

Creatividad y emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración UNFV 2022

Wilder Oswaldo Cajavilca Lagos

Wilder.cajavilca04@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7895-3173>

Edinson Antonio Fernández Vega

edisonf@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7002-2529>

Afiliación institucional del equipo de investigación
Universidad Nacional Federico Villarreal. UNFV
Lima-Perú

RESUMEN

El presente artículo tuvo como propósito determinar la percepción de la creatividad y emprendimiento que corresponde a estudiantes de la facultad de Administración de Universidad Federico Villarreal, considerando que la creatividad se relaciona con el emprendimiento, la creatividad en la empresa es por descubrimiento y por invención, un emprendedor puede ser un empresario, pero no todo empresario puede ser un emprendedor. El emprendedor es quien transforma insumos en bienes o servicios finales y generan valor agregado, sin embargo, hay muchos empresarios que son sólo comerciantes, no generan valor agregado. El método de investigación fue correlacional, de diseño empírico no experimental y transversal, la población estuvo constituida por 360 alumnos de la universidad pública, objeto del estudio, la muestra de 189 alumnos de los diferentes ciclos académicos; para la prueba de hipótesis se utilizó el estadístico Ro de Spearman y los resultados de la investigación demostraron que la variable creatividad tiene significativa relación con la variable emprendimiento en un 24.8%, la dimensión creatividad por descubrimiento tiene significativa relación con la variable emprendimiento en 19.7% y la dimensión creatividad por invención si tiene significativa relación con la variable emprendimiento en 24.5%.

Palabras clave: Creatividad; emprendimiento; invento; descubrimiento

Correspondencia: Wilder.cajavilca04@gmail.com

Artículo recibido 28 enero 2023 Aceptado para publicación: 28 febrero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Cajavilca Lagos, W. O., & Fernández Vega, E. A. (2023). Creatividad y emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración UNFV 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9478-9496. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5073

Creativity and entrepreneurship in students of the Faculty of Administration UNFV 2022

ABSTRACT

The purpose of this article was to determine the perception of creativity and entrepreneurship that corresponds to students of the Faculty of Administration of Universidad Federico Villarreal, considering that creativity is related to entrepreneurship, creativity in business is by discovery and invention, an entrepreneur can be a businessman, but not every businessman can be an entrepreneur. The entrepreneur is the one who transforms inputs into final goods or services and generates added value, however, there are many entrepreneurs who are only traders, they do not generate added value. The research method was correlational, of non-experimental and cross-sectional empirical design, the population consisted of 360 students of the public university, object of the study, the sample of 189 students of the different academic cycles; for the hypothesis test the Spearman's R_s statistic was used and the results of the research showed that the creativity variable has a significant relationship with the entrepreneurship variable in 24.8%, the creativity dimension by discovery has a significant relationship with the entrepreneurship variable in 19.7% and the creativity dimension by invention has a significant relationship with the entrepreneurship variable in 24.5%.

Keywords: *creativity; entrepreneurship; invention; discovery.*

INTRODUCCIÓN

La problemática del emprendedor está vinculada a sus competencias, capacidades, habilidades y conocimientos. ¿Cuáles son estas habilidades, capacidades y conocimiento del emprendedor? ¿Quién es un emprendedor y qué es emprendimiento? ¿Es suficiente tener un RUC? ¿Se puede considerar emprendedor a un comerciante? ¿Qué competencias mínimas tiene que tener un emprendedor? ¿Todo emprendedor que ha alcanzado el éxito siempre ha necesitado de la ayuda de otras personas?

La problemática de generación de valor agregado de crecimiento empresarial y desarrollo nacional está vinculada a las decisiones de política educativa específicamente en las universidades públicas, que permita satisfacer la oferta laboral necesaria en los sectores económicos más representativos del país, con estudiantes más competitivos, en este contexto es vital que los estudiantes de Administración de la UNFV tomen en cuenta como una herramienta determinante de la gestión empresarial a la creatividad respecto al Emprendimiento, porque las empresas pueden nacer pequeñas pero tienen que ser potentes para el futuro, tienen que ser necesariamente creativas y continuamente creativas, para que el emprendimiento iniciado hoy pueda ser sostenido en el tiempo y la empresa no fenezca, en este sentido el propósito es determinar la forma como la creatividad se relaciona con el emprendimiento ¿Cómo los estudiantes universitarios de Administración de empresas UNFV son creativos y cómo pueden ser emprendedores?, ¿Qué conocimientos y capacidades creativas tienen los estudiantes de la facultad de administración de los ciclos?, ¿Son significativas sus capacidades creativas para resolver problemas prácticos de emprendimiento, que les permitan resolver problemas de Mypes, de Pymes, de empresas y de corporaciones; esta es la razón fundamental por la que se propuso como problema general de investigación ¿De qué manera la creatividad se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal 2022? , ¿De qué manera la creatividad por descubrimientos se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal 2022? y ¿De qué manera la creatividad por invención se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal 2022?

