

**DIAGNÓSTICO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE
CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN ESTUDIANTES DE IGE EN UNA
IES**

Área de investigación: Emprendimiento

Susana Céspedes Gallegos

División de Ing. Gestión Empresarial
Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos
México
susycegs@yahoo.com.mx

Miguel Ángel Clara Zafra

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Veracruzana
México
mclara@uv.mx

Sandra Natalia Ceja Romay

División de Ing. Administración
Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos
México
natalia176@hotmail.com

Octubre 9, 10 y 11 de 2019

Ciudad Universitaria | Ciudad de México



DIAGNÓSTICO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL EN ESTUDIANTES DE IGE EN UNA IES



Resumen

La creatividad es una herramienta útil en la vida del ser humano, elemental para dar soluciones y respuestas a cualquier problemática aplicable, ya sea de índole personal, familiar, laboral y organizacional. La creatividad involucra flexibilidad y sensibilidad para crear algo nuevo y valioso a una realidad concreta o en beneficio de un proceso, la creatividad se apoya en la imaginación, en el sentido de generar ideas diferentes que conlleven congruencia, relevancia y trascendencia, que ayude a ver lo que todos ven y a pensar lo que nadie ha pensado. La creatividad también involucra razones, emociones, conocimientos, experiencias, pensamientos y sentimientos. La presente investigación se diseñó con un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal, se elabora a partir de la revisión de la literatura y se fundamenta con un marco teórico y referencial. El trabajo de investigación se realiza en el Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos, campus central. Para su realización, se ha tomado como referencia el período que corresponde al semestre agosto 2018 – enero 2019 respectivamente, las mediciones de la variable creatividad empresarial se desarrollaron de forma eficiente con la colaboración de los alumnos de la carrera de IGE. El objetivo es diagnosticar las competencias relacionadas con la Creatividad Empresarial en los estudiantes de IGE en el Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos. Se utilizó un instrumento relacionado con el modelo de competencias emprendedoras de Palacios (1999) propuesto por el Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira y el Dr. Raúl Alberto Santos Valencia (Barroso & Santos, 2012). Consta de 11 dimensiones y 55 ítems, la cual está validado y es confiable para su aplicación en los estudiantes.

Palabras clave: creatividad empresarial, competencias y emprendimiento

Abstract

Creativity is a useful tool in the life of the human being, elementary to provide solutions and answers to any applicable problem, whether





personal, family, work and organizational. Creativity involves flexibility and sensitivity to create something new and valuable to a concrete reality or for the benefit of a process, creativity is based on imagination, in the sense of generating different ideas that bring congruence, relevance and transcendence, that helps to see what everyone sees and thinks what nobody has thought. Creativity also involves reasons, emotions, knowledge, experiences, thoughts and feelings. The present investigation was designed with a quantitative approach of descriptive and cross-sectional scope, it is elaborated from the review of the literature and is based on a theoretical and referential framework. The research work is carried out at the Higher Technological Institute of Coatzacoalcos, central campus. For its realization, the period corresponding to the August 2018 - January 2019 semester has been taken as a reference, the measurements of the variable business creativity were developed efficiently with the collaboration of the students of the IGE career. The objective is to diagnose the competences related to Business Creativity in IGE students at the Higher Technological Institute of Coatzacoalcos.

An instrument related to the model of entrepreneurial skills of Palacios (1999) proposed by Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira and Dr. Raúl Alberto Santos Valencia (Barroso & Santos, 2012) was used. It consists of 11 dimensions and 55 items, which is validated and is reliable for its application in students.

Keywords: Business Creativity, Competencies and Entrepreneurship

Introducción

La creatividad empresarial es una competencia susceptible de adquirirse y mejorarse sistemáticamente, es por ello, la necesidad imperiosa de fomentar una cultura de cambio, empezando por la institución educativa y los jóvenes estudiantes. La presente investigación es un medio para reflexionar, analizar, discutir, motivar la experiencia educativa en las aulas universitarias.

Actualmente la mano de obra gira alrededor del pensamiento creativo. Todos los trabajos que no requieran creatividad tienden a desaparecer, ya que diversos estudios consideran la creatividad e innovación como competencias necesarias para emprender en las organizaciones.





La creatividad es una herramienta útil en la vida del ser humano, elemental para dar soluciones y respuestas a cualquier problemática aplicable, ya sea de índole personal, familiar, laboral, organizacional, etc. La creatividad involucra flexibilidad y sensibilidad para crear algo nuevo y valioso a una realidad concreta o en beneficio de un proceso, la creatividad se apoya en la imaginación, en el sentido de generar ideas diferentes que conlleven congruencia, relevancia y trascendencia, que ayude a ver lo que todos ven y a pensar lo que nadie ha pensado. La creatividad también involucra razones, emociones, conocimientos, experiencias, pensamientos y sentimientos.

Antecedentes

Antiguamente el término de creatividad estaba asociado con las artes, la pintura, escultura, arquitectura, etc., era un término considerado como espiritual y religioso, en el cual, sólo las personas con un don especial para el dominio de las artes, se consideraban creativos, es decir, creadores. (Tatarkiewicz, 2015, págs. 279-300). Por lo tanto, la creatividad es tener ideas nuevas y útiles; son las aptitudes, fuerzas y talentos que se manifiestan, entre otros, como la intuición y la imaginación, la inspiración, la inventiva, la riqueza de las ideas, la originalidad o solución de problemas. (Schnarch, 2012, pág. 3). Para nuestro estudio en específico, se aborda el término de creatividad empresarial, la cual se define a continuación.

Es la capacidad para generar en forma consistente resultados diferentes y valiosos. Un componente vital en la producción de los resultados valiosos es un proceso disciplinado que ayuda a encauzar la creatividad y a mantenerla enfocada en el logro de resultados. (K, D, Ramos, & Ramos, 2012, pág. 42)

Es una respuesta a algo, necesidad, deseo, problema, cambio, gusto, etc., con el propósito de dar solución a dicha situación a través de un evento empresarial. Es una actividad con aplicaciones sociales y se observa en términos de originalidad y productividad. (Varela, 2014, pág. 232)

Es una actividad con implicaciones sociales y por lo tanto debe aplicar valores para todo, en términos de originalidad y productividad. Las personas creativas son las que sugieren las ideas, las desarrollan y las ponen en práctica. La sugerencia de una idea implica en su ejecución





las actividades que la componen, los costos en que se incurre, los recursos que se requieren, el tiempo de ejecución y los riesgos que se corren. (Palacios, 2015, pág. 41)

Es una herramienta de la educación empresarial que coadyuva para desarrollar la creatividad, que es uno de los valores fundamentales del espíritu empresarial; asociada con la calidad y la competitividad de las personas. En este sentido la innovación desde una perspectiva social, significa el desafío de formar ciudadanos productivos y competitivos para un mundo en permanente cambio. (Tarapuez & Lima, 2013, pág. 17)

Las IES tienen un compromiso con la sociedad y las empresas, de formar profesionistas que den respuestas a las exigencias de la organización, tal como lo afirma Muñoz (2017) : el primer atributo que buscan los *Chiefs Executive Officer* (CEO) en sus nuevos empleados, según un estudio de *International Business Machines* (IBM) con más de 1500 CEO de 33 industrias, es la creatividad, consideran que el mundo está revolucionando y es volátil, por lo tanto necesitan del talento y la capacidad para enfrentar los retos en el mundo. Derivado de las anteriores definiciones se concluye que la creatividad empresarial es una competencia que incluye conocimientos y habilidades, que se debe fomentar en los colaboradores de una organización con sentido de observación, imaginación, intuición, pensamiento crítico, deducción lógica y motivación, para dar paso al cambio, desarrollo y evolución, a través de búsquedas de posibilidades de combinación de ideas útiles y originales, de sensibilidad a los problemas y de las actitudes que permitan transformar y generar cambios en las organizaciones y en su entorno.

