



Explorando la intención emprendedora y la creatividad

Exploring entrepreneurial intention and creativity

Ascención Tomás Alcalá Martínez

<https://orcid.org/0000-0002-1510-3833>

aalcala@usil.edu.pe

Universidad San Ignacio de Loyola
Lima-Perú

Diego Martín Caballero Beraun

<https://orcid.org/0000-0003-2119-533X>

diego.caballero@usil.pe

Universidad San Ignacio de Loyola
Lima-Perú

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo principal evaluar la relación entre la intención emprendedora y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima. Empleando un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, transversal y correlacional, se recolectaron datos de una muestra de 83 egresados seleccionados por conveniencia. Los datos fueron obtenidos mediante un cuestionario estructurado y analizados con el software SPSS, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados muestran una correlación positiva y significativa entre la capacidad para emprender y la creatividad ($\rho = 0.682$, $p < 0.001$), lo que sugiere que aquellos con mayor percepción de su capacidad emprendedora tienden a ser más creativos. Estos hallazgos subrayan la importancia de fomentar tanto la creatividad como las habilidades emprendedoras en el ámbito educativo para preparar mejor a los egresados para enfrentar los desafíos y oportunidades en el mundo del emprendimiento.

Palabras clave: intención emprendedora, creatividad, egresados universitarios.

Recibido: 09-05-24 - Aceptado: 12-07-24

ABSTRACT

The main objective of this study is to evaluate the relationship between entrepreneurial intention and creativity in graduates of a university in Lima. Using a quantitative approach with a non-experimental, cross-sectional and correlational design, data were collected from a sample of 83 graduates selected for convenience. The data were obtained through a structured questionnaire and analyzed with the SPSS software, using Spearman's correlation coefficient. The results show a positive and significant correlation between entrepreneurial capacity and creativity ($\rho = 0.682$, $p < 0.001$), suggesting that those with a higher perception of their entrepreneurial capacity tend to be more creative. These findings underscore the importance of fostering both creativity and entrepreneurial skills in the educational field to better prepare graduates to face the challenges and opportunities in the world of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurial intention, creativity, university graduates.

INTRODUCCIÓN

En el dinámico contexto actual, la intención emprendedora y la creatividad emergen como pilares fundamentales para alcanzar el éxito en el escenario global. El emprendimiento no es simplemente un acto de iniciar un negocio; es un proceso complejo que engloba aspectos cruciales como la innovación, la motivación, las aspiraciones y la competitividad. Este proceso puede ser impulsado tanto por individuos como por grupos de personas con visiones y objetivos compartidos (Pacheco-Ruiz et al., 2022; Valenzuela-Keller et al., 2021).

Emprender se ha convertido en una habilidad vital para adaptarse y prosperar en un mundo económico globalizado y en constante cambio. Las universidades desempeñan un papel fundamental en la formación de profesionales capacitados con



las habilidades emprendedoras y creativas necesarias para impulsar el desarrollo económico y social de una nación (Awad & Salameh, 2023; Sieg et al., 2023).

Sin embargo, es importante señalar que la intención emprendedora trasciende más allá del ámbito económico. Su impacto se extiende al contexto social, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de las personas y fortaleciendo el tejido social en su conjunto (Clemente-Vázquez & Torres-Gordillo, 2021; Cunha et al., 2022). Al fomentar la creatividad y la innovación, se abren nuevas oportunidades para generar empleo, promover la inclusión social y crear soluciones a los desafíos que enfrenta la sociedad. En este sentido, la intención emprendedora juega un papel clave en la construcción de un futuro más próspero y sostenible para todos (Bullón-Solís et al., 2023; Rungtornchaisri & Sutduean, 2019).

La creatividad es una habilidad invaluable que permite a los egresados universitarios pensar de manera innovadora, adaptar ideas existentes, descubrir nuevas soluciones y crear algo completamente nuevo. A pesar de su importancia crítica, la creatividad ha sido a menudo pasada por alto en los estudios sobre emprendimiento e innovación, como señalan (Anjum et al., 2021; Bignetti et al., 2021; Shadiey et al., 2022). La enseñanza de la creatividad presenta desafíos significativos en el ámbito educativo universitario. Los docentes se enfrentan al reto de fomentar el pensamiento creativo entre los estudiantes, lo que requiere estrategias pedagógicas innovadoras y enfoques didácticos que estimulen la imaginación y la originalidad (Cai et al., 2019; Li et al., 2023; Lin et al., 2023).

En el contexto peruano, la intención emprendedora y la creatividad son variables de gran relevancia que influyen significativamente en el desarrollo económico y social del país (Boscán Carroz et al., 2023; Vázquez-Pauca et al., 2022). Aunque existen esfuerzos para promover estos aspectos, todavía se enfrentan desafíos en la enseñanza de la creatividad y el fomento de una mentalidad emprendedora entre los egresados universitarios. La relación entre estas variables se ve afectada por factores culturales, educativos y económicos propios de Perú, que pueden tanto potenciar como limitar el desarrollo de habilidades emprendedoras y creativas (Chávez Vera et al., 2023; Vázquez-Pauca et al., 2022). Por lo tanto, es fundamental impulsar políticas y programas educativos que fortalezcan estas variables, permitiendo a los individuos percibir y aprovechar las oportunidades de generar ideas innovadoras y contribuir al crecimiento sostenible del país.

En ese contexto, la interacción entre las actitudes hacia la creatividad, los métodos de enseñanza y el desarrollo del pensamiento creativo adquiere una relevancia particular (Cai et al., 2019; Chaupis-Godoy et al., 2022). Es esencial enfocarse en estas áreas para fomentar el talento empresarial entre los estudiantes peruanos. Al fortalecer estas dimensiones, se habilita a los egresados para identificar y capitalizar oportunidades, generando ideas y productos innovadores que contribuyan al progreso económico y social del país mediante su propia creatividad (Boscán Carroz et al., 2023; Chávez Vera et al., 2023).

Con base en lo antes señalado, se estableció como propósito principal comprender la asociación entre la intención emprendedora y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima para comprender el éxito del emprendimiento en la actualidad y para lograrlo se considerará los siguientes objetivos específicos: a) Evaluar la relación entre la actitud para emprender y la creatividad de los egresados de una universidad de Lima; b) analizar la relación entre el comportamiento percibido y la creatividad entre los egresados de una universidad de Lima. c) Analizar la relación entre la capacidad para emprender y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima.

El estudio sobre la intención emprendedora y la creatividad entre los egresados de Lima adquiere una relevancia significativa en el contexto actual, marcado por la necesidad de impulsar el desarrollo económico y social a través de la innovación y el emprendimiento. Esta investigación busca llenar un vacío existente en la literatura académica, que ha prestado una atención limitada a la relación entre la creatividad, la educación universitaria y el emprendimiento en el contexto peruano. Al comprender mejor cómo estas variables se interrelacionan y se manifiestan en los egresados, se podrán diseñar estrategias educativas y políticas públicas más efectivas para fomentar el talento empresarial y creativo, contribuyendo así al crecimiento sostenible de la economía peruana y al mejoramiento del nivel de vida de su población.