Antecedentes

Catmull (2018), considera que la creatividad es una forma de llevar la inspiración hasta el

infinito y más allá, considera que la creatividad con alto componente tecnológico, tiene un inicio de inspiración para y proteger lo nuevo, crear y mantener nuevo, y poner a prueba lo que sabemos o resultado de lo que hacemos. En base a las experiencias que tuvo durante 12 años en Pixar en su condición de líder creativo conjuntamente con otros líderes, productores y guionistas para producir películas animadas como es el producción realizada de Bichos y Toy Story, muestra el trabajo realizado altamente especializado, donde cada secuencia de la película mostraba el ingenio creativo de los involucrados, donde se tenía que realizar procesos y procedimientos nuevos para realizar una producción distinta a las que se trabajaban en otros estudios, como es el caso de Disney , menciona que su éxito se debió a sus estudios en física y en la ciencia informática, y se orientó al desarrollo de los gráficos por ordenador de interactivos, este campo de gráficos por ordenador, en esencia es realizar imágenes digitales a partir de números o datos que pueden ser manipulados por una máquina, y que aprendió un ingenioso programa de ordenador que permitía dibujar figuras, copiarlas, moverlas, girarlas o cambiarlas de tamaño manteniendo sus propiedades básicas. Fue uno de los creadores del primer casco de visualización de imágenes estereoscópicas generadas por ordenador, este invento atraía a un buen número de estudiantes que posibilitaron contar con el talento humano necesario para desarrollar en pixar animation, las películas bichos y toy story.

Esta experiencia moderna de Catmull mostró que en el pasado y en el presente la creatividad se caracteriza por ser inventiva y que esta conduce a crear artefactos nuevos y valiosos que posibilitan cambios o revoluciones en cualquier actividad económica que se realice, como es el caso de la industria de la animación.

Lo expuesto condujo a formular el problema general: ¿De qué manera la creatividad se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022?, en tal sentido se esbozó el objetivo general: OG Determinar de qué manera la creatividad se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022, asimismo como objetivos específicos: Oe1 Determinar de qué manera la creatividad por descubrimientos se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022, y Oe2 Determinar de qué manera la creatividad por invención se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022. Siendo la

hipótesis general de la investigación: La creatividad se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022.

MARCO TEÓRICO

Taylor (2020) referente a la creatividad, consideró que tiene cinco niveles, tomando como referencia para esta investigación como definición de creatividad porque está más asociada a la capacidad de gestión en una empresa, a la creatividad inventiva que es la forma como las personas creativas realizan inventos y descubrimientos que la diferencia de otros emprendimientos, de la forma como se resume a continuación: 1. Creatividad expresiva: se apoya en una actividad espontánea y libre, sin relación a técnicas, aptitudes o habilidades. 2. Creatividad productiva: se dispone de aptitudes y habilidades, aparecen restricciones impuestas por el saber y el material, y se actúa con un propósito, por ello, el producto final posee un mayor contenido comunicativo, incrementando la técnica de ejecución y existe mayor preocupación por el número, que por la forma y el contenido. Se dispone de aptitudes y habilidades para dar forma a sentimientos y fantasías. El individuo se mide con la realidad. 3. Creatividad inventiva: se realizan inventos y descubrimientos gracias al desarrollo de relaciones novedosas, que evidencian gran flexibilidad y provocan sorpresa, asimismo tratándose de un nivel propio de la ciencia y el arte, en él se encuentra una mayor dosis de invención y capacidad para descubrir nuevas realidades; además exige flexibilidad perceptiva para poder detectar nuevas relaciones, es válido tanto en el campo de la ciencia como en el del arte. Se opera con componentes propios, que se relacionan de modo nuevo, hasta ese momento no usual-inventos, descubrimientos. Se basan en la elaboración de relaciones novedosas gracias a la flexibilidad. Se pueden descubrir nuevas maneras de ver viejas cosas. 4. Creatividad innovadora: se produce una modificación de principios, que refleja una comprensión profunda del campo problemático. En este nivel se logran productos que alcanzan valor en ámbitos culturales amplios, donde se evidencia la originalidad, así como el dominio de los principios fundamentales del campo de actuación. Los productos ya no se miden en el nivel individual sino en ámbitos culturales. 5. Creatividad emergente: Es el nivel de mayor complejidad ya que no se modifican principios existentes, sino que se crean nuevos principios, se plantean nuevos parámetros, nuevas formas de pensar, o productos absolutamente desconocidos.

Graña y Fornoni (2002) consideran como determinantes del emprendimiento: La vocación emprendedora, comportamiento emprendedor iniciando una empresa propia, intención

emprendedora con proyecto para crear una empresa, y actitud emprendedora como opción laboral. Ello contribuye a deslindar sobre la problemática de ¿Quién es un emprendedor? ¿Qué características tiene un emprendedor? ¿o si un emprendedor necesariamente tiene que ser creativo? ¿De qué forma los emprendedores que no son creativos podrían tener éxito en un mundo competitivo?