Marco teórico

El emprendimiento en las organizaciones

Todo tipo de organización requiere de colaboradores con espíritu emprendedor, conocimiento del entorno, el aprovechamiento de las oportunidades, de la asunción de riesgos, de la capacidad de la generación de ideas creativas que den paso a la innovación, es decir, de colaboradores que estén dispuestos a emprender acciones en beneficio de la organización. Pero también, se debe de considerar a aquellos trabajadores que deseen emprender por cuenta propia. A menudo se piensa que el emprendimiento se refiere sólo a la creación y puesta en





marcha de nuevas empresas, pero hay diferentes clases de actividad emprendedora que puede ser dentro o fuera de un contexto organizacional: personas que crean empresas y también quienes la transforman.

Desde ese punto de vista, se tienen dos tipos de colaboradores en la organización (Schnarch, 2012): Intraprenuer: el empresario dentro de la empresa, que asume la responsabilidad activa de producir cualquier tipo de innovación dentro de la compañía. Es la persona que genera las ideas creativas y los aplica para generar nuevos productos, servicios y procesos, que le permitan a la empresa crecer, bienestar y generar riqueza y el emprenduer: es el empresario que busca crear empresas, pero fuera de las organizaciones.

Para las organizaciones, no deben de existir diferencias entre los colaboradores, en ese mismo sentido y orden Drucker (1986) señala que, los roles de entrepreneur y el intrapreneur son intercambiables. Un emprendedor pone en marcha su propia empresa, gestiona, crea e innova y el intraemprendedor también, pero al interior de la misma. De igual forma, Rodríguez (1985) señala que, en cualquier puesto se puede ser empresario.

En efecto las Instituciones de Educación Superior, IES, tienen un compromiso de formar jóvenes profesionistas con características emprendedoras, capaces de adaptarse a las condiciones del entorno, sin importar si la condición es dentro o fuera de las organizaciones. Según Dether (2001) citado por (Hurtado, Govea, & Freire, 2017) señala que, el alumno necesita complementar lo que recibe con su intuición o con otras herramientas como para salvar las diferencias entre los conocimientos adquiridos y la realidad, y concluye que, es necesario incluir en la formación de los profesionales, además de los conocimientos teóricos, aquellos que les permitan tener características emprendedoras.

En las mismas circunstancias, Bartolomé (2013) sostiene que, se necesitan más docentes en el mundo de las empresas que puedan formar a los futuros profesionistas, más investigadores en las empresas que puedan aplicar los estudios desarrollados en el ámbito educativo a áreas de investigación y el fomento de esas relaciones por parte de las administraciones públicas.

Teorías del emprendimiento

Conocer los antecedentes del emprendimiento y las aportaciones de las diferentes doctrinas, nos permiten reflexionar y comprender la evolución del emprendimiento en las organizaciones. A continuación en las tablas 1,2 y 3 se analizan cada una desde las diversas teorías del emprendimiento desde el punto de vista económico y social.



Tabla 1 Autores de la economía que analizan el emprendimiento.

Teoría económica clásica	Teoría económica neoclásica	Teoría de Schumpeter
Asume que un individuo con ciertas aptitudes afronta la incertidumbre y el riesgo para lograr rentabilidad y se caracteriza por ser un trabajador superior, inteligente e innovador.	Suponen que la habilidad de un individuo, en un ambiente político y social, detecta las necesidades de un posible consumidor y se por caracteriza por ser innovador, asume el riesgo y provoca cambios en el tejido empresarial y social, es metódico, tenaz y enérgico.	El emprendimiento es factor creativo en el proceso económico porque el emprendedor, en solitario, aporta ideas, percibe y explota oportunidades e innova; el progreso tecnológico y la empresa van ligados y no pueden separarse.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Gámez, 2015)

Tabla 2 Autores de la economía que analizan el emprendimiento.

Teoría del empresario según Israel Kirzner	Teoría del institucionalismo y emprendimiento
Complementa las ideas a partir de Schumpeter, describió la propensión de los seres humanos al descubrir el conocimiento útil y sus límites, al que llamó propensión emprendedora, percibir nuevas oportunidades.	Las organizaciones deben de promover una ambiente flexible que genere un clima favorable para las inversiones, guiadas por emprendedores que asuman los riesgos derivados de cualquier actividad económica.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Gámez, 2015)

Tabla 3 Enfoques del emprendimiento.

Sociología	Psicología	Administración
Sostienen que la cultura y el contexto determinan el emprendimiento y necesita de los grupos sociales para su realización.	Un emprendedor tiene rasgos características como la creatividad, el deseo de independencia, liderazgo, oportunismo, intuición, individualidad, razonamiento, organización y planificación y profesionalismo.	Un emprendedor es un creador y gestor de la empresa. Los clásicos optaron por la efectividad, la eficiencia y la excelencia más que por el emprendimiento en sí mismo.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Gámez, 2015)

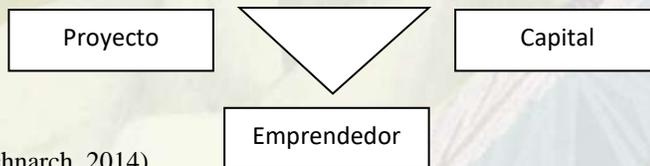
Las teorías contemporáneas al tema del emprendimiento corresponden a los siguientes autores, que se caracterizan por su sencillez para la comprensión del tema. En la figura 1 de Andy Freire, desarrolló lo que se llama el triángulo invertido, en el cual el punto de apoyo, está el emprendedor, en el vértice derecho está el capital y en el izquierdo el



proyecto o idea. El emprendimiento exitoso integra estos tres elementos.



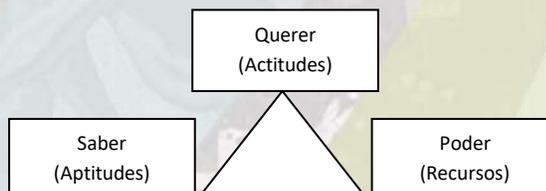
Figura 1 El triángulo del emprendedor



Fuente: (Schnarch, 2014)

En la figura 2 de Franky Carney, El querer se refiere a la empresa y al aprovechamiento de sus recursos para emprender un proyecto o una idea, el poder se integra por los recursos que posee la organización, financieros, técnicos, tecnológicos y humanos y el saber concierne a los conocimientos, a la gestiones pertinentes para la realización del proyecto en cuestión.

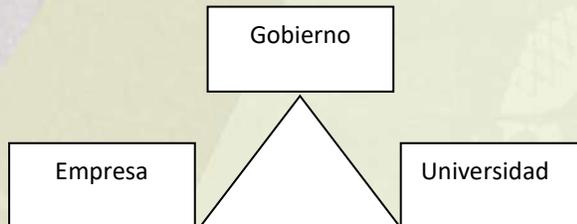
Figura 2 Querer, saber y poder



Fuente: (Schnarch, 2014)

En la figura 3 los estudios realizados Etzkowitz y Leydesdorff (1997), utilizan el triángulo para explicar la relación entre la universidad, el gobierno y la empresa. En donde se considera que, la universidad es la principal generadora y fuente de conocimiento en la relación con el gobierno y las empresas, cuyo objetivo es el crecimiento económico de un país.

