

ACTITUDES DE CREATIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA Y SU RELACIÓN CON ALGUNAS VARIABLES SOCIO DEMOGRÁFICAS

CREATIVITY AND ENTREPRENEURSHIP ATTITUDES OF STUDENTS FROM NATIONAL UNIVERSITY OF ENGINEERING AND THEIR RELATIONSHIP WITH SOME SOCIODEMOGRAPHIC VARIABLES

ALEJANDRO E. LOLI P¹., EDWIN DEXTRE J., JAVIER DEL CARPIO G., ELSA LA JARA G.

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, PERÚ

(RECIBIDO EL 17/08/2010, ACEPTADO EL 12/10/2010)

RESUMEN

El objetivo del estudio es conocer las actitudes de creatividad y emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables demográficas y sociales en una muestra de 202 sujetos que realizan estudios universitarios de ingeniería en diversas especialidades, encontrándose todos ellos entre el primer y décimo ciclo de estudios.

El análisis de los resultados muestra que la mayoría de los estudiantes universitarios tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento. Así mismo, la correlación entre la creatividad y los componentes del emprendimiento arroja una asociación significativa y positiva. Sobre las variables demográficas y sociales y su relación con los niveles del emprendimiento (bajo, normal y alto), existe diferencia significativa de acuerdo a los ciclos de estudio en los que se encuentran, la experiencia laboral, la intención de desarrollar un negocio y la necesidad de asistencia financiera; es decir, la intervención de dichas variables permiten inferir diferencias de percepción en los niveles de creatividad y el emprendimiento.

Palabras clave: Actitudes, creatividad y emprendimiento, estudiantes universitarios, Perú.

ABSTRACT

The objective of this study is to know about the creativity and entrepreneurship attitude of the National Engineering University students, and their relationship with demographic and social variables taken from a sample of 202 students between the first and tenth semester.

The analysis of the results shows that most of the students have a positive attitude towards the creativity and entrepreneurship. In that sense, the correlation between the creativity and their entrepreneurship components indicates a meaningful and positive association. There is a meaningful difference between the demographic and social variables and their relationship to the entrepreneurship levels (low, normal, and high) according to year of study. Among

1 Profesor principal, Facultad de Psicología, UNMSM. E-mail: alolip@unmsm.edu.pe

these variables are found the following: work experience, the idea to start a new business and the necessity of financial assistance, in other words, the presence of these variables let us to infer the perception differences in the creativity and entrepreneurship levels.

Keywords: Attitudes, creativity and entrepreneurship, college students, Peru.

INTRODUCCIÓN

La migración masiva de la población del campo a la ciudad, especialmente de las regiones de la selva y sierra hacia la región de la costa, con particular preferencia a la capital del país, Lima Metropolitana, durante las últimas décadas, fue consecuencia de la crisis política, económica y social que vivió el Perú; crisis que en muchos casos comprometió la ética y la moral de la sociedad, generando, como resultado, un difícil acceso a un empleo digno y a un nivel de vida aceptable. La alternativa más viable que encontraron dichos migrantes fue crear su propia fuente de trabajo, que se inició de manera informal y que actualmente muchas de estas organizaciones han logrado su formalización y operan con éxito.

Este fenómeno, que nace en medio de la carencia y la necesidad, y la escasa oferta de empleo se denomina "emprendimiento" en los términos de J. E. Silva (2008), donde la capacidad creativa se pone en juego y activa otras competencias como la iniciativa, la perseverancia, la necesidad de logro, etc., y emprende actividades que le permite encontrar probables soluciones a sus problemas. La creatividad, decía C. Carpio (1999), describe una "tendencia a comportarse creativamente"... y que se puede identificar a través de la observación de "colecciones de eventos conductuales"... y que se logra con el entrenamiento en la solución de problemas, convirtiéndose éstas en promotoras del comportamiento creativo. Sin duda que, las experiencias sucesivas de los migrantes no eran sino una forma de entrenamiento y de aprendizaje por error.

El emprendedor es aquel que detecta una oportunidad, la analiza, la estudia y se proyecta para crear una organización, es aquella persona que posee olfato y que sabe encontrar las oportunidades, es alguien que cree en sus ideas y que es capaz de llevarlas a cabo, de encontrar la manera de materializar sus sueños; alguien que aprende de sus errores, que no se inmoviliza o abandona cuando se equivoca o fracasa, que intenta salir adelante pese a las dificultades que encuentra (M. Rodríguez, 2007). El emprendedor "... es un innovador, un gran estratega, (...) tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades" (Gerber, 1996, en J. Bóveda, 2004); "... emprendedores pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios ..." (Lezana y Tonelli, 1998, en J. Bóveda, 2004).

