

**Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes
de la carrera de Administración de la ESPOCH en el año 2020**

**Creativity and entrepreneurship of students
of the Administration career of the ESPOCH in the year 2020**

Carlos Iván Villalva Heredia¹

Unidad Educativa Miguel Ángel León

 <https://orcid.org/0000-0002-4042-943X>
ivan.villalva@educacion.gob.ec

Ligia Maricela Niama Rivera²

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

 <https://orcid.org/0000-0002-1818-0041>
lniama@epoch.edu.ec

Luis Enrique Silva Adriano³

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

 <https://orcid.org/0000-0002-0035-6731>
enrique.silva@epoch.edu.ec

RESUMEN

Este artículo tiene como intención verificar cómo la creatividad y el emprendimiento empresarial se relacionan entre sí y se puede manejarse por parte con los estudiantes de administración de empresas de la Facultad de Administración de Empresa de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la ciudad de Riobamba en Ecuador, en la generación de emprendimientos para futuras empresas. La misma se sustenta en el estudio realizado en metodología documental – descriptiva mediante la utilización de documentos, así como la verificación de estados reales dentro de la facultad con situaciones y fenómenos que se presentaron en la recolección de documentos al analizar los mismos. Se hizo un estudio de los cuales participaron los estudiantes de décimo semestre de la escuela de administración de empresas con los que su población fueron 67. Se utilizó como instrumentos tipo cuestionarios para poder validar e interpretar sus resultados.

Palabras Claves: *Emprendimiento; Creatividad; Innovación; Empresas*

¹ Doctor en Gerencia Educativa. Máster en Dirección de Empresas - Docente Educación Media Superior. Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

² Magister en Gestión Empresarial - Docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

³ PhD en Administración y Economía- Chimborazo-Riobamba- Ecuador, Docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ABSTRACT

This article is intended to verify how creativity, business entrepreneurship are related to each other and can be handled by business administration students from the Faculty of Business Administration of the Higher Polytechnic School of Chimborazo in the city of Riobamba in Ecuador, in the generation of ventures for future companies. It is based on the study carried out in documentary-descriptive methodology through the use of documents, as well as the verification of real states within the faculty with situations and phenomena that occurred in the collection of documents when analyzing them. A study was made of which the students of the tenth semester of the business administration school participated, with whom their population was 67. It was used as questionnaire-type instruments to be able to validate and interpret their results.

Key Word: *Entrepreneurship; Creativity; Innovation; Companies*

Introducción

El entorno en que vivimos actualmente a nivel mundial y sobre todo en medios donde el tipo de crisis económica es crítico se ve la necesidad de generar riquezas y empleos que ayuden a auto sustentarse. De allí que se capacita a los estudiantes de los colegios y universidades para que desde su inicio de conocimiento vayan formando su capacidad de desarrollar alternativas de negocio y poner en marcha su propia empresa, sobre todo cuando en ellos existe una gran creatividad asociada a las características mismas de las personas que quieren tener un empleo propio y así llegar a ser dueños de su propia empresa.

En este medio donde los avances tecnológicos van en avance, las necesidades de los consumidores y gustos de estos tienen diferentes connotaciones, la innovación va de la mano con la creatividad como es la tecnología.

Los estamentos estatales, así como los colegios y universidades procuran preparar al capital humano que a futuro serán quienes encaminen la productividad y desarrollo económico de la sociedad y de un país, e allí la parte de invertir en el capital humano en formar y brindar conocimiento para que se desenvuelvan en el ámbito competitivo que existe en el medio.

Muchos estudiosos de la parte administrativa consideran que la crisis en la que se vive parte de que nos sentamos esperando tener oportunidades de personas que son decididas y han realizado cualquier emprendimiento o empresa y con ello dar soluciones a los problemas presentes existentes dando lugar a esperar ver si nos contratan o obtenemos un puesto en estas pymes, en vez de explotar su creatividad y realizar un modelo de empleo propio, a sabiendas que si se explota su creatividad se podría dinamizar las economías, promoviendo la elasticidad de enlace productivo mediante la creatividad e innovación que van de la mano con políticas públicas para poder fortalecer la economía zonal, regional y del país.

Para alcanzar desarrollo en emprendimientos y poder liderar en emprendimientos nuestra ciudad se necesita que mediante el conocimiento adquirido los estudiantes promuevan iniciativas empresariales, creando cultura emprendedora y mediante esta puedan contribuir en el sector productivo y reduzca la deserción de capital humano a otras provincias en busca de fuentes de trabajo.