El emprendimiento se define como el proceso de identificar, desarrollar y llevar a cabo nuevas ideas o iniciativas comerciales con el objetivo de crear valor económico o social (Al Halbusi et al., 2022; Luján Vera et al., 2020; Pérez Paredes et al., 2022; Vasquez-Rueda et al., 2022). En este contexto, la intención emprendedora se refiere a la disposición y motivación de una persona para iniciar y desarrollar un nuevo negocio. Esta decisión de emprender está influenciada por una combinación de factores internos y externos (Alqahtani et al., 2022; Casanova et al., 2023; Martins et al., 2023; Mohamed & Abdullahi, 2023).

Entre los factores internos destacan las características personales como la autoeficacia, la necesidad de logro y la orientación hacia la innovación. Por otro lado, los factores externos incluyen elementos socioeconómicos, las oportunidades percibidas y las experiencias educativas, que pueden influir significativamente en la percepción de viabilidad del emprendimiento. Estos factores no solo motivan a asumir riesgos, sino también a buscar oportunidades para innovar y generar un impacto en el mercado (Al-Tekreeti et al., 2024; Caldera González et al., 2022; Puriwat & Tripopsakul, 2021; Tassara Salviati, 2021).



Hoy en día, las universidades desempeñan un papel crucial en la promoción del emprendimiento entre los estudiantes. A través de la educación y la formación, estas instituciones pueden impartir cursos en áreas como la planificación empresarial, el desarrollo de productos, la gestión financiera y el marketing. De este modo, proporcionan a los estudiantes las habilidades, conocimientos y herramientas necesarias para iniciar y gestionar negocios exitosos (Cruz-Sandoval et al., 2022; Maheshwari & Kha, 2022; Manjaly et al., 2022; Prasetya & Azizah, 2022).

Además de la formación académica, las universidades actúan como centros de investigación donde se generan nuevas ideas, tecnologías e innovaciones (Li et al., 2023; Lin et al., 2023; Osmani et al., 2022; Valenzuela-Keller et al., 2021). Este entorno ofrece a los emprendedores la oportunidad de colaborar con investigadores universitarios para desarrollar y comercializar nuevas tecnologías y productos basados en la investigación científica (Akhter et al., 2022; Fellnhofer, 2022; Malele, 2022; Wibowo et al., 2023). La interacción entre estudiantes emprendedores e investigadores permite la transferencia de conocimientos y la creación de soluciones innovadoras que pueden tener un impacto significativo en el mercado (Esquivel et al., 2023; Li et al., 2021; Llanos-Contreras et al., 2021; Naqvi et al., 2023).

Por otro lado, las universidades también cuentan con programas de incubación y aceleradoras de negocios que proporcionan apoyo financiero, asesoramiento empresarial, espacios de trabajo compartidos y acceso a redes de contacto (Esquivel et al., 2023; Petlenko et al., 2021; Tonon Ordóñez & Sánchez Fontana, 2020; Zhu et al., 2022). Estos recursos ayudan a los emprendedores a lanzar y hacer crecer sus startups. Además, al facilitar la transferencia de tecnología al sector empresarial, las universidades pueden ofrecer programas de consultoría, capacitación técnica y desarrollo de habilidades, aprovechando la experiencia de los académicos y expertos para abordar proyectos específicos o desarrollar nuevas capacidades (Cruz-Sandoval et al., 2022; Pardo-García & Barac, 2020; Portuguese Castro & Gómez Zermelo, 2021; Saadat et al., 2022; Sacre et al., 2024).

Todas estas iniciativas hacen que las universidades desempeñen un papel fundamental en el ecosistema emprendedor, convirtiéndolas en motores de la innovación, el emprendimiento y el desarrollo económico global (Al-Tekreeti et al., 2024; Bonomo-Odizzio et al., 2023; Ilie & Budac, 2023; Maheshwari & Kha, 2022; Pacheco-Ruiz et al., 2022).

La creatividad es un componente fundamental del proceso emprendedor, ya que dota a los egresados universitarios de la capacidad de generar nuevas ideas, soluciones originales y perspectivas innovadoras para desarrollar nuevos productos, servicios o modelos de negocio (Anjum et al., 2021; Vallejo Lopez et al., 2020; Walia, 2019). Este proceso cognitivo implica la combinación de conocimientos, habilidades y experiencias para producir resultados novedosos y útiles (Osmani et al., 2022; Pinheiro et al., 2020; Shadiev et al., 2022; Walia, 2019).

Esta capacidad innovadora lleva a los emprendedores a explorar rutas no convencionales, a romper con las ideas preconcebidas y a cuestionar los modos de pensar y actuar generalizados (Montiel-Campos, 2021; Puriwat & Tripopsakul, 2021; Sieg et al., 2023). En esencia, la capacidad innovadora es una llamada a moldear el futuro, facilitando la creación de soluciones que no solo son novedosas, sino también pertinentes y efectivas (Chaudhary et al., 2024; Pacheco-Ruiz et al., 2022; Quispe Fernandez et al., 2022; Xu et al., 2024).

Los emprendedores creativos tienen la capacidad de identificar nichos de mercado inexplorados, resolver problemas de manera innovadora y desarrollar soluciones que satisfagan las necesidades de los clientes de forma distinta a la de sus competidores (Al Halbusi et al., 2022; Cunha et al., 2022; Shadiev et al., 2022; Wang et al., 2022). En un entorno competitivo, su singularidad les permite destacarse y atraer la atención de los clientes, ya que pueden adaptarse rápidamente a la retroalimentación del mercado (N. Alqahtani et al., 2022; Malele, 2022; Shi et al., 2020; Vallejo Lopez et al., 2020).

Las universidades juegan un papel esencial en la promoción de la creatividad entre sus estudiantes (Llanos-Contreras et al., 2021; Romero Sánchez et al., 2023; Thomas et al., 2023; Vivekananth et al., 2023). Pueden lograr esto a través de una variedad de métodos, como la implementación de cursos y talleres enfocados en la creatividad, el design thinking y la resolución innovadora de problemas (Al-Tekreeti et al., 2024; Cunha et al., 2022; Guerrero et al., 2020; Wibowo et al., 2023). Estos programas no solo enseñan habilidades prácticas, sino que también fomentan un entorno que apoya el pensamiento original y la creación de ideas novedosas (Dong et al., 2023; Huang et al., 2024; Jiang et al., 2022; Wang, 2024). Asimismo, la creación de espacios físicos dedicados a la creatividad, equipados con herramientas y tecnologías modernas, ofrece a los estudiantes un ambiente favorable para la experimentación y la exploración, alentando el intercambio de ideas y el trabajo colaborativo.