Figura 3 Estado, empresa y universidad



Fuente: (Schnarch, 2014)





En efecto, cada una de las teorías con respecto al emprendimiento es diferente, puesto que conciben a la empresa desde un punto de vista económico, como la creación de riqueza, producción, distribución y consumo, es decir, desde el punto de vista empresarial como actividad económica. Con respecto a los enfoques, se aprecia a la empresa desde el punto de vista social, puesto que en las empresas existen diversos grupos de colaboradores, en la psicología, para analizar las características de los colaboradores que trabajan en las organizaciones y en la Administración, toda empresa necesita ser eficiente en sus procesos productivos.

Con respecto a las figuras 1 y 2 coinciden en su apreciación que la base del emprendimiento es el emprendedor, es decir, las personas con iniciativas que se caracterizan por determinadas actitudes y en la figura 3, la base del emprendimiento es el gobierno, ya que a través de políticas públicas, puede promover la creación de empresas, pero las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen la responsabilidad de formar profesiones de acuerdo a las necesidades del entorno.

Cada una de las teorías acerca del emprendimiento, realiza importantes contribuciones para el aprovechamiento de las áreas de oportunidad dentro y fuera de una organización, del talento y capacidad de sus colaboradores.

Para la presente investigación se propone el Modelo de Competencias Emprendedoras de Palacios Alzuru Luis Enrique en la cual se observan las conductas, prácticas y estrategias llevadas a cabo en los emprendedores. A continuación se enlistan cada una de ellas (Palacios, 1999):

- Espíritu emprendedor: se refiere a las características del “olfato del negocio”, tener una idea entre “ceja y ceja” y llevarla a la práctica contra “viento y marea”.
- Necesidad de existir: se refiere a la idea de tener un negocio aunque se tenga que sacrificar la ganancia.
- Experiencia técnica previa: es importante que las personas tengan conocimientos previos acerca del negocio, del proceso, del producto, etc. así como también tenga una relación directa no menor a un período de cinco años.





- Tolerancia al riesgo: es la capacidad para afrontar las situaciones imprevistas con base en un estudio previamente establecido.
- Trabajo arduo: se refiere a la dedicación, al esfuerzo y a la responsabilidad sin recompensas inmediatas.
- Capacidad de reponerse y aprender: es la tolerancia para aprender de los errores.
- Sociedad tolerante: escoger a las personas adecuadas para trabajar en sociedad y en equipo.
- Credibilidad: ofrecer productos de calidad ante los clientes y un precio justo, actuar con integridad.
- Priorizar: tener la capacidad para establecer prioridades y cumplirlas.
- Cultura familiar: el éxito empresarial se logra mediante un adecuado manejo de las relaciones familiares.
- Profesionalismo del emprendedor: se refiere a las cualidades del emprendedor, su capacidad y habilidad para la supervivencia y crecimiento de la empresa.

Dicha metodología es la más aceptada y reconocida para el estudio de las competencias emprendedoras. La creatividad consiste en la generación de ideas para dar solución a un problema, pero el emprendedor concreta lo que se ha creado en la mente, así como también es la fecundación y la consecuencia de haber generado ideas, de lo contrario, si las ideas no se ponen en práctica, quedaría en imaginación, intuición o como un sueño.

Habilidades y competencias del emprendedor

Un emprendedor se caracteriza por ser apasionado en lo que hace, por asumir riesgos, por su orientación al logro, por su capacidad creativa e innovadora, pero, además, por tener una visión global con aplicación local en beneficio de la organización y de la sociedad, capaz de fomentar el crecimiento económico en el país. De lo anterior, dependerá de las habilidades del emprendedor, es decir, de sus capacidades para proceder de manera correcta y con destreza.





Para Timmons y Spinelli (2004) citado por (Varela, 2014) las habilidades del empresario son: compromiso y determinación, liderazgo, obsesión por la oportunidad, creatividad, adaptabilidad y autoconfianza y motivación a la excelencia.

Cabe señalar que para este autor no utiliza el término de emprendedor, sino el de empresario, al que define como : una persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una visión para esa oportunidad y una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y, muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo e innovador, el empresario se compromete y con pasión, invierte energía, dinero, tiempo y conocimientos participativamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga sus recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad, bienestar social.

Un estudio realizado por Dyer, Gregersen y Christensen profesores de la Universidad de Harvard sobre las habilidades de los emprendedores innovadores citados por (Schnarch, 2014) concluyen que las principales habilidades que distinguen a los emprendedores son: asociar, cuestionar, observar, experimentar y relacionarse.

Tal como se puede observar, las habilidades de los emprendedores son circunstanciales para la proyección presente y futura de las organizaciones, si bien es cierto que todos pueden ser emprendedores, las organizaciones deben prestar atención especial en sus colaboradores para que les permitan identificar sus fortalezas y de tal manera enriquecerlas, para convertirla en una ventaja competitiva. En relación a las IES, fortalecer y enriquecer las habilidades de aprendizaje de los universitarios, que les permitan enfrentar los retos que el mercado laboral requiere. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) una competencia es la capacidad de aplicar los resultados del aprendizaje en un determinado contexto (educación, trabajo, desarrollo personal o profesional) y no está limitada a elementos cognitivos (uso de la teoría, concepto o conocimiento implícito), además abarca aspectos funcionales (habilidades técnicas) atributos interpersonales (habilidades sociales) y



valores éticos. (OCDE, 2010) Por lo tanto el emprendimiento, necesita de las habilidades y conocimientos de los colaboradores, que permita la funcionalidad de toda organización.



Según Varela (2001) citado por (Gámez, 2015) señala que las competencias personales y los conocimientos del emprendedor, se encuentran expresados en la creación de empresas y su crecimiento: visión de la carrera empresarial, sensibilidad social, orientación al logro, flexibilidad y orientación a la acción. También Varela y Bedoya (2006) citado por (Varela, 2014), mencionan las siguientes competencias empresariales: visión de la carrera empresarial, sensibilidad social, orientación al logro, autoconfianza, amplitud perceptual, flexibilidad, empatía, pensamiento conceptual, orientación al mercado, gestión de empresa, construcción de redes empresariales, toma de decisiones y Orientación a la acción. Resulta conveniente cada una de las competencias expuestas, ya que las organizaciones y las Instituciones de Educación Superior (IES) requieren de esos saberes: saber, se refiere al conocimiento, saber hacer, se refiere a las habilidades y el saber ser a las actitudes. (AMA Global, 2017). No existe una uniformidad de criterios con respecto a las competencias empresariales expuestas, sin embargo, Varela desde el punto de vista empresarial, robustece ampliamente la lista de las competencias, que permite visualizar un panorama atractivo para las IES, en el sentido de enriquecer las competencias educativas de los universitarios. Sin embargo, los estudios de Palacios a través de la metodología de competencias emprendedoras son las más aceptadas a nivel Latinoamérica y se adapta al contexto universitario.