Es muy importante contar con emprendedores que desarrollen empleos y fuente de trabajo creando empresas que brindan productos nuevos e innovadores, crear nuevos procesos de producción, sobre todo en estos tiempos de pandemia o la generación de algún tipo de servicio nuevo e inexistente. En América Latina hay un porcentaje alto de emprendimiento, considera que 17,5% de la población económicamente activa (PEA) generan la creación de nuevos proyectos de empresas considera que no son los factores psicológicos los que generan el desarrollo sino el tipo de emprendimiento y algunos elementos del entorno como el aspecto económico, el político y la condición de la educación (Ogliastri, 2011).

Smith (1776) considerado el “Padre del liberalismo” y “Padre de la economía científica” en su obra “Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” sentó los principios básicos de la economía de mercado, demanda, oferta, precios, valor de uso, valor de cambio, cadena de producción, cadena de montaje, división de trabajo y el más importante la especialización. Lo que originó en el contexto de nuevos propietarios de empresas al emprendedor o “entrepreneur” quien podía realizar actividad productiva especializada por poseer aptitudes y conocimientos técnicos, en una economía caracterizada por la creatividad y los avances tecnológicos de la primera revolución industrial, en las que era necesario una alta calificación por parte de los emprendedores para llevar a cabo las diversas actividades especializadas para satisfacer las necesidades del mercado. En ese contexto y hasta los tiempos actuales, las empresas necesitan verdaderos conductores, competentes, con capacidad para asumir los grandes desafíos de ese entonces, es así que Cajavilca (2012) sostiene que la teoría económica clásica es importante porque supone la libertad para realizar emprendimientos, y que toda actividad productiva, manual, agrícola o manufacturera debería ser especializada, por ello concluyó que el emprendimiento es por conocimiento y competencias inherentes al emprendedor, pues debe mostrar y muestra conocimiento especializado en la actividad productiva, capacidades técnicas de transformación, capacidades técnicas de organización y

capacidades de comunicación y que sus resultados se muestran en la competitividad emprendedora lo que se reflejará en la rentabilidad, la productividad y la calidad.

Chiavenato (2000), consideró que la gestión del talento humano sólo se puede determinar por su desempeño, el cual depende de sus capacidades profesionales, sus valores morales y su desempeño en el puesto o cargo, si bien estos componentes son cualitativos, sólo se puede evaluar por resultados que en el caso de las empresas se reflejan en la productividad (eficiencia), la calidad y la rentabilidad empresarial. Por ello, es importante conocer sí las competencias emprendedoras, consecuencia del conocimiento especializado y las capacidades (habilidades y destrezas) que deben contar individualmente los emprendedores. Oppenheimer (2015) en el prólogo de su libro “crear o morir” menciona: ¿Qué es lo que hizo que Steve Jobs triunfará? ¿Por qué triunfa Bill Gates? ¿Por qué triunfa Mark Zuckerberg? y ¿Por qué otros no pueden hacerlo en sus países?, no es casualidad (en 2014) que Apple valga más del 20% del PBI de Argentina y más del doble producto bruto de Venezuela, no es casualidad que muchos pequeños países sin recursos como Luxemburgo y Singapur (con historias recientes) tengan un alto ingreso per cápita. La gran pregunta entonces, es ¿cómo hacer para que nuestros países produzcan miles de Steve Jobs, o miles de Gastón Acurio? Krauss (2011), reconoce la importancia de los emprendedores, debido a que ellos “crean trabajo a partir de la innovación, la competitividad, la productividad, el capital de riesgo, transformando la economía y el mundo”. El emprendimiento es importante en las universidades y todas las entidades educativas según Castellanos et al (2003), el emprendimiento es un tema fundamental que describe una actitud que desarrolla competencias; desde ese punto de vista, las personas que busca emprender en algo son motivados por un deseo, una necesidad u oportunidad.

Creatividad

Taylor (2020) referente a la creatividad, considera que esta tiene cinco niveles, y se ha tomado como referencia para esta investigación como definición de creatividad a la creatividad inventiva, porque está más asociada a la capacidad de gestión en una empresa, la creatividad inventiva trata de la forma como las personas creativas logran inventos y descubrimientos gracias al desarrollo de relaciones novedosas, en la creatividad inventiva: “... se logran inventos y descubrimientos gracias al desarrollo de relaciones novedosas, que evidencian gran flexibilidad y provocan sorpresa. Es un nivel propio de la ciencia y el arte. En él se encuentra una mayor dosis de invención y capacidad para

descubrir nuevas realidades; además exige flexibilidad perceptiva para poder detectar nuevas relaciones, es válido tanto en el campo de la ciencia como en el del arte. Se opera con componentes propios, que se relacionan de modo nuevo, los inventos, y descubrimientos. Se basan en la elaboración de relaciones novedosas gracias a la flexibilidad, Maslow (1980) menciona que existen dos tipos de creatividad: 1. Creatividad primaria. La creatividad primaria está asociada directamente al proceso de inspiración creadora. Se caracteriza por la espontaneidad y la improvisación, y se desarrolla frecuentemente con motivos festivos; es decir, se trata de una cualidad nata y particular en cada persona. 2. Creatividad secundaria. La creatividad secundaria es aquella en la que los procesos de inspiración y creación se llevan a cabo de manera controlada, con el fin de exponer un producto final determinado. Esta se caracteriza por requerir grandes dosis de preparación y de esfuerzo, en un exhaustivo ejercicio de la disciplina y dedicación.