El estudio de N. Espinoza (2004), sobre aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en tres universidades públicas de Lima y Callao, Perú, en una muestra de 200 alumnos, encontró que el 56,5% no tiene trabajo dependiente, y el 43,5% tiene trabajo dependiente. En el primer caso, el 16,81% indican tener negocio propio y el 83,19% no tener negocio propio; en el segundo caso, el 9,5% señala tener negocio propio, y el resto no tiene negocio propio.

Aquellos que no trabajan ni tienen negocio propio (47%), tienen como objetivo concluir sus estudios (27,65%), realizar sus prácticas profesionales (26,59%), crear su negocio propio (25,55%), buscar trabajo (17,02%) y salir al extranjero (3,19%). Datos con los que el autor trata de demostrar la escasa actitud de emprendimiento de los estudiantes, explicando que aquellos que dicen tener negocio propio se refieren al negocio de sus padres.

Alejandro E. Loli Pineda y cols. (2008) dan cuenta de una investigación desarrollada sobre la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y su relación con algunas variables demográficas en una muestra de 182 sujetos; hallando que la mayoría de estudiantes tiene una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento, y que existe una relación significativa con variables de edad, ciclo de estudios, facultad a la que pertenecen, desarrollo de emprendimiento y sector de actividad para emprender.

Un diagnóstico del potencial emprendedor realizado en la Universidad Católica del Perú, en una muestra de 460 estudiantes del cuarto y décimo ciclo de estudios, informa que el 71% de los estudiantes planeaba formar una empresa y que el 6% ya contaba con una empresa, aunque no indica si éstas eran propias o de la familia (Dino Linares, 2001).

F. A. Delicio (2007) realiza un estudio en una muestra de 47 estudiantes universitarios del último año de contabilidad y administración de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Los hallazgos indican que la proporción de estudiantes con vocación emprendedora es baja (14,89%); el ejemplo familiar como modelo a seguir para desarrollar una vocación emprendedora entre los estudiantes es escasa; la experiencia laboral y la formación académica que reciben de la universidad es un buen complemento para intentar su propio emprendimiento, pero insuficiente; los alumnos demandan más cuestiones relacionadas con la posibilidad de desarrollar una actividad emprendedora. La universidad está preparando alumnos para la gran empresa, que no es precisamente la principal generadora de empleo.

Fernando Graña y Mariel Fornoni (2002) realizaron una investigación en una muestra de 189 sujetos de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales de dos universidades del Mar del Plata, Argentina, encontrando que el 35,5% de los estudiantes posee vocación emprendedora; el 17,5% tiene comportamiento emprendedor, iniciando una empresa propia; el 8% tiene intención emprendedora, con un proyecto concreto para crear una nueva empresa; y el 10% tiene una actitud emprendedora, admitiendo la posibilidad de iniciar un nuevo negocio como opción de carrera o salida laboral.

Hugo Kantis y colaboradores (2000) dan cuenta de un estudio realizado en una muestra de 122 fundadores de nuevas empresas en Argentina, encontrando que las empresas fundadas por emprendedores de base universitaria se distinguen por su perfil más calificado en materia de dinamismo, recursos humanos y del tipo de oportunidades que aprovechan. Así mismo, fue posible identificar algunas lecciones de interés por el apoyo de universidades al proceso emprendedor, también se descubrió que la participación de las mujeres, de aquellas que viven en áreas locales y de quienes provienen de familias de sectores medios bajos y bajos es limitado.

El Centro de Desarrollo Emprendedor del Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo de la Universidad de Montevideo (2007) publicó algunos resultados de una investigación realizada en estudiantes universitarios. Según el informe, 13 de cada 100 personas estaban desarrollando, a mediados de 2006, algún tipo de empresa naciente. Sin embargo, cuando se le pregunta a los jóvenes ¿qué ha hecho usted en los últimos 12 meses para poder emprender su negocio?, la mayoría dijo nada. Situación muy común en jóvenes universitarios, cuya reacción es básicamente actitudinal, de optimismo, y donde la Universidad debe jugar un papel más activo para el fomento de la actitud emprendedora (M. Olivero, 2007).