Los programas de mentoría juegan un papel esencial en el fomento de la creatividad (Abdel Rahman & Abdelatif, 2024; García-Laso et al., 2022; Wang & Shibayama, 2022). Al conectar a estudiantes creativos con profesores, investigadores o profesionales especializados, se crea un ambiente de aprendizaje personalizado donde los mentores pueden guiar y apoyar el desarrollo de ideas innovadoras, proporcionando retroalimentación constructiva y asesoramiento experto (Crysdian, 2022; Novikova et al., 2020; Osman et al., 2023; Wagino et al., 2023; Wang, 2024). Estas iniciativas colectivamente permiten a las universidades cultivar una cultura de creatividad en toda la institución, preparando a los estudiantes para sobresalir en un entorno cada vez más competitivo y dinámico (Malele, 2022; Prasetya & Azizah, 2022; Shadiev et al., 2022; Shi et al., 2020). Todo este marco conceptual puede servir para investigar cómo se manifiesta la creatividad en los egresados de Lima y cómo



afecta su disposición hacia el emprendimiento (Al Halbusi et al., 2022; Kalar, 2020; Malele, 2022; Shadiev et al., 2022; Shi et al., 2020).

METODOLOGÍA

El presente artículo surge de una investigación desarrollada desde una metodología cuantitativa, es decir que se basa en planteamientos hipotéticos- deductivos, por lo cual obedece al paradigma positivista. El diseño es no experimental de corte transversal. El enfoque es de campo y tuvo un alcance correlacional, puesto que con ello se buscó especificar la relación entre la intención emprendedora y la creatividad. También se realizó la recolección de datos para dar respuesta al objetivo planteado (Bernal Torres, 2022; Creswell & Creswell, 2023; Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Yuni & Urbano, 2020).

La población objeto de estudio según datos de una universidad de la ciudad de Lima (2022), han egresados un total de 1453 alumnos (USIL, 2021) de las distintas facultades, pero se aplicaron las escalas a un total de 83 egresados. Se empleó la encuesta como técnica de recolección de información la cual se diseñó con base en los cuestionarios como instrumento (Bernal Torres, 2022; Creswell & Creswell, 2023; Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Yuni & Urbano, 2020), el cual estuvo compuesto por 16 preguntas enfocadas a la intención emprendedora y 15 a creatividad dando un total de 31 items, con alternativa de respuesta tipo Likert de 5 puntos.

Los datos obtenidos fueron analizados mediante los programas Excel versión 2210 hoja de cálculo y SPSS Statistics 21, programa para procesar información, empleando gráficos y tablas, con lo que se pudo contrastar los resultados y finalmente sacar conclusiones (Anderson et al., 2019; Bernal Torres, 2022; Creswell & Creswell, 2023; Denis, 2020).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presentan los resultados obtenidos del estudio sobre la relación entre la intención emprendedora y la creatividad en egresados universitarios de Lima. Se analizaron los datos recogidos de [número de participantes] participantes, quienes completaron cuestionarios que medían su intención de emprender y sus niveles de creatividad. Los resultados se organizan en subsecciones que abordan los diferentes aspectos investigados, incluyendo análisis descriptivos de la intención emprendedora y la creatividad, así como su relación correlacional. A continuación, se detallan los hallazgos principales y se presentan en formato de tablas y gráficos para facilitar la visualización de la información. (Anderson et al., 2019; Denis, 2020; Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Walpole et al., 2022). Los resultados obtenidos mediante el análisis de fortalecimiento de este coeficiente de correlación y las dos variables, así como entre diversas dimensiones relacionadas con el emprendimiento y la creatividad, arrojarán hallazgos significativos que respaldan la interrelación entre estas variables. En primer lugar, al analizar la relación entre la intención emprendedora y la creatividad en la siguiente tabla 1:

Tabla 1

Intención emprendedora y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima

		VX	VY
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,706**
	VX Sig. (bilateral)	.	,000
	N	83	83
	Coeficiente de correlación	,706**	1,000
	VY Sig. (bilateral)	,000	.
	N	83	83

La Tabla 1 muestra los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la intención emprendedora y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima. El coeficiente de correlación obtenido es 0.706, lo que indica una relación positiva y significativa entre ambas variables ($\rho = 0.706$, $p < 0.001$). Esto sugiere que a medida que aumenta la creatividad en los egresados, también lo hace su intención de emprender. La significancia estadística de estos resultados refuerza la importancia de la creatividad como un factor clave en el emprendimiento, en línea con estudios previos que destacan la relevancia de las capacidades creativas en el desarrollo de iniciativas empresariales (Anderson et al., 2019; Denis, 2020; Tu et al., 2024; Yu & Hutson, 2020). Este hallazgo subraya la necesidad de fomentar la creatividad en el ámbito educativo para potenciar el espíritu emprendedor entre los jóvenes profesionales (Entrialgo & Iglesias, 2020; Nguyen & Do, 2023; Shi et al.,



BY

2020b; Wibowo et al., 2023). En relación al objetivo específico 1 que buscó evaluar la relación entre la actitud para emprender y la creatividad de los egresados de una universidad de Lima.

Tabla 2

Actitud para emprender y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima

		D1E	VY	
Rho de Spearman				
		Coefficiente de correlación	1,000	,570**
	D1E	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	83	83
		Coefficiente de correlación	,570**	1,000
	VY	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	83	83	

En relación con el objetivo específico 1 del estudio, que evaluó la relación entre la actitud para emprender y la creatividad entre los egresados de una universidad de Lima, se presenta en la Tabla 2 el análisis de correlación de Spearman. El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) obtenido es 0.570, lo que indica una correlación positiva y significativa entre la actitud para emprender y la creatividad ($\rho = 0.570$, $p < 0.001$). Este resultado implica que los egresados con niveles más altos de creatividad tienden a tener una actitud más favorable hacia el emprendimiento. La significancia estadística del p-valor (menor a 0.001) refuerza la validez de esta relación observada. La Tabla 2 destaca que esta correlación se basa en una muestra de 83 participantes, con una fuerte asociación bilateral entre las variables D1E (Actitud ante el Emprendimiento) y VY (Creatividad).

Estos hallazgos subrayan la importancia de fomentar la creatividad en los programas educativos, ya que se asocia significativamente con una actitud proactiva hacia la creación de nuevos negocios, alineándose con investigaciones previas que identifican la creatividad como un componente esencial en el proceso emprendedor (Anderson et al., 2019; Denis, 2020; Jiatong et al., 2021; Li et al., 2023; Mai & Nguyen, 2023; Nguyen & Do, 2023).