De Graff (2015) distingue cinco tipos de creatividad desde un punto de vista exploratorio: 1. mimética, crear a partir de algo existente. 2. analógica, relacionando conocimientos adquiridos, 3. bisociativa, es aquella en la que se unen dos ideas completamente diferentes entre sí, lo cual da lugar a la creación o solución de algo. Se caracteriza por fluidez, flexibilidad y flujo, 4. Narrativa, Se refiere concretamente a la capacidad que tiene una persona para crear historias. 5. intuitiva. Es aquella en la que las ideas que se originan no tienen base en imágenes o conocimientos preexistentes, por lo que requieren de una amplia capacidad de abstracción. Los aportes de este autor son importantes porque distingue cinco tipos de creatividad, no limita que algún tipo esté vinculado a un tipo de creatividad, lo que sí es importante conocer que la creatividad está presente en cada evento de la vida de un individuo y cada actividad productiva que realiza un emprendedor. Guilford (1967) presenta una clasificación de la creatividad diferente de Degraff y Taylor, de la siguiente forma: Filogenética. Es aquella creatividad característica y dominante en cada persona, y que se expresa y desarrolla de manera independiente al tipo de formación por la que haya pasado la misma. Potencial. Muy relacionada con la filogenética, es aquella derivada de las aptitudes o habilidades particulares de cada persona, que conforman su potencial. La creatividad potencial es la que permite la relación del individuo con el medio, y, por lo tanto, su transformación. Fáctica. Se manifiesta al final del proceso de creación, por lo que puede definirse como la expresión o producto del mismo. Está estrechamente

relacionada con la de tipo cinético. Cinética, implica movimiento, asimismo, la creatividad cinética es aquella que se manifiesta en pleno proceso creativo.

Según Bunge (1980) La creatividad es integral a las personas y esta no es igual en todos los individuos, porque cada quien tiene sus propias características, conocimientos y capacidades y estas evolucionan de acuerdo a su especialización y a la forma cómo evolucionan las tendencias económicas, de las finanzas y del conocimiento humano, se ha asociado creatividad a interés evidentemente cómo conocimiento racional y lógico. Csikszentmihalyi, (1996) considera que se desarrolla creatividad en primer lugar cultivando la curiosidad y el interés, es decir, la asignación de atención a las cosas por sí mismas. Según de Bono (1992, sostiene que hay que cuestionar lo obvio, no con espíritu de contradicción, sino con intención de añadir otras posibles explicaciones a las ya admitidas y otras posibles soluciones a las ya implantadas. En segundo lugar, ampliando nuestra capacidad de discriminación perceptiva. En tercer lugar, ejercitando nuestras capacidades de pensamiento lateral, el que sigue la lógica del deseo y no se centra en lo viable, en lo operativo, en lo posible. Simonton (1984), después de investigar a 2036 científicos creativos descubrió que los más creativos no sólo produjeron más cantidad de grandes trabajos, también produjeron más número de trabajos malos. En otras palabras, produjeron mucho y seleccionaron lo mejor. Estos autores consideran a la creatividad como muy importante en la investigación científica, en la ciencia y en las artes, sin embargo, el análisis desarrollado se vinculó a la creatividad empresarial y a la creatividad inventiva identificada con la creatividad empresarial que corresponde a descubrimiento o inventos que se están realizando en los negocios emprendedores.

Emprendimiento

Emprendedor proviene del vocablo francés “entrepreneur” se refería a personas que conducían expediciones militares. El concepto fue introducido en el ámbito económico por primera vez en el siglo XVIII por el economista Richard Cantillon quien define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” Schnarch (2014). Se asumió la **definición de emprendimiento** de Graña y Fornoni (2002) que considera como determinantes del emprendimiento: La vocación emprendedora, comportamiento emprendedor iniciando una empresa propia, intención emprendedora con proyecto para crear una empresa, y actitud emprendedora como opción laboral. Y la definición de