Juan A. Moriano L. (2005), por otro lado, desarrolló una investigación con el objeto de explicar y predecir la intención de emprender, en una muestra de 2000 estudiantes, la mayor parte de ellos residentes en Castilla y León, España. Los resultados nos muestran que sólo el 13,5% de los participantes muestran mayor intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo que trabajando por cuenta ajena; sin embargo, el estudio señala que sólo el 4,11% crearán efectivamente su propia empresa. Se sigue pensando que la mejor opción laboral es conseguir un trabajo seguro para toda la vida.

En concordancia con estudios revisados, las vivencias y experiencias referidas por empresarios, hay emprendedores que surgen espontáneamente como respuesta a las necesidades y las carencias, pero también hay de los que aprenden en sus interacciones sociales, y otros que nacen con algunas cualidades innatas que son fortalecidas durante su desarrollo. Se dice, igualmente, que todos los seres humanos somos emprendedores por naturaleza. Es posible que estas afirmaciones sean de sentido común, lo cierto es que la poca evidencia científica lograda en nuestro medio también coincide en creer que las universidades juegan un papel importante (M. Olivero, 2007) o tienen que jugar un papel trascendente en la formación de jóvenes emprendedores, por ello, creímos interesante conocer la actitud creativa y emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas y organizacionales.

MÉTODO

Muestra

La muestra estuvo constituida por 202 estudiantes de las Facultades de Ingeniería en sus diversas especialidades y diferentes años de estudio. De ellos, 37 (18,3%) fueron de sexo femenino y 165 (81,7%) de sexo masculino, entre solteros (96,0%), casados (1,5%) y de unión libre (2,5%). La distribución de la muestra de acuerdo a la edad es la siguiente:

		Edad			
1.20	2.25	2.30	31 a más	Total	
106	77	17	2	202	
52,5	38,1	8,4	1,0	100,00	

Instrumento

El instrumento fue construido por Alejandro E. Loli Pineda (2008), exclusivamente para propósitos de la presente investigación. Dicho Inventario de Creatividad y Emprendimiento (ICI) está conformado por 12 factores: creatividad e iniciativa, optimismo, perseverancia, compromiso con sus convicciones, confianza en sí mismo, propensión al riesgo, capacidad de adaptación, liderazgo, independencia y autonomía, necesidad de logro, visión del futuro y competencias; haciendo un total de 94 ítems entre todos sus componentes, los cuales cuentan con seis alternativas de respuesta que van desde totalmente en desacuerdo (1) a totalmente de acuerdo (6).

En concordancia con el coeficiente alpha de Cronbach, los diferentes factores o componentes cumplen con el criterio de estabilidad y confiabilidad, superando el mínimo (0,20) exigido para estos fines. La confiabilidad general lograda en el procesamiento de datos del presente instrumento fue de 0,952; por tanto, altamente estable y confiable. En la siguiente tabla se puede observar el nivel de confiabilidad de cada componente.

N.º	Factores o componentes	Confiabilidad
1	Creatividad e iniciativa	,700
2	Optimismo	,623
3	Perseverancia	,726
4	Compromiso	,445
5	Confianza	,752
6	Propensión al riesgo	,668
7	Capacidad de adaptación	,646
8	Liderazgo	,773
9	Independencia y autonomía	,589
10	Necesidad de logro	,614
11	Visión del futuro	,603
12	Competencias o habilidades	,730
Confiabilidad total de la prueba		,952

Procesamiento de datos

Se utilizó el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para el tratamiento estadístico. De manera especial se utilizó el estadístico de confiabilidad Alpha de Cronbach para ver los niveles de confiabilidad de la prueba total y de cada uno de los factores que la componen, la correlación de Spearman para establecer el grado de significancia en la relación entre los componentes, y las pruebas de χ^2 para conocer las diferencias que pueden surgir con la intervención de las variables psicoci-demográficas.

RESULTADOS

1. Actitud de los estudiantes universitarios hacia la creatividad y el emprendimiento

Una apreciación de la tabla 2 sobre actitudes de creatividad y emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería, tomando en cuenta los doce componentes de la Prueba, nos muestra que existe una actitud positiva, en la medida en que la mayoría de estudiantes de la muestra se encuentra dentro de la categoría normal (49,5%) y alto (24,8%), correspondiendo a la categoría baja sólo el 25,7%.