Creatividad empresarial

En un mundo globalizado, las organizaciones necesitan enfrentar los cambios emergentes, sorpresivos para permanecer en el mercado, así como también, detectar las nuevas oportunidades que se pueden presentar y para ello, sus colaboradores deben estar preparados para asumir el compromiso y la responsabilidad para actuar de manera imprevista e incluso asumir los riesgos que sean necesarios.

Un estudio realizado en 60 países, en colaboración con el Informe Global de Competitividad (IGC) el Foro Económico Mundial (FEM), el Índice Mundial de Innovación (IMI) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) muestra una vinculación entre la





creatividad y la innovación. Los países más innovadores en el mundo son, Suiza, Suecia, Gran Bretaña, Estados Unidos, Finlandia, Singapur, Irlanda, Dinamarca, Holanda y Alemania, dicha estudio presenta dos categorías que son importantes: producción de conocimiento y tecnología y producción creativa

Es decir, que el pensamiento científico como el pensamiento creativo es tan relevante para las exigencias del mundo actual. Así lo confirma también un estudio sobre economía creativa que publica la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para lo cual Robert P. Crawford, explica que el pensamiento creativo es el bien más valioso y rentable, para cualquier individuo, corporación o país y tiene el poder de cambiar al individuo, a su empresa y al mundo. (Muñoz, 2017)

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) propone una nueva agenda del talento humano, ya que la digitalización de la economía exige un nuevo perfil del trabajador. En la carrera entre la educación, la capacitación y el avance tecnológico está desafiando a los sistemas de las Instituciones de Educación Superior (IES) lo que implica una formación profesional para responder ante los escenarios del entorno laboral. En la tabla 4 se presentan las habilidades que propone la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y se clasifican de la siguiente forma:

Tabla 4 Habilidades propuestas por la OIT

Conocimientos fundamentales	Competencias	Competencias Socio-emocionales
Científicos: matemáticas y ciencias Lectura Tics Financieros Culturales y cívicos	Pensamiento crítico Creatividad Comunicación Colaboración	Persistencia Adaptabilidad Curiosidad Iniciativa Liderazgo Conciencia social y cultural

Elaboración propia a partir de (Salazar, 2018) Elaboración propia a partir de (Salazar, 2018)

Es importante considerar que a nivel internacional existen organismos que se encargan de dictaminar cuáles son las competencias relevantes para el campo laboral y en la columna de las competencias sobresale el pensamiento crítico y la creatividad, lo que significa que en entorno globalizado, los universitarios deben estar preparados con este tipo de competencias. Más que una competencia, es una necesidad, una





exigencia de los entornos cambiantes. Para el buen funcionamiento de una organización, se requiere del trabajo y colaboración de todos sus integrantes, existen factores dentro de la misma que influyen en la generación de ideas creativas, que a continuación se describen. Los principales factores que influyen en la creatividad según Hesselbein y Johnston (2002) citado por K., D., Garza y Garza (2012) son: comportamiento del liderazgo, estructura organizacional, cultura y sistemas de medición. De igual forma Drucker (1985) citado por Schnarch (2017) establece que los factores organizacionales en la creatividad son: cultura, ambiente, personas, procesos y resultados.

Ambos autores coinciden en los factores organizacionales que determinan la creatividad en las organizaciones pero es importante reconocer que el liderazgo de los directivos es vital, porque permiten la apertura y flexibilidad para que los colaboradores generen ideas. Un ambiente de confianza es ideal porque no todas las ideas pueden ser exitosas en su aplicación también las ideas pueden fracasar y los colaboradores deben sentirse respaldados de los resultados obtenidos durante el proceso. Si bien las organizaciones cuentan con estructuras definidas, deben ser flexibles para que la comunicación fluya, de tal forma que los colaboradores sientan interés para expresar sus ideas y sean escuchados por sus superiores. Dentro de la misma empresa, existen grupos formales e informales, así como también los equipos de trabajo, por lo tanto, las estructuras deben ser flexibles para que al interior de las organizaciones se brinde la oportunidad de generar ideas creativas según Ranart (2003) citado por Fernández (2005). Necesariamente las organizaciones requieren de líderes creativos capaces de conducir a las personas, al departamento y a la organización en general. La empresa creativa es aquella que presenta originalidad, curiosidad e independencia y busca incansablemente nuevas formas de hacer las cosas.

El papel de las IES en el desarrollo de la creatividad empresarial

Las Instituciones de Educación Superior (IES) son un vínculo en la formación de los jóvenes universitarios con su futuro profesional, ya sea que ellos decidan emprender una empresa o bien para emprender sus ideas al interior de las mismas. A través de los planes y programas de estudios de dichas instituciones, se enriquece la labor educativa y al final las mismas instituciones a través de sus indicadores, deben reflexionar el producto final que se obtiene como resultado de la





preparación académica. Las exigencias globales sobre creatividad e innovación se deben a los diversos estudios que afirman que los gobiernos deben desarrollar estrategias en el sector educativo que permita enriquecer las competencias de los estudiantes para enfrentar los cambios en las organizaciones.

De acuerdo con el Manual de Oslo, una innovación es la introducción o de un nuevo producto o bien mejorado, de un proceso, de una nueva forma de comercialización o también de un método de organización en las empresas, de tal forma, que la innovación se convierte en un factor importante para la competitividad. De esta manera, las IES, a través de una reforma o política educativa, deberán realizar los cambios correspondientes en sus planes y programas de estudio, para responder ante las exigencias cambiantes del entorno y también a las exigencias del mercado laboral, tal y como lo señala la OCDE. (Murcia, 2015)

También en la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en su Declaración de Buenos Aires E2030 Educación para el Siglo XXI, en el apartado 4.4 establece que: de aquí a 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento. (UNESCO, 2017)

Por lo que al respecto Carson (2010) citado por Zuleta y Zuleta (2017) señalan que desafortunadamente, ni los sistemas de educación ni el entorno de las empresas están pensados para estimular la creatividad por su enfoque sistematizado y rígido que no promueve escenarios ni lugares que acepten el error como oportunidad de aprendizaje y punto de partida para la creación.

Por lo que al respecto, son las Instituciones de Educación Superior (IES) que promueven el talento humano, y la mayor parte de los egresados se vincula con las micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que se considera reflexionar sobre los siguientes puntos (Tarapuez & Lima, 2013): las pasantías y las prácticas profesionales deben fortalecer los conocimientos teóricos-prácticos, realizar una vinculación con el sector empresarial y los docentes de la institución, realizar una vinculación con diversos empresarios conferencistas y los

programas de estudio y los programas de estudio deben estar vinculados con el sector empresarial.



Se ha descuidado la relación entre las universidades y el sector productivo, que privilegie a los universitarios con una mentalidad empresarial. Si las Instituciones de Educación Superior (IES) desean fomentar la creatividad empresarial, su enfoque debe ser sistémico. Definitivamente la responsabilidad recae en la visión de quién está dispuesto a fomentar un cambio, si bien es cierto, que intervienen los maestros y alumnos, una figura vital, es de un líder brillante que aporte ideas, experiencias y un conocimiento profundo del tipo de entornos, en los que los aprendices puedan y quieran aprender. Un director que ejerza el liderazgo con pasión y visión del futuro. Las IES, debe tener programas, en el cual los alumnos estén habituados a recibir críticas y a responder a ellas con rapidez, con el objetivos de estar mejor preparados para las exigencias futuras. Lo que el mundo pide es creatividad y pensamiento interdisciplinario. Para lo cual se necesita trabajar en las siguientes condiciones para fomentar el crecimiento institucional (Robinson, 2016)

- Cultura: comunidad, individualidad y oportunidades.
- Plan de estudios: diversidad, profundidad y dinamismo.
- Pedagogía: inspiración, confianza y creatividad.
- Evaluación: motivación, rendimiento y valores.