emprendedor de Cajavilca (2012), quien sustenta que emprendedor es quien tiene conocimiento, capacidades técnicas de transformación productivas, capacidades de organización y capacidades de comunicación, y que sólo es emprendedor quien transforma insumos en bienes o servicios, evidentemente un comerciante no es un emprendedor, un emprendedor puede ser empresario, pero no todo empresario puede ser emprendedor. Según Orrego (2008) “el emprendimiento es el llamado a presentar soluciones concretas, frente a los desafíos económicos y sociales con los que se enfrenta la sociedad”. Schnarch (2014) menciona “pero, no basta con ser emprendedor, entendiendo por tal a quien tiene ideas y capacidad para llevarlas a la práctica en forma de negocio. Hay que ser además empresario, entendiendo por tal a quien, además de saber emprender o iniciar un negocio, tiene la paciencia y la disciplina necesarias para mantener la idea de negocio viva en el tiempo, así como la capacidad de gestión para consolidar el negocio y convertirlo en una empresa con futuro”. Moreno et al (2021) en su artículo científico “Realidades de emprendimiento en pequeñas y medianas empresas en Chile: Uso del diseño” concluyen “existe una oportunidad en el contexto de las Pymes para introducir la disciplina del diseño como una herramienta estratégica que permita fortalecer el ecosistema de emprendimiento, dándoles a los emprendedores instrumentos que les permitan sofisticar sus negocios”. (p.916). Soria et al (2021) en su artículo científico “Factores determinantes del emprendimiento en Chile y Colombia” concluyen “que no existen fuertes diferencias entre el perfil emprendedor de los habitantes de Chile y Colombia. Las leves diferencias en los factores sociodemográficos se aprecian en la pertenencia a estrato social, ocupación y educación”. Deza y otros(2021)en su artículo científico “Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo” concluyen: “ que se evidenció que los estudiantes desarrollan competencias de técnicas de gestión, espíritu emprendedor, oportunidades de negocio, planes de negocio, puesto que por su capacidad investigativa logran una mayor comprensión; por lo que se considera que el emprendimiento universitario, es de vital importancia en el aporte al desarrollo y crecimiento de la economía del país. Los estudiantes universitarios respondieron exitosamente en la implementación de la metodología, evidenciándose una brecha positiva desde el pretest hasta el postest en la adquisición de las competencias de emprendimiento, dado que, implementaron sus proyectos con nivel alto, ya que consideraron los recursos y aversión al riesgo calculado, asimismo, desarrollaron

competencias de emprendimiento de nivel alto. López y otros (2021), en su investigación sobre la “Percepción de los estudiantes sobre el aprendizaje de los programas de educación en emprendimiento e intención emprendedora en América Latina” presentaron como resultados, que la percepción positiva del aprendizaje de los programas de educación en emprendimiento se relaciona con los antecedentes de la intención emprendedora. Además, la actitud hacia el comportamiento emprendedor y el control del comportamiento percibido influyen positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios latinoamericanos. Estos hallazgos contribuyen a una mejor comprensión del rol de la educación en emprendimiento en términos de los antecedentes de la intención y proporcionan evidencia de la Teoría del comportamiento planificado de una gran muestra en una región emergente. Según Schnarch (2014) menciona: “Por supuesto se trata de otra cuestión controvertida, pero en alguna medida se concluyó que el emprendedor puede nacer con algunas cualidades y capacidades personales que lo ayuden en los emprendimientos que realice, pero es más seguro que pueda aprender a emprender si eso es lo que busca para su vida y su futuro. Comeche (2013). presenta al emprendimiento: “como un ejemplo de creatividad, es decir, como un caso particular de creatividad aplicado a la identificación de oportunidades, a la creación de empresas u organizaciones para seguir dichas oportunidades y al desarrollo de dichas organizaciones”.

Creatividad y emprendimiento

Los emprendedores son creativos, la creatividad emprendedora difiere de otras disciplinas de conocimiento que tratan a la creatividad como conocimiento o actividad, pero que esta evidentemente no responde a criterios emprendedores. Existe cierta confusión cuando profesionales de diferentes disciplinas, educadores, artesanos, deportistas, e investigadores sociales consideran como creativos a niños realizando alguna actividad que corresponde a las habilidades que estos están desarrollando en algún nivel educativo inicial o regular en la educación peruana, o a quienes realizando actividades artísticas están confundiendo la habilidad o el ingenio creativo con la creatividad, incluso en algunos centros de estudios van más allá porque no sólo los mencionan como creativos sino como innovadores, tómese en cuenta que innovación es modificación de la tecnología existente, entonces como se puede innovar aquello que no ha sido creado o aquello que utilizando con alta especialización no tiene un registro de patente o marca de una innovación ; debe quedar claro que la creatividad y emprendimiento son términos que sólo corresponden a

una actividad productiva que realiza un emprendedor, reitero que un emprendedor puede ser empresario, pero no todo empresario puede ser un emprendedor, además hay que diferenciar al comerciante del emprendedor, porque el comerciante no genera valor agregado porque sólo compra y vende, el emprendedor si genera valor agregado, proporciona puestos de trabajo, aporta al crecimiento de la economía y posibilita el éxito empresarial en importantes sectores productivos del país.

En América Latina, se considera que 17,5% de la población económicamente activa (PEA) generan la creación de nuevos proyectos de empresas considera que no son los factores psicológicos los que generan el desarrollo sino el tipo de emprendimiento y algunos elementos del entorno como el aspecto económico, el político y la condición de la educación. La actividad emprendedora es uno de los principales motores del desarrollo y crecimiento sostenido en cualquier economía a nivel mundial. El emprendimiento o entrepreneurship por sus siglas en inglés son términos muy utilizados en la academia y políticas públicas. El estudio del emprendimiento ha sido abordado desde distintas perspectivas y disciplinas (...) son muchas las definiciones y teorías, ideas, opiniones y creencias que existen al respecto (Ogliastri, 2011; Rusu y Román, 2019; Schnarch, 2014).

METODOLOGÍA

Se abordó desde un enfoque cuantitativo de nivel correlacional como investigación de tipo básica y diseño no experimental de corte transversal. El método de análisis para la presente investigación es científico, hipotético deductivo, la combinación de ambos métodos significó la aplicación de la deducción en la elaboración de hipótesis y la aplicación de la inducción en relación a las fuentes bibliográficas utilizadas. La población está conformada por 360 alumnos de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villareal 2022. La muestra estuvo conformada por 189 alumnos de la referida Facultad, que se eligieron aplicando un muestreo probabilístico. La unidad de observación fue el estudiante de Administración del I al X ciclo de Universidad nacional Federico Villarreal 2022. La técnica de la investigación fue la encuesta y como el instrumento de recolección de datos se empleó el cuestionario, el mismo que fue sometido a la prueba de validez con el juicio de expertos, que declaró la aplicabilidad del instrumento; y la prueba de confiabilidad mediante el coeficiente de alfa de Cronbach.

RESULTADOS

Los resultados de estadística descriptiva muestran la percepción de la creatividad y emprendimiento que corresponde a estudiantes de la facultad de Administración de Universidad Federico Villarreal, 2022, los mismos que se presentaron como: El nivel de la variable creatividad es identificado como alto por el 75% de encuestados, lo que demuestra que la variable creatividad es relevante en los estudiantes de la facultad de Administración UNFV como producto de que el nivel de la dimensión creatividad por descubrimiento es alto calificado por el 70%, de los encuestados y el nivel de la dimensión creatividad por innovación es alto calificado por el 76% de los alumnos universitarios encuestados.

El nivel de la variable emprendimiento es alto, calificado así por el 83% de los alumnos universitarios, lo que demuestra la relevancia de la variable emprendimiento como el producto de que el nivel de la dimensión conocimiento es medio identificado por el 68% de los alumnos, el nivel de la dimensión capacidad técnico transformadora es calificado por el 88% de los mismos, el nivel de la dimensión capacidad de organización es definido por el 63% de los participantes, y finalmente, la dimensión capacidad de comunicación catalogada así por el 94% de los estudiantes encuestados.

Estadística inferencial

Hipótesis General

HG. La creatividad si se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022.

Tabla 1

Correlación entre la creatividad y el emprendimiento

		Emprendimiento
	Rho de Spearman	,248**
Creatividad	Valor de significancia	,001
	Número de la muestra	189

**La correlación es significativa en el nivel 0.01

Hipótesis Específicas

- Ho. La creatividad por descubrimiento no se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022.
- He1. La creatividad por descubrimiento si se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022.

Tabla 2

Correlación entre la creatividad por descubrimiento y el emprendimiento

		Emprendimiento
Creatividad por descubrimiento	Rho de Spearman	,197**
	Valor de significancia	,007
	Número de la muestra	189

**La correlación es significativa en el nivel 0.01

- Ho. La creatividad por invención no se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022
- He2. La creatividad por invención si se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Federico Villarreal 2022.

Tabla 3

Correlación entre la creatividad por invención y el emprendimiento

		Emprendimiento
Creatividad por invención	Rho de Spearman	,245**
	Valor de significancia	,001
	Número de la muestra	189

**La correlación es significativa en el nivel 0.01

En las pruebas de hipótesis presentadas en la Tabla 1, 2 y 3 se evidencia que el valor p obtenido se cumple que $p < 0,05$, que valida, en base a la regla de decisión, rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna determinaron que: en función al objetivo general: La creatividad si tiene significativa relación con la variable emprendimiento en un 24.8%, y en función a los objetivos específicos, considerando que el estadístico de prueba $p > 0,05$, se rechazó la H_0 y se validó que la creatividad por descubrimiento si tiene significativa relación con el emprendimiento en un 19.7% y que la creatividad por invención si se relaciona significativamente con el emprendimiento en un 24.5%