Tabla 3

Comportamiento percibido y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima

		D2E	VY	
Rho de Spearman				
		Coefficiente de correlación	1,000	,599**
	D2E	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	83	83
		Coefficiente de correlación	,599**	1,000
	VY	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	83	83	

En relación al objetivo específico 2, que evaluó la relación entre el comportamiento percibido para emprender y la creatividad entre los egresados de una universidad de Lima, la Tabla 3 presenta los resultados del análisis de correlación de Spearman. El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) encontrado es 0.599, indicando una correlación positiva y significativa entre el comportamiento percibido para emprender (D2E) y la creatividad (VY) ($\rho = 0.599$, $p < 0.001$). Este resultado implica que los egresados que perciben un comportamiento emprendedor en sí mismos tienden a tener mayores niveles de creatividad.

La significancia estadística del p-valor menor a 0.001 refuerza la robustez de esta relación observada. Los datos, recopilados de 83 participantes, muestran una fuerte asociación bilateral entre estas dos variables, lo que sugiere que la percepción de comportamientos emprendedores está estrechamente ligada a la creatividad. Este hallazgo coincide con la literatura existente, que destaca cómo la creatividad no solo fomenta la generación de nuevas ideas sino también la disposición para actuar sobre ellas en contextos emprendedores (Anderson et al., 2019; Denis, 2020; Tu et al., 2024; Yu & Hutson, 2020). La implicación de estos resultados subraya la importancia de cultivar tanto la percepción de comportamientos emprendedores como la creatividad en los entornos educativos, ya que ambos factores son cruciales para el desarrollo de futuros emprendedores exitosos (Al-Tekreeti et al., 2024; Cera et al., 2020; Nguyen & Do, 2023; Rakib et al., 2020). Por último, en relación a la capacidad para emprender y la creatividad en la Tabla 4:



Tabla 4
Capacidad para emprender y creatividad

		D3E	VY
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,682**
	D3E Sig. (bilateral)	.	,000
	N	83	83
	Coefficiente de correlación	,682**	1,000
	VY Sig. (bilateral)	,000	.
	N	83	83

En relación con el objetivo específico 3 del estudio, que evaluó la relación entre la capacidad para emprender y la creatividad de los egresados de una universidad de Lima, los resultados presentados en la Tabla 4 muestran una correlación de Spearman significativa y positiva entre estas dos variables. El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) obtenido es 0.682, lo que indica una fuerte relación entre la capacidad para emprender (D3E) y la creatividad (VY) ($\rho = 0.682$, $p < 0.001$). Este resultado sugiere que los egresados con una mayor capacidad percibida para emprender tienden a exhibir también mayores niveles de creatividad. La significancia estadística del p-valor, que es menor a 0.001, refuerza la robustez de esta relación, confirmando que no es un resultado al azar.

Con una muestra de 83 participantes, la fuerte correlación bilateral observada implica que la capacidad de los egresados para emprender está estrechamente ligada a su creatividad. Estos hallazgos están en línea con estudios previos que subrayan cómo la creatividad no solo impulsa la generación de ideas innovadoras, sino que también es un componente esencial en la habilidad para poner en marcha nuevas empresas (Anderson et al., 2019; Denis, 2020). La evidencia de esta relación sugiere la necesidad de fomentar tanto la capacidad emprendedora como la creatividad en los entornos educativos, para preparar mejor a los egresados para enfrentar los desafíos del emprendimiento y capitalizar oportunidades en el mercado (Mai & Nguyen, 2023; Shahzad et al., 2021; Shenkoya et al., 2023).

Los resultados obtenidos a través del análisis de calificación Rho de Spearman respaldan la relación positiva y significativa entre la intención emprendedora, diversas dimensiones relacionadas con el emprendimiento y la creatividad. Estos hallazgos destacan la importancia de fomentar la creatividad en el contexto educativo y empresarial como un medio para impulsar el espíritu emprendedor y promover la innovación en la sociedad (Amsal et al., 2014; Bu et al., 2023; Cera et al., 2020; Lanivich et al., 2022).

Los resultados obtenidos mediante el análisis del coeficiente de correlación Rho Spearman indican una correlación positiva y significativa entre la intención emprendedora y la creatividad, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.706 (Tabla 1). Esta correlación observada confirma la hipótesis de que a medida que aumenta la creatividad de las personas, también tiende a aumentar su intención de emprender. Estos resultados son consistentes con estudios previos que destacan la importancia de la creatividad en el contexto del emprendimiento (Entrialgo & Iglesias, 2020; Nguyen & Do, 2023; Shi et al., 2020b; Wibowo et al., 2023). La creatividad, entendida como la capacidad para generar ideas nuevas y útiles, parece ser un factor clave que impulsa a las personas a identificar y aprovechar oportunidades de negocio, fortaleciendo así su intención de emprender (Al-Tekreeti et al., 2024; Bignetti et al., 2021; Jiatong et al., 2021; Shahzad et al., 2021).

Estos resultados sugieren que las instituciones educativas y los programas de formación profesional deberían enfocarse no solo en enseñar habilidades técnicas y conocimientos empresariales, sino también en fomentar y nutrir la creatividad de los estudiantes como un componente primordial para cultivar la intención emprendedora. Al analizar la relación entre la actitud ante el emprendimiento y la creatividad, se encontró una correlación positiva con un coeficiente de 0.570 (Tabla 2).

Este resultado sugiere que una actitud favorable hacia el emprendimiento está asociada con un mayor nivel de creatividad. Esto es muy importante ya que una actitud positiva hacia el emprendimiento puede fomentar el espíritu emprendedor entre las personas, incentivándolos a involucrarse en ideas de negocio que requieren pensamiento innovador y la generación de nuevas ideas (Jiatong et al., 2021; Mai & Nguyen, 2023; Nguyen & Do, 2023). El marco conceptual respalda esta relación, sugiriendo que la actitud positiva y la creatividad pueden retroalimentarse mutuamente, potenciando la



disposición para asumir riesgo y emprender nuevas iniciativas (Cunha et al., 2022; Jiatong et al., 2021; Rakib et al., 2020; Shi et al., 2020).

La correlación entre el comportamiento percibido y la creatividad resultó también positiva, con un coeficiente de 0.599 (Tabla 3). Esto implica que aquellas personas que perciben tener habilidades emprendedoras tienden a exhibir un mayor nivel de creatividad. Este resultado es consistente con la teoría de la autoeficacia, que sugiere que la percepción de las propias habilidades influye en la capacidad para generar ideas y resolver problemas de manera creativa (Al-Tekreeti et al., 2024; Cera et al., 2020; Nguyen & Do, 2023; Rakib et al., 2020).

La percepción positiva de las habilidades emprendedoras no solo motiva a las personas a emprender, sino que también les proporciona la confianza necesaria para explorar soluciones innovadoras y enfrentar desafíos empresariales con creatividad.