El presente trabajo nos brinda una oportunidad de lanzarse a la nueva aventura de generar empresas mediante el emprendimiento aplicando la creatividad

Desarrollo

Dada la investigación para realizar el presente artículo se tomo como base algunas investigaciones que manifiestan como se ha realizado y que se aplicado en diferentes lugares respecto al nivel de creatividad y emprendimiento que llevan los estudiantes de distintas universidades de América Latina y Europa en las cuales se ha evidenciado los factores que conllevan a que sus emprendimientos vayan vinculados a las necesidades de la población.

Creatividad

El termino creatividad se puede definir: *“La creatividad o el pensamiento original, es un proceso mental que nace de la imaginación y engloba varios procesos mentales entrelazados. Estos procesos no han sido completamente descifrados por la fisiología. La cualidad de la creatividad puede ser valorada por el resultado final y esta es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, por la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta”* (Significados, 2021)

Emprendimiento

En cuanto a emprendimiento se puede señalar: *“Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos”* (García, 2016).

El estudio realizado por (Padilla M., Looor E. & Guamanquispe T., 2019), tiene un enfoque mixto partiendo de un análisis exhaustivo del emprendimiento viendo de la perspectiva universitaria encaminando en la conducta de los estudiantes hacia el donde destaca diferentes factores que actúan en su emprendimiento los mismos que son la creatividad, capacidad de pago, riesgo, financiamiento, competencia y el riesgo del proyecto, razón de estos factores con una categoría moderada. Después de este análisis se llegó a la conclusión de que las políticas públicas, el financiamiento y materias de emprendimiento son los factores de más importancia al emprender.

Por su parte (Carrillo et al , 2019), identifican en su enfoque cualitativo sobre las percepciones prácticas que tienen los empresarios enfocadas en la innovación y creatividad manifestando que los mismos no eran ajenos a los beneficios de nuevas ideas en las empresas que a su vez requiere de nuevos aprendizajes y mejora continua para fortalecer sus iniciativas. El ecosistema empresarial carece de una valoración precisa de la creatividad, pero busca los beneficios empresariales.

Para (Media et al, 2018) en su artículo explica algunos supuestos sobre sociedades contemporáneas y cómo esta es vista como un instrumento desarrollo, exponiendo la creatividad manejada con lo artístico y cultural, la inversión tecnológica, el apoyo de la economía en el emprendimiento, entendiendo por parte de los autores que para que exista un emprendimiento debe existir una capacidad creadora por parte de los que se encuentran en vías de educandos o por emprendedores que tienen la capacidad de realizar un proyecto empresarial ya sea innovando o apoyándose en algunos ejecutados restructurándolos para que en el desarrollo se vean mejores. Definiendo que para que exista un emprendimiento debe existir la juventud decidida como imagen representativa orientada a: Aprender a conocer, Aprender a hacer, Aprender a vivir y Aprender a ser, como lo manifiesta la

UNESCO. (Zuleide, 2021). Por lo antes dicho y revisado podemos decir que el emprendimiento se lo vislumbra como la acción promotora que mediante los conocimientos del ser humano tiene como objetivo alcanzar una mejora en la calidad de vida y por ende un mejor bienestar en el entorno que nos encontramos.

En los años 50 a las aptitudes particulares demostradas por ciertos individuos con características definidas de elasticidad, fluidez, originalidad, instrucción se la fue definiendo como creatividad, ésta propuesta por Guilford (1952), que luego de unos años ya en 1991 De la Torre la adopta y manifiesta ser una competencia y una capacidad del ser humano para realizar nuevas ideas. Mas adelante entrándonos al nuevo siglo Sternberg (1999), manifiesta que el surgimiento de nuevas ideas influye en el desarrollo constante de la humanidad para brindar soluciones a diversos problemas que se encuentran en nuestro alrededor como son los sociales, individuales, grupales entre otros. Por su parte en el 2000 Gardner establece que la creatividad no fluye en varias direcciones, más bien puede acceder en varias áreas del conocimiento para su efecto sin ser un sistema aparente.

A la creatividad como parte psicológica apreciada primordialmente para sacar adelante la innovación y desarrollo tecnológico (Hennesse & Amabile, 2010). También considerada por las distintas Instituciones de Educación Superior por la vinculación especial que tiene en el ámbito laboral fomentando en los estudiantes personas creativas para enfrentar las demandas existentes en los distintos sistemas de la sociedad. (Toca, 2010).