Las Instituciones de Educación Superior (IES) deben fomentar una cultura que quede de manifiesto en su plan de estudios, en la enseñanza y en las prácticas de evaluación (Cedeño & Sánchez, 2018, págs. 129-149). Se necesitan de políticas reformadoras que orienten y guíen al sistema educativo de las universidades en México, para fomentar la creatividad empresarial en los jóvenes universitarios, que transformen su cultura y visión en las organizaciones. Así como el desarrollo de competencias que fortalezcan la cultura empresarial, que contribuyan a desarrollar su potencial, tanto para su desarrollo personal como para el de la sociedad. Ya que el mundo actual exige y demanda conocimientos más complejos. Las Instituciones de Educación Superior (IES) pueden adoptar enfoques de enseñanza-aprendizaje, que contribuya a las exigencias del entorno laboral. Dichas instituciones enfrentan el gran reto de proveer los conocimientos y herramientas a los estudiantes para enfrentar los



desafíos en el campo laboral. Para que exista innovación, los alumnos deben ser generadores de ideas creativas.



Derivado de lo anterior la innovación es un proceso empresarial capaz de convertir una buena idea o un conjunto de buenas ideas en un producto, servicio, estrategia, etc., que sea valorado exitosamente por un público determinado. Es decir, innovar es hacer que una buena idea aporte valor y se convierta en algo rentable. (Ponti, 2010, pág. 22) También la innovación es una ventaja competitiva y para lograrla es indispensable la toma de decisiones, la cultura propia de las organizaciones, es decir, de la diferenciación, que estimule la innovación, la individualidad y la aceptación de riesgos (Porter, 2016).

Es por ello que las instituciones en temas de innovación necesitan ampliar sus perspectivas. Para Herrera (1996) y Hernández (2010) citado por Navarro y Blandón (2017) las instituciones deben incorporar mayores niveles de conocimiento, fomento del trabajo de equipo, capacidad de interacción, amplio conocimiento del proceso productivo, desarrollo de un pensamiento innovador y anticipatorio y la construcción de mentalidades críticas. Desde otro punto de vista, para Barraza (2005) citado por Millán, Serrano y Bravo (2017) señalan que para innovar en la educación, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, requiere la exploración de experiencias innovadoras, experiencias institucionales y cambios contextuales, es decir, es la propia institución quien debe decidir, direccionar, gestionar y financiar procesos hacia dicha innovación, sin olvidar que existen agentes externos que definen la magnitud de los cambios, como las políticas y reformas educativas.

Método

Hoy en día las IES necesitan de líderes capaces de ejercer liderazgo, la investigación que aquí se sintetiza maneja una metodología para estudios cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal, se apoyó de un instrumento denominado “Pensamiento creativo y competencias emprendedoras”, con el único objetivo de identificar las competencias presentes y ausentes en los estudiantes de IGE del ITESCO, para ello a continuación se plantea la problemática de esta investigación y el método que se siguió.



Planteamiento del problema



La creatividad en los negocios es una de las habilidades más importantes hoy en día como una fuente de diferenciación y competitividad. Las empresas más exitosas en el mundo hacen lo posible para estimular la creatividad de sus colaboradores de tal forma que se pueda capitalizar el talento. En los últimos años las empresas han pretendido desarrollar el potencial creativo a través del desarrollo de habilidades y competencias; y en este sentido las IES juegan un papel principal en la formación académica y profesional de los estudiantes, ya que son las responsables de que estos aprendan a solucionar problemas a partir de ideas creativas.

El ITESCO es considerada como una institución de reciente creación, surge de la necesidad de los jóvenes de las localidades circunvecinas por ocupar un espacio para cursar sus estudios universitarios, actualmente oferta 13 carreras entre las que destacan las siguientes ingenierías: administración, animación digital y efectos visuales, bioquímica, eléctrica, electrónica, informática, industrial, mecatrónica, mecánica, petrolera, química, sistemas computacionales y la carrera en la que se basa el presente estudio: gestión empresarial.

La carrera de IGE inicia en agosto del 2009 y a partir de esa fecha hasta el presente año no se tienen registros de indicadores de incubación de negocio, marca y patente. Existe una preocupación por las exposiciones de proyectos que cada fin de semestre se realizan en las materias de mercadotecnia, el emprendedor y la innovación, gestión de la producción y plan de negocios, ya que sólo se exhiben proyectos relacionados con antojitos propios de la región, dulces caseros, mermeladas, manualidades, bebidas preparadas, frutas y verduras. El departamento de la división de IGE resguarda la evidencia fotográfica de cada una de las exposiciones y se comparte a través de las redes sociales institucionales. De acuerdo al objetivo general de la carrera y perfil de egreso del gestor empresarial que propone el TECNМ, la institución carece de las características en la formación académica de los estudiantes. De igual forma los registros estadísticos son incompletos sobre el número de egresados que actualmente laboran y sus cargos en las organizaciones o bien si poseen un negocio por cuenta propia. Se ha perdido la visión de preparar a los estudiantes para que desarrollen habilidades y competencias aplicables al interior de las organizaciones, que de igual forma pueden tener una





mentalidad empresarial en la cual también se aplique la creatividad y se desenvuelvan de manera independiente, decididos, intuitivos, imaginativos, arriesgados y visionarios con un sentido de originalidad.

El plan de estudios del emprendedor y la innovación, es un programa de estudios orientado a la creatividad, emprendimiento e innovación, pero en el desarrollo de su contenido no se cumple con las competencias necesarias dada la escasez de profundidad en cada uno de los temas señalados por lo que es necesario una renovación y reestructuración en su contenido que permita enriquecer las actividades de dicho programa.

Derivado de lo anteriormente expuesto surge la siguiente interrogante a fin de identificar el contexto que se está generando con respecto a la creatividad empresarial en la carrera de IGE en el ITESCO: ¿Cuáles son las competencias requeridas que permita a los estudiantes de la carrera de IGE desarrollar sus habilidades creativas empresariales?

Objetivo general

Diagnosticar las competencias de la Creatividad Empresarial, en los estudiantes de la Carrera de IGE del ITESCO, Campus Central.

Objetivos específicos de investigación

- Analizar las competencias ausentes y presentes de la creatividad empresarial en los estudiantes de la carrera de IGE del ITESCO, Campus central
- Realizar propuestas de mejora que permitan la reflexión y concientización de la importancia de la creatividad empresarial en los directivos, jefes de división y estudiantes de la carrera de IGE en el ITESCO, Campus central.

Justificación

En el transcurso de los años las organizaciones han encontrado la forma de adaptarse a los nuevos cambios, han enfrentado los nuevos desafíos y retos de la globalización, las nuevas economías emergentes, los nuevos sistemas de compra que hoy en día prefieren los clientes actuales y potenciales y por ende toda modificación que estén dispuestas a realizar las organizaciones para adaptarse.





