes desplazamientos. Acostumbra a hacer dos horas de atletismo todas las semanas en una sesión de entrenamiento colectivo. A juicio de usted, ¿cuál es su actitud en el curso de esta sesión?

- A. Insiste en ciertas especialidades que le permitan mantenerse en buena forma.
- B. Realiza todas las actividades propuestas, pero sin esforzarse demasiado, porque tiene un trabajo cansado.
- C. Se entrega a fondo y frecuentemente termina agotado, porque no concibe el deporte de otra manera.

71.- Según su criterio, ¿cuál es la ventaja de tener un perro en un apartamento de la ciudad?

- A. Permite sentirse menos solo.
- B. Favorece la ocasión de caminar un poco cada día paseando el perro.
- C. Vigila el apartamento.

72.- En el transcurso de una reunión en que S... se ha encontrado con amigos, les propone terminar la velada en su casa. Al enterarse, se une a ellos una persona que se mantenía alejada del grupo y a la cual él estima poco. ¿Cuál será la reacción de S...?

- A. Piensa que, después de todo, tendrá ocasión de conocer mejor a esta persona.
- B. Estimando que se ha invitado a sí misma, no se ocupará de ella en toda la noche.
- C. Lamenta haber hablado demasiado alto.

73.- El director de un centro de delincuentes debe contratar a un nuevo educador. ¿A cuál de estas cualidades dará más importancia?

- A. Ser irreprochable y poder servir de modelo.
- B. Tener buenos conocimientos pedagógicos.
- C. Saber escuchar.

74.- Según su opinión, ¿qué es más importante en una persona que da una fiesta?

- A. Permitir a todos expresarse.
- B. Invitar a personas que puedan coincidir con sus intereses.
- C. Cuidar de que a nadie le falte nada.

75.- R... ha de exponer un proyecto a un colega que no conoce. Para que R... pueda hacerse comprender por su interlocutor, es preferible que:

- A. Sepa cual es su formación académica.
- B. Conozca sus antecedentes profesionales.
- C. Lea el informe sobre un trabajo hecho por un colega.

76.- Si tuviera que hacer algún reproche a la profesión médica. ¿cuál escogería?

- A. No consagra suficiente tiempo a cada enfermo.
- B. Da demasiada importancia al dinero.
- C. Utiliza a menudo un vocabulario incomprensible.

77.- N... tiene que escoger un plan de formación para las personas de su departamento. Desearía una formación interesante para todos, pero a la vez, eficaz y rentable. ¿Qué elegiría?

- A. Un plan organizado en función de las necesidades del departamento y en el que todas las fases estén definidas de antemano.
- B. Un plan que tenga en cuenta a cada participante.
- C. Un plan que incluya de manera regular exámenes de control.

78.- M... acaba de tener un ataque al hígado. Sin embargo, un amigo lo llama para invitarlo a comer, precisando que le ha preparado su plato favorito. Supuesto que este plato está contraindicado para él en este momento, ¿cuál será la reacción de M...?

- A. Aceptar la invitación pensando que por una vez no hará caso de su régimen.
- B. Proponer que se le aplase esta invitación para más adelante cuando acabe su régimen.

79.- M... no está satisfecho con la Seguridad Social. Lo que más le desagrada es:

- A. Lo absurdo de algunas disposiciones de esta entidad.
- B. La gran dificultad de atenerse a la complejidad de su reglamentación.
- C. La falta de atención a aspectos que él cree fundamentales.

80.- Y... ha decidido consagrar una parte de su tiempo libre a ayudar a las personas de la tercera edad. Existen varias posibilidades. ¿Cuál elegirá en último lugar cuando no hay otra alternativa?

- A. Acompañar a las personas ancianas durante el paseo.
- B. Visitar a una persona mayor cada semana.
- C. Hacer colectas para la construcción de un hogar de ancianos.

81.- Entre los siguientes argumentos publicitarios, ¿cuál tiene más posibilidades de influir en el público?

- A. La muestra.
- B. El “slogan”.
- C. El testimonio de una “estrella”.

82.- Durante un viaje en tren, D... se encuentra en un compartimento abarrotado. Su vecino fuma y el humo le molesta mucho. Ya le ha rogado que dejara de fumar, sin resultado. ¿Qué hará?

- A. Pedir el parecer de otros viajeros del compartimento.
- B. Abrir la ventana.
- C. Hablar de nuevo con su vecino con el objeto de convencerle de que deje de fumar.

83.- El director del departamento de una empresa de productos alimenticios desea lanzar al mercado un nuevo postre. Dispone de un presupuesto que puede repartir en los tres conceptos que se citan a continuación. ¿En cuál de ellos empleará más dinero?

- A. En estudios de mercado para conocer los gustos de los futuros compradores.
- B. En publicidad para dar a conocer su producto.
- C. En la investigación de envases y presentación.

84.- B... toma parte en una discusión muy animada, en el transcurso de la cual sus opiniones son muy atacadas. Entre las actitudes siguientes, ¿cuál será la que adopte?

- A. Tratar por todos los medios de convencer a los demás.
- B. Divertirse simplemente en el juego de la discusión.
- C. Dejarse convencer cuando vea que sus posiciones son poco defendibles.

85.- Cuando usted va a un restaurante, ¿qué tipo de plato prefiere?

- A. Uno que ya conoce y que le gusta de modo especial.
- B. La especialidad de la casa.
- C. Un plato exótico que usted desconoce en absoluto.

86.- Después de un naufragio, C... llega solo a una isla desierta. El clima es muy agradable y la vegetación le permitirá encontrar el alimento necesario. ¿Qué es, a su modo de ver, lo que probablemente le planteará menos problema?

- A. El carácter nuevo e insólito de la situación.
- B. La soledad.
- C. La falta de algunos atractivos de la vida anterior.

87.- J... dirige una importante firma automovilista. Puede escoger entre varias políticas comerciales. ¿Cuál elegirá?

- A. Orientar sus esfuerzos para sacar de vez en cuando modelos especiales.
- B. Buscar los efectos de moda y atender a una clientela particular.
- C. Ofrecer de ordinario modelos clásicos.

Esto es todo, gracias