Tabla 1. Actitud hacia la creatividad y el emprendimiento.

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	52	25,7
	Normal	100	49,5
	Alto	50	24,8
Total		202	100,0

2. Asociación de la creatividad con los factores del emprendimiento

La Tabla 2 nos muestra el análisis de correlación de la creatividad con los factores del emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería; donde se observa que existe una correlación significativa y positiva entre creatividad y optimismo ($r = ,66^{***}$), perseverancia ($r = ,66^{***}$), compromiso con sus convicciones ($r = ,47^{***}$), confianza en sí mismo ($r = ,68^{***}$), propensión al riesgo ($r = ,61^{***}$), capacidad de adaptación ($r = ,56^{***}$), Liderazgo ($r = ,66^{***}$), independencia y autonomía ($r = ,44^{***}$), necesidad de logro ($r = ,53^{***}$), visión del futuro ($r = ,68^{***}$), competencias ($r = ,62^{***}$); es decir, a mayor creatividad e iniciativa mayor optimismo, perseverancia, compromiso con sus convicciones, confianza en sí mismo, mayor propensión al riesgo, mayor capacidad de adaptación, liderazgo, independencia y autonomía, necesidad de logro, visión del futuro y mejores competencias o habilidades. En otros términos, la creatividad e iniciativa constituye no sólo un componente del emprendimiento, sino que los estudiantes universitarios consideran que es una antesala del emprendimiento.

Tabla 2. Correlación entre la creatividad y los factores de emprendimiento.

Componentes	Creatividad e iniciativa	
	r	p-value
Creatividad e iniciativa	1	-
Optimismo	0,66084597	0,000001
Perseverancia	0,66086499	0,000001
Compromiso con sus convicciones	0,47012496	0,000001
Confianza en sí mismo	0,68937305	0,000001
Propensión al riesgo	0,61100246	0,000001
Capacidad de adaptación	0,56351983	0,000001
Liderazgo	0,66023511	0,000001
Independencia y autonomía	0,44903059	0,000001
Necesidad de logro	0,53519962	0,000001
Visión del futuro	0,68175667	0,000001
Competencias o habilidades	0,62156252	0,000001

Cronbach's Alpha.

3. Asociación entre los factores del emprendimiento

Se ha realizado también el análisis de correlación entre los factores del emprendimiento (tabla que por razones de espacio omitimos). De cuyo análisis se deduce que todos los componentes están asociados entre ellos de manera significativa y positiva; es decir, hay una asociación consistente y lógica.

4. El emprendimiento según las variables demográficas, sociales y organizacionales

El emprendimiento según el ciclo de estudios

Como se puede apreciar en la Tabla 3, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que hay diferencias en la percepción de los estudiantes universitarios de acuerdo al ciclo de estudio a los que pertenecen respecto al nivel de emprendimiento (p-value = 0,007). Es decir, no hay homogeneidad de proporciones en los ciclos de estudio a través de los niveles de emprendimiento (bajo, normal y alto).

De los estudiantes que se encuentran en un nivel de emprendimiento normal (49,5%), el 60,3% pertenecen al sexto y octavo ciclo; seguido por aquellos que se encuentran en el nivel de emprendimiento bajo (25,7%), donde el 45,5% pertenece al noveno y décimo ciclo de estudios; mientras que los estudiantes que se encuentran en el nivel de emprendimiento alto, el 47,1% pertenecen al cuarto y quinto ciclo de estudios. Lo que nos muestra que, los ciclos de estudio influyen en la actitud hacia la creatividad y el emprendimiento; probablemente porque dichas actitudes van variando en la medida que los estudiantes avanzan en sus estudios.

Tabla 3. Emprendimiento según los ciclos de estudios.

Variable Ciclos de estudio	Categoría			Total N=202
	Bajo N=52	Normal N=100	Alto N=50	
I al II Ciclo	32,4	47,7	19,8	100
IV a V Ciclo	11,8	41,2	47,1	100
VI a VIII Ciclo	14,3	60,3	25,4	100
IX a X Ciclo	45,5	18,2	36,4	100
Total	25,7	49,5	24,8	100

p-value = 0.007

El emprendimiento de acuerdo con la experiencia laboral

En la Tabla 4, se aprecia la relación entre los niveles de emprendimiento y la experiencia laboral, donde encontramos suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis planteada a un nivel de significación de 0,05; por tanto, se puede concluir que existen diferencias en la percepción de los estudiantes universitarios de acuerdo a la experiencia laboral respecto al nivel de emprendimiento (p-value=0,006). Es decir, no hay homogeneidad de proporciones en los estudiantes agrupados según su experiencia laboral a través de los niveles de emprendimiento (bajo, normal y alto).

De los estudiantes que se encuentran en un nivel de emprendimiento normal (49,5%), el 77,8% dicen haber tenido experiencia laboral informal; seguido por aquellos que se encuentran en el nivel de emprendimiento bajo (25,7%), el 40,0% de ellos dice haber tenido experiencia laboral en otras formas de empleo; mientras que de los estudiantes que se encuentran en el nivel de emprendimiento alto (24,8%), el 41,7% dicen haber tenido experiencia laboral independiente. Lo que nos muestra que, la experiencia laboral influye en la actitud hacia la creatividad y el emprendimiento; probablemente porque tener experiencia les permite percibir mejor el sentido de creatividad y emprendimiento.

Tabla 4. El emprendimiento según la experiencia laboral.

Variable Experiencia laboral	Categoría			Total N=202
	Bajo N=52	Normal N=100	Alto N=50	
No he tenido	35,1	47,9	17,0	100
Independiente	12,5	45,8	41,7	100
Dependiente	22,0	53,7	24,4	100
Informal	0,0	77,8	22,2	100
Sí otros	40,0	40,0	20,0	100
Total	25,7	49,5	24,8	100

p-value = 0,006

El emprendimiento de acuerdo a la intención de desarrollar un negocio

La Tabla 5 nos muestra la relación entre los niveles de emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio, en ella encontramos suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis planteada a un nivel de significación de 0,05; por tanto, se puede concluir que existen diferencias en la percepción de los estudiantes universitarios de acuerdo a la intención de desarrollar un negocio respecto al nivel de emprendimiento ($p\text{-value}=0,012$). Es decir, no hay homogeneidad de proporciones en los estudiantes agrupados según su intención de desarrollar un negocio a través de los niveles de emprendimiento (bajo, normal y alto).

De los estudiantes que se encuentran en un nivel de emprendimiento normal (49,5%), el 50,0% dice tener intención de desarrollar un negocio; en cambio, de aquellos que se encuentran en el nivel de emprendimiento bajo (25,7%), el 60,0% dice no tener intención de desarrollar un negocio; y de los estudiantes que se encuentran en el nivel de emprendimiento alto (24,8%), el 26,0% dice tener intención de desarrollar un negocio. Lo que nos muestra que, la intención de desarrollar un negocio influye en la actitud hacia la creatividad y el emprendimiento; probablemente porque la intención es una tendencia que les permite percibir mejor el sentido de creatividad y emprendimiento, y porque es una antesala del comportamiento.

En otros términos, de los estudiantes universitarios que dicen tener intención de desarrollar un negocio, el 50,0% se encuentra en un nivel normal de actitud hacia el emprendimiento, el 26,0% en el nivel alto y, el 24% se encuentra en un nivel bajo; mientras que, de aquellos que dicen no tener intención de desarrollar un negocio, el 60,0% se encuentra en el nivel bajo de emprendimiento y el 40% en el nivel normal. Como se ve, los que piensan desarrollar un negocio tienen la convicción de realizarlo a pesar de su bajo nivel de emprendimiento, mientras que aquellos que piensan lo contrario, son coherentes con su bajo nivel de emprendimiento.

Tabla 5. Emprendimiento según intención de desarrollar un negocio.

Variable Intención de negocio	Categoría			Total N=202
	Bajo N=52	Normal N=100	Alto N=50	
SÍ	24,0	50,0	26,0	100
NO	60,0	40,0	0,0	100
Total	25,7	49,5	24,8	100

$p\text{-value} = 0,012$

El emprendimiento según la necesidad de asistencia financiera

La Tabla 6 nos muestra la relación entre los niveles de emprendimiento y la necesidad de asistencia financiera, en ella encontramos suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis planteada a un nivel de significación de 0,10; por tanto, se puede concluir que existen diferencias en la percepción de los estudiantes universitarios de acuerdo a la necesidad de asistencia financiera respecto al nivel de emprendimiento ($p\text{-value}=0,059$). Es decir, no hay homogeneidad de proporciones en los estudiantes agrupados, según la necesidad de asistencia financiera, a través de los niveles de emprendimiento (bajo, normal y alto).

Los estudiantes que se encuentran en un nivel de emprendimiento normal (49.5%), el 88,9% dicen demandar de asistencia financiera para disponer un local; en cambio, aquellos que se encuentran en el nivel de emprendimiento bajo (25,7%), el 50,0% dicen demandar de asistencia financiera para impuestos; y los estudiantes que se encuentran en el nivel de emprendimiento alto (24,8%), el 40,0% dice demandar de asistencia financiera para salarios. Lo que nos muestra que, la demanda de asistencia financiera influye en la actitud hacia la creatividad y el emprendimiento; probablemente porque la demanda de asistencia financiera les permite percibir de modo diferente el sentido de creatividad y emprendimiento.

Tabla 6. Emprendimiento y la necesidad de asistencia financiera.

Variable Asistencia financiera	Categoría			Total N=202
	Bajo N=52	Normal N=100	Alto N=50	
Materias e insumos	29,9	48,1	22,1	100
Ventas	28,6	35,7	35,7	100
Salarios	20,0	40,0	40,0	100
Local	0,0	88,9	11,1	100
Impuestos	50,0	33,3	16,7	100
Maquinaria y equipo	30,0	48,0	22,0	100
Marketing y publicidad	15,8	57,9	26,3	100
Total	25,7	49,5	24,8	100

$p\text{-value} = 0,059$

En cambio, las demás variables demográficas y organizacionales, tales como la edad, el sexo, el estado civil, facultad de pertenencia, sector de actividad para posible emprendimiento, necesidad de capacitación para el emprendimiento, entre otros, no son significativos, llevándonos a la conclusión, que la participación de dichas variables no afecta o no cambia en nada la actitud de creatividad y emprendimiento de los estudiantes universitarios. Se mantienen homogéneos.

DISCUSIÓN

En concordancia con los estudios revisados, la creatividad y el emprendimiento son variables de permanente preocupación y anhelo de muchos países, especialmente de países en vías de desarrollo; que no ven otra alternativa que poner en juego todas sus potencialidades para lograr el crecimiento y bienestar económico de los pueblos. Los líderes políticos y económicos que han hecho conciencia de esta necesidad están invirtiendo importantes cantidades de dinero para promover la investigación y la formación profesional orientada a elevar los niveles de creatividad, innovación y emprendimiento de su juventud.

La creatividad describe una "tendencia a comportarse creativamente" y que se puede identificar a través de la observación de "colecciones de eventos conductuales", y que se logra con el entrenamiento en la solución de problemas, convirtiéndose éstas en promotoras del comportamiento creativo (C. Carpio, 1999), y, por tanto, accesibles al aprendizaje y el emprendimiento. Desde este punto de vista, la creatividad y el emprendimiento, cualquiera sea su origen, será bienvenido; así, los emprendedores procedentes de universidades tienen un perfil más calificado (H. Kantis, 2000); por tanto, dichos centros de estudio tienen un rol fundamental en el proceso de desarrollo de actitudes y comportamientos creativos y emprendedores.

En ese sentido, esta investigación arroja que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento, ubicándose en el nivel normal y alto. Entre tanto, hay una asociación significativa y positiva de la creatividad con los componentes del emprendimiento, resultado que es coherente con lo encontrado por Alejandro Loli y cols. (2008), en un estudio similar, en una muestra diferente, demostrando consistencia de dicha relación. Igualmente, nuestros hallazgos nos indican que los demás componentes de la creatividad y el emprendimiento se correlacionan positivamente entre ellos, con cuyo resultado se confirma una vez más la validez y confiabilidad del instrumento.

Efectivamente, como lo demuestran otros estudios, las actitudes de los estudiantes universitarios no son sino tendencias, y pocos son los que tienen negocio propio y generalmente dichos negocios resultan siendo de los padres (Espinoza, 2004; Dino Linares, 2001; M. Olivero, 2007); la preocupación de ellos es fundamentalmente concluir sus estudios, hacer sus prácticas profesionales; excepto, en algunos casos como el que informa Graña y Fornoni (2002) y Juan A. Moriano L. (2005), de comportamientos concretos de emprendimiento. Lo cierto es que, aquellos emprendedores que tienen una base universitaria se distinguen por ser más dinámicos, mejor manejo de los recursos humanos y mejor aprovechamiento de oportunidades (Hugo Kantis, 2000); por consiguiente, todos los esfuerzos deben orientarse a la promoción de actitudes y comportamientos creativos y emprendedores de los estudiantes.