Finalmente, la relación entre la capacidad para emprender y la creatividad mostró una correlación positiva y significativa con un coeficiente de 0.682 (Tabla 4). Este resultado sugiere que aquellas personas con una mayor capacidad para emprender también tienden a ser más creativas. La capacidad para emprender, que incluye competencias como la identificación y explotación de oportunidades de negocios, parece estar estrechamente vinculada con la creatividad. Este resultado resalta la importancia de desarrollar tanto las habilidades emprendedoras como las creativas en los programas educativos y de formación, para equipar a las personas con las herramientas necesarias para tener éxito en el entorno empresarial (Mai & Nguyen, 2023; Shahzad et al., 2021; Shenkoya et al., 2023).

CONCLUSIONES

Se reveló una relación positiva y significativa entre la intención emprendedora y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima. Se observó que a medida que aumenta la creatividad, también lo hace la intención de emprender. Este resultado destaca la creatividad como un factor clave en el desarrollo del espíritu emprendedor. Por lo tanto, es esencial que las instituciones educativas incluyan el fomento de la creatividad en sus programas. Promover un entorno educativo que incentive la innovación y el pensamiento creativo puede no solo preparar mejor a los egresados para los desafíos del mercado laboral, sino también inspirarles a liderar iniciativas empresariales innovadoras. Fomentar estas competencias desde la etapa formativa es crucial para impulsar el emprendimiento y preparar a los jóvenes para un futuro dinámico y competitivo.

En relación a la actitud para emprender y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima, se estableció una asociación significativa. Esto indica que aquellos egresados que poseen mayores niveles de creatividad también tienden a tener una actitud más favorable hacia el emprendimiento. Estos resultados resaltan la relevancia de la creatividad no solo como un rasgo individual, sino también como un factor decisivo que influye en la predisposición a emprender. Ante estos hallazgos, se recomienda que las instituciones educativas integren estrategias para estimular la creatividad en sus currículos y actividades formativas. Fomentar un ambiente que promueva el pensamiento innovador y la resolución creativa de problemas puede ser crucial para preparar a los estudiantes a enfrentar y aprovechar las oportunidades en el mundo empresarial. Al potenciar la creatividad desde la formación académica, se puede cultivar una generación de egresados con una actitud proactiva y favorable hacia la creación de nuevos negocios, lo cual es vital en el contexto económico y laboral contemporáneo.

Lo que se refiere al comportamiento percibido para emprender y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima muestra una relación positiva y significativa. Este hallazgo sugiere que los egresados que se perciben a sí mismos como emprendedores tienden a exhibir mayores niveles de creatividad. La robustez estadística de este resultado refuerza la idea de que la percepción de comportamientos emprendedores y la creatividad están íntimamente relacionadas. Estos resultados subrayan la importancia de que las instituciones educativas no solo promuevan la creatividad, sino que también fomenten la autopercepción de comportamientos emprendedores. Crear un entorno académico que potencie la creatividad y apoye a los estudiantes en el reconocimiento de su potencial emprendedor puede ser fundamental para el desarrollo de emprendedores exitosos. Al integrar actividades que cultiven tanto la creatividad como la confianza en sus capacidades emprendedoras, las universidades pueden preparar a sus egresados para asumir roles innovadores y proactivos en el mundo empresarial.

Por último, el análisis de la relación entre la capacidad para emprender y la creatividad en los egresados de una universidad de Lima, mostró una correlación positiva y significativa. Este hallazgo indica que aquellos egresados que perciben en sí mismos una mayor capacidad para emprender también a tener niveles más altos de creatividad. La fuerte asociación observada sugiere que la creatividad es un componente clave en la capacidad emprendedora, y que ambas cualidades se potencian mutuamente. Estos resultados refuerzan la importancia de integrar el desarrollo de la capacidad para emprender y la creatividad en los programas educativos. Al fomentar estas competencias, las universidades pueden preparar a sus estudiantes no solo para generar ideas innovadoras, sino también para llevarlas a cabo eficazmente en el ámbito empresarial. Por lo tanto, es esencial que las instituciones educativas ofrezcan oportunidades y recursos que promuevan tanto la creatividad como las habilidades emprendedoras, facilitando así la formación de futuros emprendedores capaces de afrontar y aprovechar los desafíos y oportunidades del mercado moderno.



BY

Para futuras investigaciones, sería valioso explorar cómo otras variables, como la experiencia laboral, la motivación intrínseca y el entorno socioeconómico, podrían ofrecer una perspectiva más global en la relación entre la creatividad y la intención emprendedora.

CONTRIBUCIÓN DE LA AUTORÍA (Colocar nombres completos):

1. Conceptualización: Ascención Tomás Alcalá Martínez
2. Curación de datos: Ascención Tomás Alcalá Martínez
3. Análisis formal: Ascención Tomás Alcalá Martínez
4. Adquisición de fondos:
5. Investigación: Ascención Tomás Alcalá Martínez, Diego Martín Caballero Beraun
6. Metodología: Diego Martín Caballero Beraun
7. Dirección del proyecto: Ascención Tomás Alcalá Martínez
8. Recursos: Ascención Tomás Alcalá Martínez
9. Software: Ascención Tomás Alcalá Martínez, Diego Martín Caballero Beraun
10. Supervisión: Ascención Tomás Alcalá Martínez
11. Validación: Ascención Tomás Alcalá Martínez
12. Visualización: Ascención Tomás Alcalá Martínez
13. Redacción - borrador original: Ascención Tomás Alcalá Martínez
14. Redacción - corrección de pruebas y edición: Ascención Tomás Alcalá Martínez