El gestor empresarial debe tener la capacidad para dirigir el cambio debidamente en las organizaciones a través de la creatividad, para aprovechar las oportunidades que garantice su permanencia en el mercado. La creatividad consiste en conmover, inquietar, excitar, alterar y vibrar los sentidos para generar nuevas ideas. La creatividad requiere esfuerzo y horas de trabajo. El mundo empresarial cambia constantemente a un ritmo acelerado, la competencia está presente en todos los ámbitos imaginables y sólo las empresas y los profesionales más preparados podrán enfrentar estos cambios. Por lo tanto, los estudiantes universitarios tienen que aprender a adelantarse para generar más ideas y ser más creativos. Según (Ballbé, 2018): la creatividad tiene un impacto del 64% en el valor de la economía global, una empresa que invierte en creatividad tiene un 78% más de posibilidades de incrementar la productividad de sus trabajadores, una compañía que se esfuerza en aumentar la creatividad de sus trabajadores logrará que, en el 76% de los casos, estén más contentos y motivados, ya no sólo se busca la creatividad en los departamentos de marketing, un 51% de los directivos afirman que buscan respuestas creativas de los demás departamentos, aun así, el 75% de los encuestados se siente más presionado para ser productivo que creativo en su puesto de trabajo.

En otras palabras, las organizaciones necesitan del trabajo de los gestores empresariales para dirigir la complejidad del entorno, para encontrar nuevas oportunidades y soluciones creativas a los problemas presentes y futuros y no sólo de un departamento en particular. Hoy en día los gestores empresariales fomentan a través de la creatividad: productos ideados por diseñadores, venta de valor al cliente, precio más bajo para satisfacer las demandas del mercado, nuevos productos únicos, competir en el mercado global, uso del marketing digital, ser competitivos en precio y calidad y actualizarse en la digitalización de los productos, entre otros.

Por lo tanto, la creatividad es un talento esencial para las organizaciones, en lo comercial, estratégico y ejecutivo. Los gestores empresariales deben estar formados para crear crecimiento y desarrollo, nuevas empresas, motivación entre los colaboradores, manufactura, servicios, cultura y ser generadores de riqueza en beneficio de las organizaciones, de sus colaboradores y del entorno,





razón por la cual se propone un diseño de un programa educativo orientado a la creatividad empresarial. Con lo cual se pretende formar académicamente a los estudiantes de la carrera de IGE, por lo que la sabiduría convencional debe dar paso a las nuevas ideas y atrevidas, al aprendizaje y también a desaprender, para fomentar nuevas formas de pensar y responder, que permita la adopción de un nuevo estilo de pensamiento.

Para que exista la creatividad en las organizaciones hace falta una fuerte convicción y actitud por parte de los directivos y gerentes. La creatividad requiere de individuos dotados de las siguientes habilidades: que generen ideas o inventen cosas, los que creen en ellas y obtienen el apoyo político y financiero para desarrollarlo, los que aprueban y eliminan los obstáculos empresariales para introducirlo y por último, los que someten las ideas a criterios objetivos y rigurosos acerca de su factibilidad y viabilidad. De lo anteriormente expuesto resalta la importancia de contar con un programa de creatividad empresarial que satisfaga las necesidades de las organizaciones y que brinde la oportunidad de formar el agente de cambio que ellas necesitan. Lo que el mundo pide es creatividad y pensamiento interdisciplinario (Robinson, 2016). Se trata de cultivar de forma integral hábitos y actitudes que contribuyan en la formación académica de los gestores empresariales para afrontar los diversos desafíos y retos con tranquilidad, confianza, pero sobre todo con creatividad.

Delimitación del problema

La presente investigación se diseñó con un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal, se elabora a partir de la revisión de la literatura y se fundamenta con un marco teórico y referencial. El trabajo de investigación se realiza en el Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos, campus central. Para su realización, se ha tomado como referencia el período que corresponde al semestre agosto 2018 – enero 2019 respectivamente, las mediciones de la variable creatividad empresarial se desarrollaron de forma eficiente con la colaboración de los alumnos de la carrera de IGE.



Tipo de investigación



La presente investigación es tipo descriptiva ya que busca identificar las competencias relacionadas con el pensamiento creativo y el emprendimiento en los estudiantes de la carrera de IGE, es de corte transversal ya que el estudio se realizó en el semestre agosto 2018-enero 2019, con un enfoque cuantitativo

Población y muestra

La carrera de IGE cuenta con 576 estudiantes inscritos en el semestre febrero-junio 2019 distribuidos en los tres turnos correspondientes. Se determinó una muestra a conveniencia de 359 alumnos por considerar que los cursan el noveno semestre realizan sus prácticas profesionales.

Instrumento de recopilación

Se utilizó un instrumento relacionado con el modelo de competencias emprendedoras de Palacios (1999) propuesto por el Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira y el Dr. Raúl Alberto Santos Valencia (Barroso & Santos, 2012). Consta de 11 dimensiones y 55 ítems, la cual está validado y es confiable para su aplicación en los estudiantes de la carrera de IGE del ITESCO.

Resultados

Se determinó una muestra de conveniencia de 359 estudiantes de la carrera de IGE del ITESCO, en los tres turnos correspondientes en el período enero-marzo del 2019. Dicho instrumento tiene un alfa de Cronbach de 0.948, la cual demuestra que es confiable para un alcance descriptivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016). A continuación en la tabla 1 se presentan los resultados obtenidos a través del programa SPSS.

Tabla 6 Características sociodemográficas de los estudiantes de IGE

	Género			Edad	
	FA	FR (%)		FA	FR (%)
Hombre	133	37	18-22 años	332	92.5
Mujer	226	63	23-27 años	24	6.7
Total	211	100	28-32 años	2	0.6
			33-37 años	0	0
			38-42 años	1	0.3



F	Turno		Total	100	100
	FA	FR (%)	Semestre		
u	FA	FR (%)	FA	FR (%)	
eMatutino	177	49	1ero.	86	24
vVespertino	92	26	3ero.	108	30
tNocturno	90	25	5to.	75	21
e Total	359	100	7to.	90	25
			Total	359	100

Fuente: elaboración propia, 2019

Se puede apreciar según los datos demográficos expuestos, que el 63% de la muestra está constituido por mujeres, el 92.5% tiene una edad entre 18 y 22 años, el 49% de los estudiantes se encuentra en el turno matutino que corresponde al 24% de los estudiantes inscritos en el primer semestre. De igual forma en la tabla X se puede apreciar que el 76.3% de los estudiantes no trabajan, lo que significa que más del 51% no tiene experiencia laboral y el 71.9% de sus familias no posee un negocio propio.

Tabla 7 Datos laborales de los estudiantes de IGE

		FA	FR (%)
Actualmente trabaja	Si	85	23.7
	No	274	76.3
Total		359	100
Experiencia laboral	Si	176	49
	No	183	51
Total		359	100
Familia posee un negocio	Si	101	28.
	No	258	71.
Total		359	100
	9	35	

Fuente: Elaboración propia, 2019

Las dimensiones que se encuentran por encima de la media son: trabajo arduo, capacidad de reponerse y aprender, credibilidad, priorizar, cultura familiar y profesionalismo del emprendedor. Caso contrario de las competencias que se encuentran por debajo de la media: espíritu emprendedor, experiencia técnica previa, tolerancia al riesgo y sociedad tolerante. A continuación, en la siguiente figura se aprecia la representación de las dimensiones de competencias emprendedoras.