En la actualidad tanto las IES Instituciones de Educación Superior, en el caso nuestro en la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), así como las empresas apuesta a invertir en la creación de pequeñas y grandes empresas aplicando el emprendimiento impartido en las aulas de clase, motivando y estimulando de manera directa e indirecta para que las mismas sean referidas para su ejecución manteniendo la expectativa de que las mismas irán destinadas ayudar a desarrollar de mejor manera el sistema económico del país.

Algunos trabajos destacan que el emprendedor no es el que copia y hace lo que ya se ha hecho, partiendo de que el negocio pueda beneficiar comercialmente manteniendo la actitud y aptitud de los individuos, donde se genera mayores plazas de trabajo e incremento de impuestos a las exportaciones y así mejorar la producción y entrada de ingresos nacionales (Druker, 1985).

“El emprendimiento es la actividad de crear algo nuevo, resultado de decisiones, como norma, individuales, de ahí que el emprendedor/a sea una persona que persigue iniciativas e identifica o crea oportunidades y donde las motivaciones juegan un papel importante” (Díaz-Fernández, I., & Echevarría-León, D., 2016).

En si el emprendimiento como manifiesta (Alcaraz, 2017) “Permite transformar el entorno a través de la solución de problemas, a partir de la creación de un producto innovador o simplemente la puesta en marcha de una nueva solución que permita cambiar la vida a un grupo de personas”.

Emprendimiento empresarial

El emprendimiento dentro de sus concepciones que persigue fines de creación de distinta índole llega a un punto de ejecución el cual es el de crear una empresa, la cual tienen varios elementos que conlleva a tener buenos resultados principalmente en innovación teniendo una visión que conlleva a la institución alcanzar el objetivo deseado, así como la misión para cubrir las necesidades que el mercado necesita mediante una proyección adecuada.

Cuando se habla de gerencia empresarial la misma debe proporcionar liderazgo, ya que certificará el excelente manejo y éxitos ya que de ello depende que se den los resultados esperados para que el producto que salga al mercado conlleve la satisfacción que desea el cliente. Ya que la imagen de la misma se pone en juego por la competencia existente en el mercado brindando políticas claras en el manejo de su capital y actividades adecuadas.

La mayoría de los emprendedores opinan de la necesidad de contar con fuentes de financiamiento en su plan de negocio para que el mismo pueda funcionar de la debida

forma, el éxito empresarial depende de la habilidad que tenga su líder para llegar a vencer cualquier obstáculo en logro.

La Universidad en la creación de empresas.

Si bien es cierto las universidades en su gran mayoría tienen en sus mallas curriculares la presencia de la asignatura de emprendimiento para formar a los estudiantes, así como lo plantea (Varela, 2014) que la educación empresarial no discurre de la formación de diversos modelos existentes o que quieren aplicar las instituciones de educación superior para capacitar y formar emprendedores, ya que todo depende del entorno en que se desenvuelvan las instituciones de educación así como los mismos estudiantes donde se refleje la cultura, tradiciones, entorno socioeconómico, donde se manifieste diferentes fenómenos que limiten la forma de crear y proyectarse a futuro.

Para (Villaveces & Orozco, 2015) los cuales manifiestan que las instituciones de educación superior deben manejar con mucho afán y apropiarse de formar estudiantes que desarrollen emprendimientos, viabilizando su misión a su interés, por esta razón que toda la instituciones o por lo menos donde se ha realizado la investigación sobre el tema debe de implementar políticas y comprender el fenómeno que viene desarrollándose en diferentes partes del mundo y por que no comenzar a realizar en nuestra alma mater.

Creatividad y emprendimiento en el contexto universitario

Los requerimientos laborales hoy en día solicitan que los estudiantes universitarios y los ya graduados se desempeñen polifuncional mente demostrando sus conocimientos tanto en lo científico como práctico con poder creativo brindando caminos de solución a diferentes problemas que se encuentran en el quehacer cotidiano, en este sentido en formar emprendimientos y generar fuente de empleo a través de creación de empresas.

Si bien es cierto que en el ámbito universitario se hace indispensable realizar emprendimientos por la necesidad de cursar un grado o simplemente pasarlo, ya en la vida cotidiana el cual es el mundo real luego de formarse universitariamente los

escenarios cambian y se hace imperante que los emprendimientos busquen sustento económico ante la necesidad que se tiene.