REFERENCIAS

- Abdel Rahman, A. A. R., & Abdelatif, D. A. (2024). Entrepreneurship training: Its influences on innovation potentials among nursing students. *Frontiers of Nursing, 11*(1), 85-98. <https://doi.org/10.2478/fon-2024-0009>
- Akhter, A., M. Anwarul Islam, K., Mobarak Karim, Md., & Bin Latif, W. (2022). Examining determinants of digital entrepreneurial intention: A case of graduate students. *Problems and Perspectives in Management, 20*(3), 153-163. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13)
- Al Halbusi, H., Soto-Acosta, P., & Popa, S. (2022). Entrepreneurial passion, role models and self-perceived creativity as antecedents of entrepreneurial intention in an emerging Asian economy: The moderating effect of social media. En *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-022-09857-2>
- Alqahtani, M. M. (2023). Artificial intelligence and entrepreneurship education: A paradigm in Qatari higher education institutions after covid-19 pandemic. *International Journal of Data and Network Science, 7*(2), 695-706. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.002>
- Alqahtani, N., AlRawashdeh, A., & Al Arab, A. (2022). Motivations and Obstacles to Women's Creativity in Arab Society from the Point of View of Academic Women in Saudi Universities in Riyadh. *Dirasat: Human and Social Sciences, 49*(5), 501-530. <https://doi.org/10.35516/hum.v49i5.3501>
- Al-Tekreeti, T., Al Khasawneh, M., & Dandis, A. O. (2024). Factors affecting entrepreneurial intentions among students in higher education institutions. *International Journal of Educational Management, 38*(1), 115-135. <https://doi.org/10.1108/IJEM-09-2023-0470>
- Amsal, M., Kumar, D., & Ramalu, S. S. (2014). Categorizing and Fixing Variables on Entrepreneurial Intention through Qualitative Research. *Asian Social Science, 10*(19), p45. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n19p45>
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Cochran James J. (2019). *Estadística para negocios y economía* (C. García Alvarez, Trad.; 13a. edición). Cengage Learning.
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Tautiva, J. A. D. (2021). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. En *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 7, Número 1, pp. 1-13). <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Awad, I. M., & Salaimeh, M. Kh. (2023). Towards an entrepreneurial university model: Evidence from the Palestine Polytechnic University. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12*(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00280-5>
- Bernal Torres, C. A. (2022). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- Bignetti, B., Santos, A. C. M. Z., Hansen, P. B., & Henriqson, E. (2021). The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. En *Revista de Administracao Mackenzie* (Vol. 22, Número 2). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/ERAMR210082>
- Bonomo-Odizzio, A., Krauss-Delorme, C., & Correa-García, P. (2023). El ecosistema emprendedor frente a la pandemia: Cómo pasar una crisis y sobrevivirla. *RAN. Revistas Academia y Negocios, 9*(1), 127-140. <https://doi.org/10.29393/RAN9-10EEAP30010>
- Boscán Carroz, M. C., Meleán Romero, R. A., Chávez Vera, K. J., & Calanchez Urribarri, Á. (2023). Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible. *Retos, 13*(26), 223-236. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.03>
- Bu, Y., Li, S., & Huang, Y. (2023). Research on the influencing factors of Chinese college students' entrepreneurial intention from the perspective of resource endowment. *The International Journal of Management Education, 21*(3), 100832. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100832>



BY

- Bullón-Solís, O., Carhuancho-Mendoza, I., Valero-Palomino, F. R., & Moreno-Rodríguez, R. Y. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: Abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(Especial 9), 377-389. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>
- Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N., & Bossink, B. A. G. (2019). Does Entrepreneurial Leadership Foster Creativity Among Employees and Teams? The Mediating Role of Creative Efficacy Beliefs. *Journal of Business and Psychology*, 34(2), 203-217. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-9536-y>
- Caldera González, D. D. C., Velázquez Sagahón, F. J., & Zárate Negrete, L. E. (2022). Análisis de factores determinantes de emprendimiento social en jóvenes universitarios. *Apuntes Universitarios*, 12(3), 326-348. <https://doi.org/10.17162/au.v12i3.1134>
- Casanova, S., Bakkali, C., & Tang, J. (2023). Entrepreneurial alertness and entrepreneurial orientation: Contributions to opportunity identification. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. <https://doi.org/10.1177/14657503231189694>
- Cera, G., Mlouk, A., Cera, E., & Shumeli, A. (2020). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention. A quasi-experimental research design. En *Journal of Competitiveness* (Vol. 12, Número 1, pp. 39-56). <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03>
- Chaudhary, S., Kaur, P., Ferraris, A., Bresciani, S., & Dhir, A. (2024). Connecting entrepreneurial ecosystem and innovation. Grasping at straws or hitting a home run? *Technovation*, 130, 102942. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102942>
- Chaupis-Godoy, M., Condori-Olazabal, S., & Castillo-Tejada, J. (2022). Quality management model using TQM and GAP techniques to increase the productivity of MYPES producing Hass avocados in Lambayeque. *Proceedings of the 2nd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2022): “Exponential Technologies and Global Challenges: Moving toward a new culture of entrepreneurship and innovation for sustainable development”*. 2nd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2022): “Exponential Technologies and Global Challenges: Moving toward a new culture of entrepreneurship and innovation for sustainable development”. <https://doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.63>
- Chávez Vera, K. J., Velita, J., & Rosas, C. (2023). Emprendimiento peruano: Factores e intervenciones que facilitan su desarrollo. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i2.39990>
- Clemente-Vázquez, S., & Torres-Gordillo, J.-J. (2021). Percepción del alumnado de máster sobre la formación en competencias emprendedoras a través de redes sociales. *Educación*, 57(2), 501-518. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1261>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Sixth edition). SAGE.
- Cruz-Sandoval, M., Vázquez-Parra, J. C., & Alonso-Galicia, P. E. (2022). Student Perception of Competencies and Skills for Social Entrepreneurship in Complex Environments: An Approach with Mexican University Students. *Social Sciences*, 11(7), 314. <https://doi.org/10.3390/socsci11070314>
- Crysdian, C. (2022). The evaluation of higher education policy to drive university entrepreneurial activities in information technology learning. *Cogent Education*, 9(1), 2104012. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2104012>
- Cunha, J., Ferreira, C., Araújo, M., & Nunes, M. L. (2022). The mediating role of entrepreneurial intention between creativity and social innovation tendency. En *Social Enterprise Journal* (Vol. 18, Número 2, pp. 383-405). <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2021-0022>
- Denis, D. J. (2020). *Univariate, bivariate, and multivariate statistics using R: Quantitative tools for data analysis and data science* (First edition). Wiley.
- Dong, Q., Liu, X., & Science & Technology College, North China Electric Power University, Baoding, 071000, China. (2023). Optimization Practice of University Innovation and Entrepreneurship Education Based on the Perspective of OBE. *Journal of Combinatorial Mathematics and Combinatorial Computing*, 118, 181-189. <https://doi.org/10.61091/jcmcc118-14>
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2020). Entrepreneurial Intentions among University Students: The Moderating Role of Creativity. En *European Management Review* (Vol. 17, Número 2, pp. 529-542). <https://doi.org/10.1111/emre.12386>
- Esquivel, F. A., García Sandoval, J. R., & Aldape Ballesteros, L. A. (2023). Universidades emprendedoras en América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1685-1700. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.19>
- Fellnhöfer, K. (2022). Entrepreneurial alertness toward responsible research and innovation: Digital technology makes the psychological heart of entrepreneurship pound. *Technovation*, 118. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102384>
- García-Laso, A., Montalvo, C., Martín, D. A., Presa, L., Parra, J. L., & Costafreda, J. L. (2022). Mentoring in the School of Mines and Energy to Cover Student Needs: From the Newly Enrolled to the Near-Graduates. *Sustainability*, 14(6), 3156. <https://doi.org/10.3390/su14063156>
- Guerrero, M., Urbano, D., & Gajón, E. (2020). Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: Do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter? *Journal of Management Development*, 39(5), 753-775. <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2019-0439>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2a ed). McGraw-Hill Education.
- Huang, R., Chen, Q., Lu, L., Chi, X., Zheng, D., & Ding, Y. (2024). Research on practical teaching of innovation and entrepreneurship training program for college students based on big data analysis. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 20240413. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0413>
- Ilie, L., & Budac, C. (2023). Entrepreneurial Ecosystems and the Catalytic Role of Universities. *Studies in Business and Economics*, 18(3), 163-175. <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0052>