Respecto de la relación de las actitudes y el emprendimiento con las variables demográficas, sociales y organizacionales, contrariamente a lo encontrado por A. Loli y cols (2008) en el presente estudio no hay diferencias significativas cuando interviene la edad, el sexo, el estado civil, el sector de actividad donde piensa desarrollar su emprendimiento, área de capacitación necesarias para el emprendimiento, y carrera profesional o Facultad de

pertenencia. Es decir, son homogéneos sus percepciones y no afectan su concepción respecto de la creatividad y el emprendimiento. En cambio, encontramos resultados similares cuando se analiza la relación con ciclo de estudios, la experiencia laboral, y desarrollo de un emprendimiento; en estos casos, la percepción que tienen los estudiantes agrupados en dichas variables es diferente, sobre la creatividad y el emprendimiento. La asistencia financiera, igualmente, en este estudio, nos indica diferencia significativa. Estos resultados pueden estar indicando el sentido práctico de las actitudes de estos estudiantes en relación a los investigados por A. Loli y cols. (2008) en una muestra diferente de otra universidad.

Finalmente, es pertinente señalar que quedan algunas dudas que es necesario seguir explorando en una muestra más amplia, especialmente por las diferencias logradas en la percepción de los estudiantes cuando intervienen las variables demográficas, sociales y organizacionales entre esta investigación y lo realizado anteriormente. Lo que sí parece consolidarse es la validez y la confiabilidad del instrumento, aun cuando demanda seguir probando en una muestra más amplia.

CONCLUSIONES

1. Las actitudes de creatividad y emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería son positivas, ubicándose en su mayoría en la categoría normal y alto, correspondiendo a la categoría baja sólo el 25,7%.
2. Existe asociación significativa y positiva entre la creatividad y los componentes del emprendimiento y entre ellos mismos. Es decir, a mayor creatividad mayor emprendimiento.
3. Una revisión de la relación de los niveles de creatividad y el emprendimiento con las variables demográficas, sociales y organizacionales nos muestra que sí existen diferencias significativas cuando se trata de los ciclos de estudio, experiencia laboral, desarrollo de un emprendimiento y asistencia financiera. Es decir que, en estas variables la actitud de los estudiantes hacia la creatividad y el emprendimiento (bajo, normal y alto) es variado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bóveda, Juan (2004). El emprendedor y las pequeñas empresas. *Rev. Futuros*, Vol II(6). Fundación EMPREDER, Paraguay: <http://www.revistafuturos.inf>
2. Carpio, Claudio (2008). *Competencias profesionales del Psicólogo*. México: Edit. UNAM.
3. Centro de Desarrollo Emprendedor del Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM) (2007). *Emprendedorismo en los universitarios: Una opción cada día más real*. Montevideo: Universidad de Montevideo.
4. Cevallos V. Emilio (2007). *Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina*. Cochabamba: FUNDES Internacional.

5. Delicio, F. (2007). *La vocación emprendedora de los estudiantes universitarios: El Caso de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata*. Mar del Plata: UNMDP.
6. Espinoza, N. (2004). *Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima y Callao*. Lima: Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM.
7. Graña, F. y Fornoni, M. (2002). *La vocación emprendedora en los alumnos universitarios avanzados de Ciencias Económicas de la ciudad de Mar del Plata*. Mar del Plata: UNMDP.
8. Loli Pineda, A.; Del Carpio, J. y La Jara, E. (2008). El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Rev. de Investigaciones Psicológicas*, Vol. 12, N.º 1, Lima: UNMSM.
9. Moriano, J. (2005). El perfil psicosocial del emprendedor. *Rev. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*. Madrid: CES Colección Estudios.
10. Shiersmann, S.; Graña, F. y Liseras, N. (2002). Vocación emprendedora en alumnos universitarios avanzados: El caso de las Facultades de Ciencias Económicas de FASTA y de la UNMDP. VII Reunión anual red Pymes Mercosur, Rafaela. Publicación en CD-ROM.
11. Silva, Jorge E. (2008). *Emprendedor: Crear su propia empresa*. México: Editorial Alfaomega.