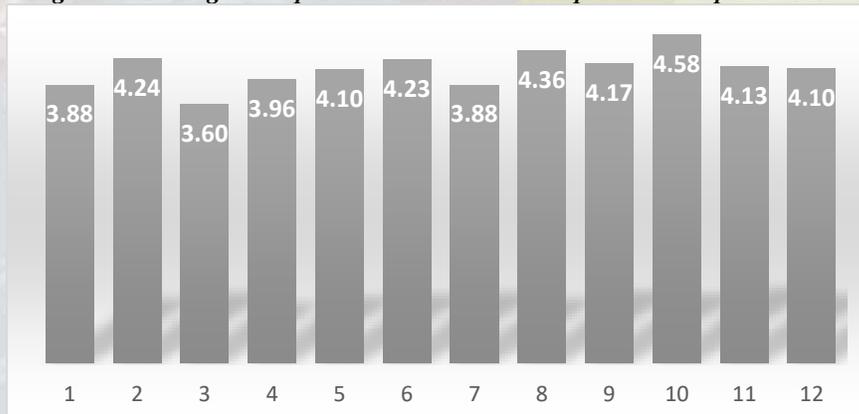
Figura 4 Resultados de las dimensiones de estudio



Fuente: Elaboración propia, 2019

Derivado del presente estudio se plantea la siguiente hipótesis de investigación: H_i : El espíritu emprendedor influye más en la creatividad empresarial de los estudiantes de la carrera de IGE del ITESCO. Para lo cual se presenta una tabla que permite analizar la media general de cada dimensión.

Figura 5 Media general por dimensión de las competencias emprendedoras



Fuente: Elaboración propia, 2019

Se acuerdo a la correlación de Spearman, se obtienen los siguientes resultados al correlacionar la variable independiente de Creatividad Empresarial con las variables independientes, en este caso las competencias emprendedoras.



Figura 6 Correlación de variables



Fuente: Elaboración propia, 2019

Los datos indican que la variable que más se relaciona con la creatividad empresarial es la dimensión número 6 Capacidad de reponerse y aprender, por lo tanto, la hipótesis de investigación se rechaza derivado del siguiente gráfico. Lo que conlleva que el espíritu emprendedor no es la dimensión fundamental para incentivar a los jóvenes estudiantes de la carrera de IGE en el ITESCO, al contrario, se debe partir de la capacidad de aprender de los errores, del fracaso como elemento de prueba para fomentar la creatividad empresarial.

Análisis crítico

Existe una línea muy delgada para diferenciar las competencias emprendedoras entre la creatividad, el emprendimiento y la innovación ya que ambos fenómenos dependen de la habilidad colectiva de los seres humanos y de los colaboradores de una organización. La creatividad hoy en día juega un papel relevante en la formación académica de los estudiantes, por lo tanto, es responsabilidad de las IES proporcionar las herramientas necesarias para complementar su formación. Al término de su vida académica es el estudiante quién decide hacia dónde orientar sus ideas: hacia la creación de un negocio o bien hacia el interior de las organizaciones.

Los estudiantes de la carrera de IGE necesitan para su formación en la creatividad empresarial la competencia de reponerse y aprender así como también la competencia de tolerancia al riesgo, lo que significa que para su formación lo primero que deben aprender no es precisamente la organización de la empresa como tal o bien lanzar un





producto y/o servicio, lo que ellos necesitan primero es conocer y aprender de los errores, de motivarse a través de historias que retroalimente su iniciativa y de afrontar riesgos calculados para que después puedan emprender.

Como IES y miembros de la H. Academia de IGE en ITESCO, hace falta fomentar el trabajo en equipo, el liderazgo entre los estudiantes universitarios, de reconocer la importancia de la integración y la interdisciplinariedad, de enseñarles a reconocer los talentos y habilidades de los colaboradores para el logro de los objetivos y del bien común. Cabe señalar que, entre los planes y programas de estudio, la institución no cuenta con un programa de creatividad empresarial, en donde los estudiantes tengan la oportunidad de conocer y aprender sobre cómo desarrollar sus habilidades tanto para el emprendimiento como el intraemprendimiento.

Como parte de la información de contiene el instrumento de competencias emprendedoras el 85.2% de los estudiantes manifestaron sentirse competente para trabajar en una empresa y el 14.8% no se siente competente para laborar. De igual forma el 61.6% de los estudiantes se siente competente para abrir un negocio y el 38.4% no se siente competente. Las empresas en las que los estudiantes de IGE del ITESCO desean trabajar son: con un 33.4% las empresas productoras de bienes, el 49.0% en empresas productoras de servicios, el 6.7% en bancos o productos financieros, el 7.0% en comercios, el 1.4% en escuelas o instituciones de investigación y el 2.5% en instituciones de gobierno. Tal y como se puede apreciar, los datos estadísticos señalan la necesidad de que la institución cuente con programas educativos orientados al fomento de la creatividad empresarial en los estudiantes de la carrera de IGE, la necesidad imperante en el país y en las organizaciones requieren hoy en día jóvenes que sean agentes de cambio para fomentar una cultura de innovación en las organizaciones. ¿Quién está en frente de los cambios? Es el gestor empresarial quien percibe los cambios, los interpreta y ajusta a la empresa en el sentido de adaptarlas a su nuevo ambiente, o bien transformar el ambiente para concurrir con otras empresas. Es evidente que en la matrícula de IGE del ITESCO, se cuenta con estudiantes dispuestos a generar ideas creativas desde dos perspectivas: hacia el establecimiento de una organización y al interior de las mismas.



Conclusiones

La creatividad en las organizaciones es fundamental para fomentar la participación de todos los colaboradores, las buenas ideas son el principio que pueden garantizar el éxito o el fracaso de las mismas y para ello las IES deben contribuir en la formación de los jóvenes estudiantes con las competencias adecuadas e idóneas que permitan el entrepreneurship y el intrapreneurship. Para ello se recomienda los siguientes puntos.

- Enriquecer el perfil de egreso de la carrera de IGE
- Actualizar los programas de estudio de acuerdo a las necesidades del mercado
- Proponer un programa relacionada con la creatividad empresarial
- Capacitar a los docentes en materia de creatividad
- Fomentar entre los estudiantes una cultura creativa
- Formar a los estudiantes un liderazgo creativo y transformacional
- Sensibilizar desde la dirección, jefes de división y estudiantes la importancia de la creatividad en la vida personal, laboral y profesional
- Enseñar a los estudiantes de IGE que son agentes de cambio
- Motivar a los docentes y estudiantes a enseñar con la competencia de la creatividad, ya que es susceptible de aprenderse.
- Reconocer que el país requiere de profesionista que generen ideas creativas hacia dos vertientes: el entrepreneurship y el intrapreneurship.

Bibliografía

- A., H. M., Duane, I. R., & E., H. R. (2015). *Administración Estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos*. México: Cengage Learning.
- AMA Global, M. (06 de Octubre de 2017). *www.amamex.gob.mx*.
Obtenido de *www.amamex.gob.mx*:
<http://www.amamex.org.mx/articulos/Etica-en-el-Maraton-Profesional.html#>



Ballbé, B. (2018). *Las 21 claves de la creatividad*. España: Planeta.



Barroso, T. F., & Santos, V. R. (2012). Propuesta de una metodología apoyada en TICS para determinar la relación entre pensamiento crítico y competencias emprendedoras de alumnos de licenciatura. Avance de investigación. *Memorias de la conferencia conjunta iberoamericana sobre tecnologías para el aprendizaje*.

Bartolomé, S. D. (2013). *INprendedores. Experiencias y reflexiones sobre el arte del intraemprendimiento dentro de las organizaciones*. España: Fundación Telefónica.