BY

- Jiang, Y., Pan, J., Liu, M., & Gao, X. (2022). The Relationship Between College Students' Entrepreneurial Intention and the Teaching Quality of Innovation and Entrepreneurship Practice. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 17(12), 61-76. <https://doi.org/10.3991/ijet.v17i12.32081>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. En *Frontiers in Psychology* (Vol. 12). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kalar, B. (2020). The role of creativity in the context of academic entrepreneurship. En *Creativity and Innovation Management* (Vol. 29, Número 2, pp. 254-267). <https://doi.org/10.1111/caim.12352>
- Lanivich, S. E., Smith, A., Levasseur, L., Pidduck, R. J., Busenitz, L., & Tang, J. (2022). Advancing entrepreneurial alertness: Review, synthesis, and future research directions. *Journal of Business Research*, 139, 1165-1176. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.023>
- Li, M., Wang, T., & Wu, Y. (2021). Impact of Innovation and Entrepreneurship Education in a University Under Personality Psychology Education Concept on Talent Training and Cultural Diversity of New Entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 12, 696987. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696987>
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: Mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. En *Frontiers in Psychology* (Vol. 14). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>
- Lin, S., De-Pablos-Heredero, C., Botella, J. L. M., & Lian, C. L. (2023). Influence of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intention of Chinese Students Enrolled at Universities in the Community of Madrid. En *IEEE Access* (Vol. 11, pp. 63678-63689). <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3284970>
- Llanos-Contreras, O., Hebles, M., & Yániz-Álvarez-De-Eulate, C. (2021). Desarrollo de la actitud emprendedora: Estudio cualitativo de un modelo de formación universitaria. *REOP - Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 32(3), 112-131. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.32.num.3.2021.32560>
- Luján Vera, P. E., Trelles Pozo, L. R., & Mogollón Taboada, M. M. (2020). Desarrollo de capacidades emprendedoras; una alternativa a través de la diversificación curricular. *Revista Boletín Redipe*, 9(4), 192-201. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i4.959>
- Maheshwari, G., & Kha, K. L. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100553. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100553>
- Mai, K. N., & Nguyen, V. T. (2023). Entrepreneurial ecosystem affects organisational learning, creativity and success. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2260125. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2260125>
- Malele, V. (2022). From Science, Technology and Innovation to Creativity, Innovation and Entrepreneurship Indicators' Framework for the Academic Promotion with Impact on Socio-Economic Development. *Journal of Scientometric Research*, 10(3), 373-379. <https://doi.org/10.5530/jscires.10.3.55>
- Manjaly, N. B., Nimmi, P. M., Joseph, G., & Kailash, N. K. S. (2022). Entrepreneurial Intention of Indian Women University Students: The Role of Entrepreneurial Self-Assessment and Entrepreneurial Passion. En *Journal Women's Entrepreneurship and Education* (Vol. 2022, Números 3-4, pp. 273-290). <https://doi.org/10.28934/jwee22.34.pp273-290>
- Martins, J. M., Shahzad, M. F., & Xu, S. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention to initiate new ventures: Evidence from university students. En *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 12, Número 1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Mohamed, A. N., & Abdullahi, A. O. (2023). Factors Influencing the Entrepreneurial Intentions of Somali Graduate Students. En *Journal of Somali Studies* (Vol. 10, Número 1, pp. 97-116). <https://doi.org/10.31920/2056-5682/2023/v10n1a6>
- Montiel-Campos, H. (2021). Entrepreneurial alertness, innovation modes, and business models in small-and medium-sized enterprises: An exploratory quantitative study. *Journal of Technology Management and Innovation*, 16(1), 23-30.
- Naqvi, S., Matriano, M. T. D. G., & Alimi, J. T. (2023). Student and faculty perceptions on an entrepreneurship course: An exploratory study from Oman. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(5), 885-911. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-08-2021-0128>
- Nguyen, T. T., & Do, D. N. (2023). Teaching for creativity and entrepreneurial intentions: An empirical study. En *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* (Vol. 15, Número 4, pp. 766-785). <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2021-0185>
- Novikova, I. E., Zhylinska, O. I., Taras Shevchenko National University of Kyiv, Osetskyi, V. L., Taras Shevchenko National University of Kyiv, Bediukh, O. R., & Taras Shevchenko National University of Kyiv. (2020). Strategic Approaches to Activating Academic Entrepreneurship in Modern Mega-Universities: Prospects for Ukraine. *Science and innovation*, 16(6), 3-17. <https://doi.org/10.15407/scine16.06.003>
- Osman, S. A., Emole, E. O., & Onu, E. V. (2023). Assessing the role of formal education in promoting entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 11(2), 89-108. <https://doi.org/10.37335/ijek.v11i2.197>
- Osmani, M., El-Haddadeh, R., Hindi, N. M., & Weerakkody, V. (2022). The influence of creativity on the entrepreneurial intention of university female graduates: An SEM approach. *Industry and Higher Education*, 36(5), 556-567. <https://doi.org/10.1177/09504222211061231>
- Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>



- Pardo-Garcia, C., & Barac, M. (2020). Promoting Employability in Higher Education: A Case Study on Boosting Entrepreneurship Skills. *Sustainability*, 12(10), 4004. <https://doi.org/10.3390/su12104004>
- Pérez Paredes, A., Rojas Sánchez, I., & Martínez Ángeles, D. M. (2022). Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 8), 1009-1023. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.18>
- Petlenko, Y., Stavtyskyi, A., & Kharlamova, G. (2021). Is the endowment fund a panacea for the financial autonomy of classical universities in Ukraine? *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 396-407. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.32](https://doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.32)
- Pinheiro, J., Lages, L. F., Dias, Á., Silva, G. M., & Preto, M. T. (2020). Innovation reliability and variability strategies: The importance of absorptive capacity to systemic outcomes. *International Journal of Knowledge-Based Development*, 11(4), 308-337. <https://doi.org/10.1504/IJKBD.2020.115028>
- Portuguez Castro, M., & Gómez Zermeño, M. G. (2021). Identifying Entrepreneurial Interest and Skills among University Students. *Sustainability*, 13(13), 6995. <https://doi.org/10.3390/su13136995>
- Prasetya, H., & Azizah, N. (2022). Entrepreneurship interest: Entrepreneurship education, income expectations and creativity. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 296-301. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v11i2.524>
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Exploring factors influencing open innovation adoption in smes: The evidence from emerging markets. *Emerging Science Journal*, 5(4), 533-544. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-01295>
- Quispe Fernandez, G. M., Delgado Ayaviri, R., Ayaviri Nina, D., & Maldonado Núñez, A. I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i.38847>
- Rakib, M., Tawe, A., Azis, M., Syam, A., & Sanusi, D. A. (2020). Determinants Of Entrepreneurial Intention: Empirical Study Of Student Entrepreneurs. En *Academy of Entrepreneurship Journal* (Vol. 26, Número 3, pp. 1-12).
- Romero Sánchez, A., Aponte García, M. S., López Trujillo, M., & Salcedo Mosquera, J. D. (2023). Spin-offs universitarias en Colombia: Análisis desde la investigación, innovación y emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(Especial 9), 832-849. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.51>
- Rungsisawat, S., & Sutduean, C. (2019). Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Creativity Disposition among University Students in Thailand. *International Journal of Innovation*, 6(10). https://www.ijicc.net/images/vol6iss10/61015_Rungsisawat_2019_E_R.pdf
- Saadat, S., Aliakbari, A., Alizadeh Majd, A., & Bell, R. (2022). The effect of entrepreneurship education on graduate students' entrepreneurial alertness and the mediating role of entrepreneurial mindset. *Education + Training*, 64(7), 892-909. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0231>
- Sacre, H., Iskandar, K., Haddad, C., Shahine, M., Hajj, A., Zeenny, R. M., Akel, M., & Salameh, P. (2024). Self-perceived leadership and entrepreneurship skills: Profiling healthcare professionals. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research*, 15(1), rmad050. <https://doi.org/10.1093/jphsr/rmad050>
- Shadiev, R., Yi, S., Dang, C., & Sintawati, W. (2022). Facilitating Students' Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in a Telecollaborative Project. *Frontiers in Psychology*, 13, 887620. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.887620>
- Shahzad, M. F., Khan, K. I., Saleem, S., & Rashid, T. (2021). What factors affect the entrepreneurial intention to start-ups? The role of entrepreneurial skills, propensity to take risks, and innovativeness in open business models. En *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 7, Número 3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC7030173>
- Shenkoya, T., Hwang, K. Y., & Sung, E. H. (2023). Student Startup: Understanding the Role of the University in Making Startups Profitable Through University—Industry Collaboration. *SAGE Open*, 13(3), 21582440231198601. <https://doi.org/10.1177/21582440231198601>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Sieg, P., Posadzińska, I., & Józwiak, M. (2023). Academic entrepreneurship as a source of innovation for sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change*, 194, 122695. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122695>
- Tassara Salviati, C. F. J. (2021). ¿Qué factores son clave para generar un ecosistema emprendedor universitario? *Gestión en el Tercer Milenio*, 24(47), 145-150. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i47.19763>
- Thomas, E., Pugh, R., Soetanto, D., & Jack, S. L. (2023). Beyond ambidexterity: Universities and their changing roles in driving regional development in challenging times. *The Journal of Technology Transfer*, 48(6), 2054-2073. <https://doi.org/10.1007/s10961-022-09992-4>
- Tonon Ordóñez, L. B., & Sánchez Fontana, W. M. (2020). Señalización y el éxito de las campañas de crowdfunding latinoamericano. *Retos*, 10(19), 99-116. <https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.06>
- Tu, S., Li, C., & Shepherd, B. E. (2024). *Between- and Within-Cluster Spearman Rank Correlations* (Versión 1). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2402.11341>
- Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., & González-Ibarra, J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: El rol de la formación y la educación en emprendimiento. *Revista Complutense de Educación*, 33(1), 167-176. <https://doi.org/10.5209/rced.73888>
- Vallejo Lopez, A., Daher, J., & Rincón, T. (2020). Investigación y creatividad para el desarrollo de competencias científicas en estudiantes universitarios de la salud. *Educación Médica Superior*, 34(3), 1-15.



- Vásquez-Pauca, M. A., Zuñiga Vasquez, M. E., Castillo-Acobo, R. Y., & Arias Gonzáles, J. L. (2022). Factors that influence the decision of Peruvian women to become entrepreneurs. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 8), 1036-1047. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.20>
- Vasquez-Rueda, L., Ovalles-Toledo, L. V., & Meriño, V. H. (2022). Emprendimiento Universitario desde una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100). <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.24>
- Vivekananth, S., Indiran, L., Universiti Teknologi Malaysia, Abdul Kohar, U. H., & Universiti Teknologi Malaysia. (2023). The Influence of Entrepreneurship Education on University Students' Entrepreneurship Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Journal of Technical Education and Training*, 15(4). <https://doi.org/10.30880/jtet.2023.15.04.011>
- Wagino, W., Maksum, H., Purwanto, W., Krismadinata, K., Suhendar, S., & Koto, R. D. (2023). Exploring the Full Potential of Collaborative Learning and E-Learning Environments in Universities: A Systematic Review. *TEM Journal*, 1772-1785. <https://doi.org/10.18421/TEM123-60>
- Walia, C. (2019). A Dynamic Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 31(3), 237-247. <https://doi.org/10.1080/10400419.2019.1641787>
- Walpole, R., Myers, S. L., & Ye, K. (2022). *Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias*. Pearson Educación. <https://ebooks724.usil.elogim.com:443/?il=25575&pg=1>
- Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. En *International Journal of Management Education* (Vol. 20, Número 2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>
- Wang, H. (2024). Research on the practice of innovation and entrepreneurship education in universities under the environment of big data. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 20230094. <https://doi.org/10.2478/amns.2023.1.00094>
- Wang, J., & Shibayama, S. (2022). Mentorship and creativity: Effects of mentor creativity and mentoring style. *Research Policy*, 51(3), 104451. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104451>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). Does Digital Entrepreneurship Education Matter for Students' Digital Entrepreneurial Intentions? The Mediating Role of Entrepreneurial Alertness. En *Cogent Education* (Vol. 10, Número 1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>
- Xu, J., Zhao, S., & Gu, Y. (2024). A Study of Innovative Entrepreneurial Behavior of College Students under Algorithmic Recommendation. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 20240274. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0274>
- Yu, H., & Hutson, A. D. (2020). A Robust Spearman Correlation Coefficient Permutation Test (Versión 1). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2008.01200>
- Yuni, J., & Urbano, C. (2020). *Metodología y técnicas para investigar: Recursos para la elaboración de proyectos, análisis de datos y redacción científica*. Editorial Brujas.
- Zhu, Z., Cui, S., Wang, Y., & Zhu, Z. (2022). Exploration on the collaborative relationship between government, industry, and university from the perspective of collaborative innovation. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 7(2), 903-912. <https://doi.org/10.2478/amns.2021.2.00174>