DISCUSIÓN

Catmull (2018), considera que la creatividad es una forma de llevar la inspiración hasta el infinito y más allá, considera que la creatividad con alto componente tecnológico, tiene un inicio de inspiración para y proteger lo nuevo, crear y mantener nuevo, y poner a prueba lo que sabemos o resultado de lo que hacemos, menciona que su éxito se debió a sus estudios en física y en la ciencia informática, y se orientó al desarrollo de los gráficos por ordenador de interactivos, este campo de gráficos por ordenador, en esencia es realizar imágenes digitales a partir de números o datos que pueden ser manipulados por una

máquina, y que aprendió un ingenioso programa de ordenador que permitía dibujar figuras, copiarlas, moverlas, girarlas o cambiarlas de tamaño manteniendo sus propiedades básicas. Lo sustentado por Catmull es concurrente con Taylor (2020) un estudioso de la creatividad, que considera que esta tiene cinco niveles, tomando como referencia para esta investigación como definición de creatividad porque está más asociada a la capacidad de gestión en una empresa, la creatividad inventiva porque trata sobre la forma como las personas creativas logran inventos y descubrimientos gracias al desarrollo de relaciones novedosas, con la creatividad inventiva: se logran inventos y descubrimientos gracias al desarrollo de relaciones novedosas, que evidencian gran flexibilidad y provocan sorpresa. Es un nivel propio de la ciencia y el arte. En él se encuentra una mayor dosis de invención y capacidad para descubrir nuevas realidades; además exige flexibilidad perceptiva para poder detectar nuevas relaciones, es válido tanto en el campo de la ciencia como en el del arte. Se opera con componentes propios, que se relacionan de modo nuevo, hasta ese momento no usual-inventos, descubrimientos. Se basan en la elaboración de relaciones novedosas gracias a la flexibilidad. Se pueden descubrir nuevas maneras de ver viejas cosas. También se relaciona con la creatividad innovadoras que es el nivel de mayor complejidad ya que no se modifican principios existentes, sino que se plantean nuevos parámetros, nuevas formas de pensar, o productos absolutamente desconocidos.

Estos autores permiten demostrar que la creatividad que mejor explica el emprendimiento empresarial es la inventiva y por descubrimiento y que esto se sustenta con los resultados de la investigación donde se demuestra que la creatividad si tiene significativa relación con la variable emprendimiento en un 24.8%.

Guilford (1967-2017) presenta una clasificación de la creatividad diferente de Degraff y Taylor, de la siguiente forma. Filogenética. Es aquella creatividad característica y dominante en cada persona, y que se expresa y desarrolla de manera independiente al tipo de formación por la que haya pasado la misma. Potencial. Muy relacionada con la filogenética, es aquella derivada de las aptitudes o habilidades particulares de cada persona, que conforman su potencial. La creatividad potencial es la que permite la relación del individuo con el medio, y, por lo tanto, su transformación. Fáctica. Se manifiesta al final del proceso de creación, por lo que puede definirse como la expresión o producto del mismo. Descubrimiento o creación de un artefacto útil que resuelva un problema determinado y Está estrechamente relacionada con la de tipo cinético. Cinética. Como su nombre lo indica,

implica movimiento. La creatividad cinética es aquella que se manifiesta en pleno proceso creativo. Lo manifestado por este autor demuestra que la creatividad es por descubrimiento y que sus apreciaciones se demuestran con los resultados de esta investigación que explica que la Creatividad por descubrimiento si tiene significativa relación con el emprendimiento en un 19.7%.

Taylor, (2020), se refiere a la creatividad (creatividad inventiva) como capacidades para inventar o descubrir algo y que esta tiene cautelarse mediante registros de propiedad intelectual o de registros y marcas que son inscritas en instituciones especializadas como el Instituto nacional de defensa del consumidor y la propiedad intelectual (Indecopi) donde se registra la propiedad de autor, patentes, marcas, logos u otros establecidas en la Ley, la creatividad inventiva es la que permite la diferenciación y diversificación de producto y según lo refiere Madura (2001) con ventajas comparativas y mercados diferenciados en un contexto de ciclo de vida del producto en los negocios y finanzas internacionales.

La apreciación de este autor si condice con la exigibilidad de realizar los registros debidos para cautelar la propiedad intelectual, las marcas, patentes y logos, lo que demuestra que la invención es una característica determinante de un hombre creativo, lo que se sustenta también con los resultados de esta investigación donde la creatividad por invención si se relaciona significativamente con el emprendimiento en un 24.5%.

CONCLUSIONES

Se concluyó en que el 75% de los estudiantes de la Facultad de administración UNFV 2022 identificaron en un nivel alto de importancia a la variable creatividad, y de idéntica forma, el 83% de los encuestados identificó la importancia de la variable emprendimiento. El análisis inferencial validó que: la creatividad si tiene significativa relación con el emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de administración UNFV 2022 en un 24.8% asimismo desde el aspecto de las dimensiones de la creatividad se evidenció que la creatividad por descubrimiento si tiene significativa relación con la variable emprendimiento en 19.7%, y que la creatividad por invención igualmente tiene significativa relación con la variable emprendimiento en 24.5%