Entonces las universidades deben invertir para que sus docentes brinden el conocimiento necesario ante los cambios tecnológicos, humanos y de globalización existente en la actualidad de la que en el proceso formativo se conlleva a obtener ideas exitosas e ingeniosas y estar a la vanguardia de la actualidad cuando se busca tener una educación de calidad.

Entonces se hace imperante que se despliegan actividades emocionales y cognitivas en las distintas carreras universitarias con el fin de abordar el desarrollo creativo, tecnológico, creando y apoyando al emprendimiento para mejorar el bienestar social.

Las habilidades y destrezas son primordiales así como las competencias para tener sentido común en la creatividad se hace que para ejecutar una educación donde se genere espacios donde el estudiante forme su conocimiento y a la vez transmita el mismo a la ejecución de lo aprendido así pues se generará confianza de los profesionales que salen al mundo exterior, en el que tomen decisiones en lograr sus metas y principios de logra un bien o servicio que brinde de la misma confianza a los clientes que necesitan de su ayuda.

Materiales y Métodos

La metodología utilizada en este artículo se la hizo aplicando una investigación bibliográfica descriptiva, documental porque ayuda con las teorías existentes sobre el tema y la aplicación de encuestas a 67 estudiantes que cursaban el décimo año de la escuela de administración de empresas de la facultad de administración de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que pese a estar vía virtual por las secuelas que dejó el covid19 se pudo recabar la información debida. Dentro de las encuestas que se encontraron formadas por escala de Likert, la información adquirida se validó mediante el cálculo V-Aiken con validez y confiabilidad del Alfa de Cronbach para lo cual se analizó por parte de creatividad con un 0,89 y en emprendimiento empresarial un valor de 0,96

Resultados

El análisis desarrollado para verificar la creatividad existente por parte de los estudiantes se presenta en:

Tabla 1

	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
CREATIVIDAD	18	27%
	39	58%
	10	15%
	67	100%

Gráfico 1. La Creatividad



Fuente: Elaborado por los autores.

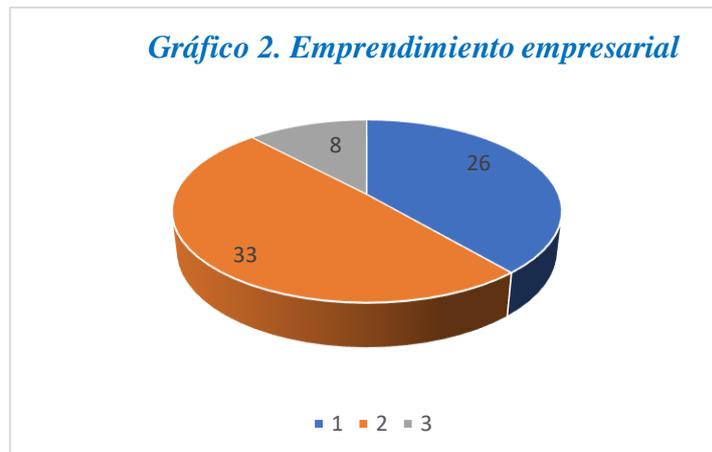
Para el análisis del Emprendimiento empresarial.

Tabla 2

	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
Emprendimiento Empresarial	26	39%
	33	49%
	8	12%
	67	100%

Fuente: Realizado por los Autores

Gráfico 2. Emprendimiento empresarial



Fuente: Elaborado por los autores

Discusión

La creatividad está ligada al emprendimiento como parte integral que impulsa la planificación y la buena marcha de las empresas, esta afirmación se vislumbra en el resultado que responde al estudio del análisis de la creatividad y emprendimiento las cuales se encuentran conexas de forma significativa. A la vez, la correlación entre la creatividad y el emprendimiento es auténtica considerando el valor $Rho=0,74$, afirmando que existe relación directa, lo que conlleva a suponer que mayor sea el impulso que se dé a la creatividad en las aulas de clase de la misma forma crecerá el emprendimiento en los estudiantes, dando así el acertado pronunciamiento que manifiesta “que la creatividad, emprendimiento social e innovación social no sólo están inevitablemente relacionadas, sino que pueden ser consecuencia unas de las otras” (Torres, 2015) y (Díaz-Fernández, I., & Echevarría-León, D., 2016), que concuerdan en la actividad de crear debe tener relación mutua para que dependa el éxito del emprendimiento.