Bazón, B. J. (2016). *Administración Estratégica. Con enfoque a la generación de valor*. Lima: Editorial Macro.

Borjas, d. X. (2012). La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 52-53.

Bueckmann, D. ., Barrera, B. P., Alonso, G. P., Rehàk, J., & Castro, S. D. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Regional Querétaro 2016-2017*. México: Tecnológico de Monterrey. Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera.

Cedeño, M. G., & Sánchez, R. F. (2018). Competencias genéricas en los estudiantes universitarios y su vínculo con la sociedad. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 129-140.

Chávez, J., Cigüeñas, M. I., & Martensen, R. (2016). *La relación entre los estilos de liderazgo y las actitudes ante el cambio organizacional en una empresa de servicios*. Universidad del Pacífico.

Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Colombia: Norma.

Esquivel, G. R., Abreu, F. J., Vargas, M. F., & Mursulí, M. A. (2018). Liderazgo transformacional en la educación universitaria. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación.*, 214.

Fernández, R. A. (2005). *Creatividad e innovación en empresas y organizaciones*. España: Díaz de Santos.



Gómez, G. J. (2015). *Emprendimiento, creatividad e innovación*. Colombia: Universidad de La Salle.



García, G. J., Paz, M. A., & Cardeño, P. E. (2018). Liderazgo ético. Una perspectiva en universidades públicas del estado Zulia. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 700.

González, O., González, O., Ríos, G., & León, J. (2013). Características del liderazgo transformacional presentes en un grupo de docentes universitario. *Telos*, 359 y 358.

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hernández, y. R., & Pulido, M. A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias*. México: Mc Graw Hill.

Hurtado, C. G., Govea, A. K., & Freire, Q. C. (2017). Evaluación del intraemprendimiento en la modalidad dual de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Revista Ciencia UNEMI*, 22-29.

INADEM. (09 de Diciembre de 2016). *www.inadem.gob.mx*. Obtenido de *www.inadem.gob.mx*: <https://www.inadem.gob.mx/conflictos-en-el-emprendimiento/>

Jingping, S. (2018). Características, impactos y antecedentes del modelo de liderazgo escolar transformacional. *Revista Electrónica de Educación ARTIGO*, 147.

K, A. P., D, S. C., Ramos, G. L., & Ramos, G. C. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson.

Lapo, M. M., & Jácome, O. J. (2015). Liderazgo y su evolución histórica. *Revista Empresarial ICE, FEE, USCG*, 3.

Madrigal, T. B., Vázquez, F. J., Montero, G. V., & Madrigal, T. R. (2018). Habilidad innovadora y capital social del estudiante en educación superior. *Revista Global de Negocios*, 95-104.





Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: un estudio exploratorio con base en técnicas de Data Mining. *Tec Empresarial*, 35-35.

Millán, M. P., Serrano, L., & Bravo, E. (2017). Retos, tendencias y prácticas pedagógicas que aportan a la innovación en el aprendizaje en la educación superior en ingeniería. *IEEE*, 61-67.

Muñoz, G. R. (2017). *6 Canastas para innovar. El método revolucionario que pondrá a la innovación al alcance de todos*. México: Grijalbo.

Murcia, C. H. (2015). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Colombia: Ediciones de la U.

Navarro, H. S., & Blandón, N. S. (2017). Determinantes que inciden en la calidad del rendimiento académico de los estudiantes de ingeniería. *Revista Científica de Farem-Estelí. Medio ambiente, tecnología y desarrollo humano.*, 126-142.

OCDE. (2010). Habilidades y competencias del siglo XXI para los aprendices del nuevo milenio en los países de la OCDE. *Instituto de Tecnologías Educativas*, 17.

OCDE. (2019). Obtenido de Educación Superior en México: Resultados y relevancias para el mercado laboral: https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/educacion_superior_en_mexico.pdf

OCDE, CEPAL, & CAF. (2017). *Perspectivas económicas de América Latina 2017. Juventud, competencias y emprendimiento*. México: OECD Publishing París.

Ovallos, G. D., Maldonado, P. D., & De la Hoz, E. S. (2015). Creatividad, innovación y emprendimiento en la formación de ingenieros en Colombia. Un estudio prospectivo. *Educación en ingeniería*, 101-102.

Palacios. (1999). *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Palacios. (2015). *Estrategias de creación empresarial*. Colombia: Ecoe.



Peña, I., Guerrero, M., González, P. J., & Montero, J. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2017-2018*. España: Editorial de Universidad de Cantabria.



Ponti, F. (2010). *Los 7 movimientos de la innovación*. México: Norma.

Porter, M. (2016). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Patria.

Robinson, K. (2016). *Escuelas creativas. La revolución que está transformando la educación*. México: Grijalbo.

Rodríguez, E. M. (1985). *Manual de creatividad*. México: Trillas.

Salazar, X. (8 de Mayo de 2018). *www.ilo.org*. Obtenido de *www.ilo.org*: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/presentation/wcms_627931.pdf

Schnarch. (2012). *Creatividad aplicada. Cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial*. Colombia: ECOE.

Schnarch. (2012). *Creatividad aplicada. Cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial*. Colombia: Ecoe.

Schnarch. (2014). *Emprendimiento exitoso. Cómo mejorar su proceso y gestión*. Colombia: ECOE.

Schnarch. (2017). *Creatividad e innovación*. Colombia: ALFAOMEGA.

Solís, A. (22 de Marzo de 2018). *www.forbes.com.mx*. Obtenido de *www.forbes.com.mx*: <https://www.forbes.com.mx/estas-son-las-principales-fuentes-de-financiamiento-para-emprendedores/>

Taipe, H. H. (25 de Enero de 2019). *repositorio. ucv.edu.pe*. Obtenido de *repositorio.ucv.edu.pe*: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/27468/Taipe_IH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarapuez, C. E., & Lima, R. C. (2013). *Creatividad Empresarial*. Colombia: Ecoe.



Tatarkiewicz, W. (2015). *Historia de las tesis ideas. Arte, belleza, creatividad, mimesis y experiencia estética*. España: Tecnos.



TECNM. (2015). *www.tecnm.mx*. Obtenido de *www.tecnm.mx*: https://www.tecnm.mx/images/areas/docencia01/Libre_para_descarga/Modelo_Dual/MODELO_DUAL_2015_TecNM.pdf

UNESCO. (24-25 de Enero de 2017). *www.unesco.org*. Obtenido de *www.unesco.org*: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002472/247286S.pdf>

Universia. (12 de Junio de 2017). *www.noticias.universia.es*. Obtenido de *www.noticias.universia.es*: <http://noticias.universia.es/practicas-empleo/noticia/2017/06/12/1153263/tener-mujeres-puestos-liderazgo-beneficia-empresas.html>

Varela, R. (2014). *Innovación empresarial*. Colombia: Pearson.

Villanueva, A. G., de la Cruz, T. J., Urrutia, V. C., & Sánchez, B. J. (2010). *www.unamenlinea.unam.mx*. Obtenido de *www.unamenlinea.unam.mx*: <http://www.unamenlinea.unam.mx/recurso/82749-evaluacion-competencia-y-liderazgo-docente-en-el-aulaorientada-a-la-mejora-de-la-ensenanza>

Zuleta, N., & Zuleta, C. (2017). *La creatividad en 7 verbos. What if. Creative thinking*. Colombia: Intermedio.