Estas conclusiones demostraron lo significativo que representan las percepciones de los estudiantes de la Facultad de administración UNFV 2022 respecto a la creatividad y el emprendimiento y afianzan la importancia de los resultados de la investigación realizada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cajavilca, W. (2012) Competencias emprendedoras y Competitividad Emprendedora. Tesis de Maestría en Gestión Económica empresarial. Posgrado UNFV-2012.
- Cantillon, R., & Jevons, W. S. (1950). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general (No. HB151. C36 1950.). México, Ciudad de México: Fondo de cultura económica. <https://www.unioneditorial.net/wp-content/uploads/2021/07/9788472098404.pdf>
- Casimiro Urcos, W. H., Casimiro Urcos, C. N., & Casimiro Urcos, J. F. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. Revista Universidad y Sociedad, 11(5), 61-69. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000500061&script=sci_arttext&lng=en
- Castellanos, O. F., Chávez, R. D., & Jiménez, C. N. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. Innovar, 13(22), 145-156. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512003000200012
- Catmull, E. (2018) Creatividad SA. Penguin Random House Grupo Editorial/Maritzell Mateu.
- Comeche i Martínez, J. M. (2013). Elementos facilitadores para la transmisión del espíritu emprendedor en el aula. Universitat de Valencia. Recuperado agosto 9 de 2014 de <http://redmotiva.net/wp-content/uploads/2014/05/Jos%C3%A9-Comeche-Elementos-facilitadores.pdf>
- Csikszentmihalyi, M. (1996) Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention. New York: HarperCollins Publishers
- Chávez, H. (2012). El rol de los emprendedores en la sociedad. Universidad Francisco Marroquín, Guatemala. <http://admisiones.ufm.edu/app/blogs/admisiones/el-rol-de-los-emprendedores-en-la-sociedad>.
- De Bono, E. (1992) Serious creativity: Using the power of lateral thinking to create new ideas. New York: Harper Collins
- De Graff, J (2015) Tipos de Competitividad. Revista Expansión. Alicante España.
- Deza Loyaga, W. F., Aparicio Ballena, J. A., Pérez Arboleda, P. A., & Hidalgo Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 26(96),

1172-1188.

[https://scholar.archive.org/work/47rdjru5bw3hssc6i4w4cyj4/access/wayback/https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/download/36881/39867/](https://scholar.archive.org/work/47rdjru5bw3hssc6i4w4cyj4/access/wayback/https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/download/36881/39867/Downloads/Actitudes_de_creatividad_y_emprendimiento_y_la_int.pdf)

Downloads/Actitudes_de_creatividad_y_emprendimiento_y_la_int.pdf

Instituto Peruano de Economía- IPE (2021) La competitividad Regional durante la Pandemia. link.gale.com/apps/doc/A298614412/IFME?u=anon~3952c479&sid=googleScholar&xid=7fb95e9e.

Krauss, C. (2011) Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica Del Uruguay. Dimens. Empres. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3797740.pdf>.

Loli, A. E., Jara, E. T. D., Del Carpio, J., & Elsa La Jara, G. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. Revista de investigación en psicología, 13(2), 139-151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3751470>

Loli, A., del Carpio, J., Aliaga, J., & Vergara, A. (2011). Actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad Nacional Agraria-La Molina. Revista de Investigación en Psicología, 14(1), 209-234. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8176365>

Lopez, y otros (2021) Percepción de los estudiantes sobre el aprendizaje de los programas de educación en emprendimiento e intención emprendedora en América Latina, Academia Revista Latinoamericana de Administración, <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2020-0169..>

Moreno Muñoz, C., & Puyuelo Cazorla, M. (2021). Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 26(95), 898-917. <https://www.researchgate.net/profile/Marina-Puyuelo->

Ogliastri, E. (2011) Tipos de emprendedores. Portafolio. Obtenido de www.portafolio.co/detalle_archivo/DR14064 Orrego, C. (2008) La dimensión humana del emprendimiento. Revista ciencias estrategicas. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151312829001>.

- Madura, J. (2001). Administración financiera internacional International Thomson Editores.
https://www.academia.edu/download/37479020/30012015Administracion_financiera_internacional_9ed_Madura.pdf.
- Moreno Muñoz, C., & Puyuelo Cazorla, M. (2021). Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 26(95), 898-917. https://www.researchgate.net/profile/Marina-Puyuelo-Cazorla/publication/353431433_Realidades_de_Emprendimiento_en_Pequeñas_y_Medianas_Empresas_en_Chile_uso_del_diseño/links/611cddf11e95fe241adc32d7/Realidades-de-Emprendimiento-en-Pequeñas-y-Medianas-Empresas-en-Chile-uso-del-diseño.pdf.
- Schnarch, A. (2014) Emprendimiento exitoso como mejorar su proceso y gestión. Bogotá: Eco ediciones.
- Soria, K., Rueda, J. y Ruiz, R. (2021) Factores determinantes del emprendimiento en Chile y Colombia. Revista Venezolana De Gerencia. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.30>
- Rusu, V., y Román, A. (2019) Drivers of Entrepreneurial Motivations. The Role of Institutional Quality Ekonomický časopis.
- Taylor, I. (2020) Niveles de creatividad. Alicante España