En cuanto a la creatividad que mantienen los estudiantes en la Facultad de administración de empresas de la cual se realizó el estudio demuestra que alcanza un nivel medio en su mayoría, teniendo un 58% de esta de los que se destaca la originalidad y difiere de resultados obtenidos en otras universidades como la investigación realizada por (Delgado & Nuñez , 2017) con un 60% sobre la creatividad de los estudiantes así mismo el estudio realizado por (Claros & Llaja, 2015) en que los niveles son bajos debido a que en su malla curricular no le asumen importancia al emprendimiento y por ende a estimular procesos creativos en el aula de clase lo que difiere en la calidad de estudiantes al salir egresados con pobre pensamiento creativo para realizar emprendimientos.

En base a lo expuesto, la estructura curricular si bien es cierto no todas las asignaturas se asemejan o tienen relación con el emprendimiento pues el deber del docente de las mismas tiene que proyectarse a que las asignaturas sean las que proyecten una idea para que se culmine a futuro en la generación de Mipines y Pymes.

Conclusiones

Se puede concluir que el emprendimiento empresarial indagado y aplicado a los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Escuela Superior

Politécnica de Chimborazo de la ciudad de Riobamba en enero del 2020 se vislumbra al existir una relación entre los dos términos de acorde a los valores de correlación dados en el estudio , entendiéndose que si mayor es la creatividad presentada por parte de los estudiantes en el aula de clase, mayor será el impulso para poder genera proyectos de emprendimiento.

La falta de motivación por parte de los docentes de todas las materias y asignaturas para que se puedan desenvolverse en el campo mediante combinación creativa de trabajos prácticos que conlleve a desarrollar de mejor manera su capacidad de generación de ideas, apuntan a que los estudiantes una vez culminado sus estudios puedan realizar objetivamente con poco o gran recurso ubicarse con un propio emprendimiento, suele ser difícil pero no complejo.

Bibliografía

- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 5 (9).
- Carrillo et al . (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 8(15), 1-28.
- Claros & Llaja. (2015). Evaluación del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración de la Universidad Privada Antenor Orrero. *Tesis de pre grado*.
- Delgado & Nuñez . (2017). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán,. *Tesis pregrado*.
- Díaz-Fernández, I., & Echevarría-León, D. (2016). El emprendimiento en Cuba: análisis de la participación de la mujer. *Entramado*, , 12(2), 54-67.
- Druker, P. (1985). La innovación y el empresario innovador. En P. Druker, *La innovación y el empresario innovador*. Madrid: Edhasa.
- Garcia, L. (2016). estudio de caso con universitarios de comunicación, UAEM UAP Huehuetoca. *Emprendimiento digital*, 34-45.
- Hennesse & Amabile. (Enero de 2010). <https://ssrn.com/abstract=1601146>. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>: <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>
- Media et al. (2018). El emprendimiento en el sistema universitario. *Revista Didasc@ lia: Didáctica y Educación*,, 8(1).

- Padilla M., Loor E. & Guamanquispe T. (2019). “Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública”. *Revista electrónica Ciencia Digital*, 3(2), 43 - 59.
- Significados, c. D. (8 de 9 de 2021). <https://www.significados.com/creatividad/> Consultado: 8 de septiembre de 2021, 03:05 pm. Obtenido de <https://www.significados.com/creatividad/> Consultado: 8 de septiembre de 2021, 03:05 pm.: <https://www.significados.com/creatividad/> Consultado: 8 de septiembre de 2021, 03:05 pm.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales. Universidad ICESI. Vol.26,*, 41-60.
- Torres, M. (2015). Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación. *Revista de estudios de juventud N° 109*.
- Varela, R. (2014). Currículo y emprendimiento experiencias en perspectiva. *Educación Empresarial*, 45-93.
- Villaveces & Orozco. (2015). La transferencia de I + D, la innovación y el emprendimiento en las universidades. *Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA). Capítulo Colombia*.
- Zuleide, B. (Enero de 2021). *Educación: Un estudio basado en el informe de la UNESCO sobre los cuatro pilares del conocimiento. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Año 06, Ed. 01, Vol. 04, págs. 53-60. . ISSN: 2448-0959,*. Obtenido de https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacion-es/cuatro-pilares#_ftn1: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacion-es/cuatro-pilares#_ftn1

Conflicto de interés

Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales de este escrito deben dirigirse al autor.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace: https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso