

*Artículo original*

## La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

### Creativity and business innovation: Which is the most influential in business growth

*Ascención Américo Flores Flores<sup>4</sup>*  
[orcid.org/0000-0001-9426-5357](https://orcid.org/0000-0001-9426-5357)

*Rosa Mardely Roque Lanchipa<sup>5</sup>*  
[orcid.org/0000-0001-9661-280X](https://orcid.org/0000-0001-9661-280X)

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

#### Resumen

En un mercado altamente competitivo donde los negocios compiten por liderar y sostenerse de manera exitosa, es relevante investigar sobre el rol de las variables creatividad e innovación en los negocios. En ese sentido, el objetivo principal de este estudio es determinar entre la creatividad y la innovación empresarial, cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios. Es una investigación de tipo no experimental, con diseño de investigación asociativo y explicativo, de naturaleza transversal con un enfoque cuantitativo. El estudio se llevó a cabo en una muestra no aleatoria de 113 estudiantes que representan a los emprendedores en formación en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. Para este estudio se aplicaron cuestionarios con escala de Lickert. La confiabilidad de los instrumentos fue alta, con valores de alfa de (0.803) para la creatividad y de (0.858) para la innovación. Dentro del estudio se analizaron dos variables independientes denominadas creatividad e innovación, en relación con la variable crecimiento de los negocios. Los resultados indican que las tres variables están asociadas de manera significativa y que el modelo explica el 62.9% la variabilidad del crecimiento de los negocios. Finalmente, se concluye que el factor impulsor más influyente sobre el crecimiento de los negocios es la innovación empresarial con un beta estandarizado de ( $\beta=47.4\%$ ).

---

<sup>4</sup> Doctor en Administración. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. ameflores@virtual.upt.pe

<sup>5</sup> Maestra en Contabilidad, Tributación y Auditoría. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. rosroque@virtual.upt.pe



## *La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

**Palabras claves:** Creatividad, innovación, crecimiento de los negocios, emprendimiento, competitividad.

### Abstract

In a highly competitive market where businesses compete to lead and sustain themselves successfully, it is relevant to investigate the role of the creativity and innovation variables in business. In this sense, the main objective of this study is to determine between creativity and business innovation, which is the most influential in business growth. It is a non-experimental research, with an associative and explanatory research design, of a transversal nature with a quantitative approach. The study was carried out in a non-random sample of 113 students who represent entrepreneurs in training at the Faculty of Business Sciences of the Private University of Tacna. For this study, questionnaires with a Likert scale were applied. The reliability of the instruments was high, with alpha values of (0.803) for creativity and (0.858) for innovation. Within the study, two independent variables called creativity and innovation were analyzed, in relation to the business growth variable. The results indicate that the three variables are significantly associated and that the model explains 62.9% of the variability in business growth. Finally, it is concluded that the most influential driving factor on economic growth is business innovation with a standardized beta of ( $\beta=47.4\%$ ).

**Keywords:** Creativity, innovation, business growth, entrepreneurship.

### Introducción

En la actualidad, la creatividad e innovación empresarial constituyen dos factores cruciales en el crecimiento de los negocios. Es un tema muy importante en la medida que contribuye con el desarrollo comercial, económico y financiero de las microempresas que incursionan en nuevos mercados. La creatividad e innovación son dos factores que aseguran el éxito empresarial, a través del mejoramiento de la competitividad y la fidelización de los clientes. Innovar los procesos productivos, los sistemas de comercialización, y el modelo de gestión del negocio, son claves para el crecimiento de la microempresa en el mercado. En ese sentido, los emprendedores le asignan vital importancia al impacto que tienen en los negocios la creatividad y la innovación. La innovación es un elemento esencial en la generación de ventajas competitivas de las empresas y también está comprobado su efecto positivo en la productividad de las mismas (Rodríguez, 2022). Sin embargo, actualmente existe muy poca información sobre el nivel de impacto que tienen la creatividad y la innovación empresarial el crecimiento de los negocios que se inician e incursionan en mercados competitivos. Es preciso conocer de quienes se forman como futuros emprendedores, cómo perciben desde su visión empresarial la incidencia que tienen la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios. Desde esa perspectiva, el estudio busca dar respuestas a las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el factor que tiene mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios?, ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la creatividad, la innovación empresarial y el crecimiento de un negocio? El objetivo de este trabajo es brindar conocimientos en este campo donde la pluralidad de

## *La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

opiniones, la dispersión de la información y la naturaleza compleja del problema generan que la respuesta a estas preguntas sea difícil de definir. Las conclusiones del estudio permitirán tener clara la idea de cómo perciben los potenciales emprendedores a la creatividad e innovación como factores impulsores del crecimiento de los negocios. En el estudio se propone un modelo teórico que comprende tres variables, dos exógenas como la creatividad e innovación y una endógena como el crecimiento de los negocios. Con un análisis estadístico de regresión lineal múltiple, se determinará el orden de trascendencia y el nivel de influencia que tienen la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios. Para lo cual se estructuró el artículo en cuatro secciones, la primera explica la importancia del tema, en una segunda sección esta la metodología requerida, luego se plantean los hallazgos del estudio y finalmente se formularon las conclusiones sobre los resultados obtenidos. La metodología del estudio fue cuantitativa, con pruebas y análisis estadísticos.

### **Revisión de literatura**

#### **1. La creatividad y el crecimiento del negocio**

Zuñiga et al. (2018), sostienen que, la creatividad a nivel empresarial significa crear alternativas novedosas que favorecen la mejora continua de las empresas a partir de inferir los cambios a realizar. Desde esta perspectiva, se podría inferir que, la creatividad a nivel empresarial, es la característica particular con la que cada empresa se hace visible en los mercados nacionales o internacionales. Romero,(2005) considera que la creatividad es, simplemente, la capacidad de crear. Al nivel más simple, es hacer surgir algo que no existía antes. No debe ser algo obvio ni fácil, sino exclusivo y raro, algo nuevo, que añade valor, que es sorprendente e inesperado. La creatividad es una habilidad con la que cuentan los seres humanos para la generación de ideas, soluciones de problemas u ofrecer diferentes interpretaciones o salidas a realidades socioeconómicas, sociales y contextuales diversas. Aranibar Ramos & Villavicencio Luna, (2022) consideran que la creatividad debe comprenderse como un lineamiento orientado hacia la generación de ideas y rutas. La creatividad a nivel empresarial crea alternativas novedosas que favorecen la mejora continua de las empresas a partir de inferir los cambios a realizar. La creatividad es un proceso mental humano que busca el desarrollo de una idea (Gluck, 2002). Es decir la creatividad, es como una idealización de cómo se piensa en mantener la empresa a niveles competitivos altos, mientras que la innovación, es fundamental porque cristaliza esas ideas originales o auténticas, en productos, bienes, servicios o políticas tangibles. Para crear una empresa, se tienen que buscar experiencias relevantes y acumular conocimientos con el fin de emprender su propia aventura

Considerando lo anterior, se propone la siguiente hipótesis:

H 1. La creatividad se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

## 2. La Innovación y crecimiento del negocio

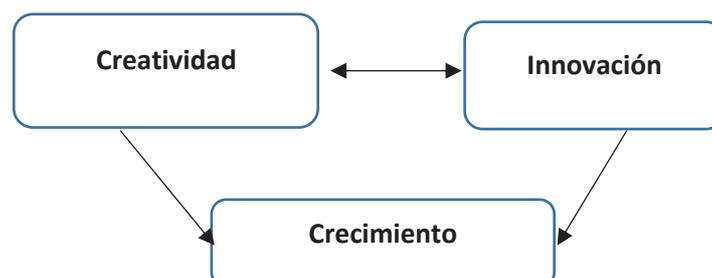
Jardón (2011), sostiene que toda empresa para ser competitiva tiene que generar innovaciones, es decir, ser capaz de introducir nuevos productos, nuevas prácticas, nuevas tecnologías o nuevas formas de organización. La innovación se define como la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas del presente. En la situación actual es vista como un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer el desarrollo sostenible en los territorios. Hernández-Fuentes<sup>1</sup> & Sánchez-Mojica, (2017) sostienen que es importante que las personas en una empresa comprendan que los resultados dependen del grado de innovación de los procesos que lideran e influyen positivamente en el rendimiento del negocio. Cuando una empresa innova, puede mejorar sus productos, procesos o metodologías existentes, o puede crear otros nuevos desde cero. La innovación determina cada vez más el crecimiento sostenido de las empresas. Éstas invierten en innovación porque la innovación representa la mejor oportunidad para aumentar cuota de mercado, reducir costes de producción y por ende incrementar los beneficios, lo que se traduce en mayor competitividad (Pertuz Peralta & Pérez Orozco, 2016). La innovación empresarial es el acto de introducir algo nuevo en una empresa, ya sea un nuevo producto, una nueva estrategia de mercado, un nuevo método, etc., para revitalizar la empresa y promover un nuevo valor y crecimiento. La innovación empresarial contribuye a que las organizaciones sean más competitivas, eficientes, mejoren sus resultados y se adelanten a las necesidades del mercado. La innovación en una empresa es fundamental para ser más eficientes, dar respuesta a las necesidades de los consumidores y aportar un nuevo valor. Es importante que las personas en una empresa comprendan que los resultados también dependen del grado de innovación de los procesos que lideran e influyen positivamente en el rendimiento del negocio (Rangus, & Slavec, 2017). La innovación empresarial consiste en crear nuevos productos o servicios que den respuesta a una necesidad, mejorar los existentes o proponer cualquier cambio en el modelo de negocio existente para que se ajuste mejor a las necesidades de los consumidores o aporte mayores ganancias. De esta forma, se posee una ventaja ante la competencia.

Dada la evidencia presentada anteriormente, se plantea la siguiente hipótesis:

H 2: La innovación se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

La siguiente figura representa, en forma integrada el conjunto de hipótesis de la investigación.

Figura 1: Modelo de investigación



### **3. Metodología**

#### **3.1. Tipo y Diseño de investigación.**

Se realizó un estudio cuantitativo del tipo no experimental con diseño transversal. La finalidad es determinar desde la perspectiva de los emprendedores, en qué medida influyen los factores de creatividad y la innovación en la sostenibilidad y crecimiento de los negocios en mercados competitivos.

#### **3.2. Muestra**

Una muestra es representativa cuando fue seleccionada al azar, donde, todos los sujetos de la población, tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionado (Otzen & Manterola, 2017). En este caso se aplicó el muestreo por conveniencia dada la naturaleza de la población en estudio. La población estuvo compuesta por 650 estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. La muestra de estudio, fue elegida por conveniencia considerando a los estudiantes comprendidos en el noveno y décimo ciclo de estudios. Para la presente investigación, se incluyeron a los 113 estudiantes que se forman como emprendedores de negocios y gestores de empresas. La muestra estuvo compuesta por estudiantes de las Escuelas Profesionales de Ingeniería Comercial, Contabilidad y Administración de negocios. La recopilación de datos se llevó a cabo el 2023.

#### **3.3. Instrumento**

Los instrumentos son medios que se utilizan como una herramienta que ayuda al proceso de recolección de datos y como un mecanismo para los cambios y acercamiento entre los objetivos y la realidad (Alegre Brítez, 2022). En cuanto a la técnica aplicada para la recolección de datos de campo, fue la encuesta, y en cuanto al instrumento, se utilizó el cuestionario que fue diseñado para analizar las variables creatividad, innovación y crecimiento de los negocios. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert, con cinco opciones de respuesta: Nunca (valor 1), a veces (valor 2), frecuentemente (valor 3), casi siempre (valor 4) y siempre (valor 5). Para el análisis de las variables se consideró tres niveles, para lo cual se propuso una escala, obtenida de la sumatoria de cada variable, utilizando los criterios de baja, moderada y alta. El cuestionario fue enviado en línea a los encuestados, pertenecientes a las carreras profesionales de Contabilidad, Ingeniería Comercial, Administración de Negocios Internacionales.

#### **3.4. Análisis de datos**

La investigación en las diferentes áreas del conocimiento abarca el análisis de variables a través de diferentes técnicas estadísticas dependiendo del tipo de variables y del tamaño de la muestra. El proceso de investigación incluye el concepto de variable y el tipo de medida que el investigador utiliza (Santos Curado et al., 2013). En el estudio, se recolectaron los datos, y se realizó el análisis descriptivo, con la finalidad de identificar los niveles predominantes de cada variable. Se desarrolló un análisis

## *La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

estadístico bivariado, para conocer el sentido y la intensidad de relación que existe entre las variables creatividad, innovación con el crecimiento de los negocios. Se profundizó el estudio, desarrollando el análisis de regresión lineal múltiple, orientada a determinar la variable que tiene la mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios. El modelo teórico conceptual propuesto se compone de tres variables, la creatividad, la innovación y el crecimiento de los negocios. Para el análisis estadístico se utilizó el Programa SPSS versión 26, el cual brindó los resultados descriptivos y las relaciones entre las variables.

### **3.5. Confiabilidad**

La confiabilidad o fiabilidad, se refiere a la consistencia o estabilidad de una medida. La confiabilidad se refiere a la exactitud con que un instrumento de medida mide lo que mide (Virla, 2010). Para el análisis de confiabilidad del instrumento se utilizó el criterio de homogeneidad o consistencia interna de los ítems, para lo cual se utilizó como indicador el coeficiente de alfa de Cronbach.

**Tabla 1**  
*Análisis de confiabilidad*

| <b>Factores de crecimiento</b> | <b>f</b> | <b>Alfa</b> |
|--------------------------------|----------|-------------|
| Creatividad                    | 4        | 0.803       |
| Innovación                     | 4        | 0.858       |
| Crecimiento                    | 4        | 0.849       |
| Cuestionario complete          | 12       | 0.921       |

Nota: Elaboración propia

La Tabla 1 muestra los resultados de la evaluación de la confiabilidad del instrumento utilizando el coeficiente Alfa propuesto por Lee de Cronbach como medida. Una observación crítica a destacar es que todos los coeficientes superan el nivel mínimo del estándar de ( $\alpha \geq 0,70$ ), lo que indica que existe una alta confiabilidad y que el instrumento puede utilizarse sin eliminar ítems o modificarlos. Específicamente, la innovación empresarial, fue la que logró el coeficiente más alto (0,858).

### **Resultados**

#### **La creatividad empresarial en los negocios**

El análisis de los niveles de percepción que tiene el encuestado sobre el nivel de explicación que tendría la creatividad sobre el éxito en el crecimiento en los negocios, se puede ver en la Tabla 2. La creatividad ha sido descrita en tres niveles, bajo, regular y alto. El 31% de los encuestados consideran que el nivel de explicación que tendría la creatividad sobre el crecimiento de los negocios es bajo, el 47.8% considera que es regular y el 21.2% sostienen que es alto. Estos resultados nos permiten deducir que existe una importante consideración sobre el rol que cumple la creatividad el crecimiento de los negocios. En el proceso de generación y desarrollo de un negocio, la

*La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

creatividad es un factor impulsor clave en su crecimiento. Si integramos el nivel regular y el alto, se tendría que el 69% de los encuestados estarían confirmando que la creatividad es indispensable en toda actividad empresarial que tiene como finalidad crecer exitosamente. De lo descrito, se puede concluir que en el perfil de los emprendedores cumple una función especial el desarrollo de la habilidad creatividad en la gestión y crecimiento de los negocios.

**Tabla 2**

*Nivel de explicación de la creatividad sobre el crecimiento de los negocios*

| Niveles                      | fi  | %     |
|------------------------------|-----|-------|
| Bajo nivel de explicación    | 35  | 31,0  |
| Regular nivel de explicación | 54  | 47.8  |
| Alto nivel de explicación    | 24  | 21.2  |
| Total                        | 113 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

**La innovación empresarial n los negocios**

El análisis de los niveles de percepción que tiene el encuestado sobre el nivel de explicación que tendría la innovación sobre el éxito en el crecimiento en los negocios, se puede ver en la Tabla 3. La innovación ha sido analizada en tres niveles, bajo, regular y alto. El 20.4% de los encuestados consideran que el nivel de explicación que tendría la innovación sobre el crecimiento de los negocios es bajo, el 55.8% considera que es regular y el 23.8% sostienen que es alto. Estos resultados nos permiten deducir que existe una importante consideración sobre el rol que cumple la innovación empresarial en el crecimiento de los negocios. En el proceso de generación y desarrollo de un negocio, la innovación es un factor impulsor clave en su crecimiento. Si integramos el nivel regular y el alto, se tendría que el 79.6% de los encuestados estarían confirmando que la innovación empresarial es indispensable en toda actividad empresarial que tiene como finalidad crecer exitosamente. De lo descrito, se puede concluir que en el perfil de los emprendedores es vital el desarrollo de la habilidad innovadora en la gestión y crecimiento de los negocios.

**Tabla 3**

*Nivel de explicación de la innovación empresarial en el crecimiento de los negocios*

| Niveles                      | f   | %     |
|------------------------------|-----|-------|
| Baja nivel de explicación    | 23  | 20,4  |
| Regular nivel de explicación | 63  | 55.8  |
| Alto nivel de explicación    | 27  | 23.8  |
| Total                        | 113 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

### Pruebas de asociación

Habiendo analizado los niveles de explicación que presenta la creatividad y la innovación empresarial en el éxito del crecimiento de los negocios, y habiendo comprobado que las distribuciones de los datos de las variables creatividad, innovación y crecimiento de los negocios, tienen un p\_valor menor del 5%, con prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirniiov, el resultado nos indica que los datos no siguen una distribución normal, por lo que procede la aplicación de la prueba estadística de chi cuadrado, con la finalidad de determinar los niveles de asociación que existen entre ellas y con el crecimiento económico. En tal sentido, con el estadístico, chi cuadrado, se conocerá si la creatividad o la innovación empresarial es la que mejor asociada se encuentra con el crecimiento de los negocios. La Tabla 4, muestra los resultados de la aplicación de la prueba Chi cuadrado. En primer lugar, se observa que el valor de chi cuadrado de la creatividad empresarial ( $\chi^2=47,571$ ), es menor que el valor chi cuadrado ( $\chi^2=78,636$ ) de la innovación empresarial. Esta diferencia nos indica que la innovación empresarial es la que mejor asociada se encuentra con el éxito en el crecimiento de los negocios. Asimismo, se observa que los p\_valor de los dos factores son menores que el nivel de significancia del 5%. Lo cual significa que ambas distribuciones se encuentran asociadas significativamente con el crecimiento en los negocios. Interpretando estos resultados, nos indica que actualmente el crecimiento de los negocios, dependen del factor innovación como clave para mejorar la competitividad y favorecer el desarrollo sostenible del rendimiento de los negocios.

**Tabla 4**

*Prueba de asociación*

|                         | <b>Factores</b> | <b>Prueba Chi cuadrado</b> | <b>p-valor</b> | <b>Sig.</b> | <b>Contraste</b>  |
|-------------------------|-----------------|----------------------------|----------------|-------------|-------------------|
| Crecimiento de negocios | Creatividad     | 47,571                     | 0.000          | 0.05        | Existe asociación |
|                         | Innovación      | 78,636                     | 0.000          | 0.05        | Existe asociación |

Fuente: Elaboración propia

### Prueba para determinar nivel de relación e intensidad

El nivel de asociación es un indicador estadístico importante, que revela que la innovación es el primero que los emprendedores deben vigilar en el proceso de crecimiento de los negocios. Pero no nos indica la dirección ni la intensidad de la relación. Para tal efecto es relevante, calcular los coeficientes de correlación. Los datos de la Tabla 5, nos permite conocer que la relación es positiva y la intensidad es alta y significativa. El coeficiente Rho de Spearman de creatividad (Rho=0.575, Sig.=0.000), y la innovación empresarial (Rho=0.771, Sig.=0.000), nos indica que ambas variables tienen una relación positiva y fuerte con el crecimiento de los negocios. Interpretando los valores obtenidos, se aprecia que la innovación empresarial es la que destaca en nivel de intensidad, lo que implica que la innovación es valorada como factor fundamental para lograr el crecimiento sostenido de los negocios. Asimismo, es

*La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

considerada como la mejor oportunidad para incrementar los beneficios, y lograr una mayor competitividad. Por lo tanto, el éxito en el crecimiento de los negocios, va en la proporción en la que invierte en innovaciones en los diferentes sistemas que comprende el funcionamiento y desarrollo de un negocio.

**Tabla 5**  
*Correlación entre la creatividad, innovación y crecimiento de negocios*

| Variables               | Coeficiente     | Creatividad | Innovación |
|-------------------------|-----------------|-------------|------------|
| Crecimiento del negocio | Rho de Spearman | 0.575       | 0.771      |
|                         | del Sig.        | 0.000       | 0.000      |
|                         | N               | 113         | 113        |

Fuente: Elaboración propia

**Análisis de regresión múltiple**

La Tabla 6 contiene la efectividad del modelo de regresión que tiene la finalidad de estimar el nivel de explicación que cada variable aporta al éxito de crecimiento de los negocios. Los resultados nos indica que las variables independientes creatividad e innovación empresarial, están fuertemente relacionadas ( $R=0.793$ ), con el comportamiento del crecimiento de los negocios. Por otra parte, el coeficiente de determinación ( $R^2 = 0,629$ ), nos revela que el modelo explica el 62.9%, el crecimiento de los negocios y estadísticamente es significativa. Es decir, sobre lo descrito, se deduce, que la creatividad y la innovación empresarial, son dos variables significativas y parte importante del modelo. El coeficiente de Durbin Watson, expresa que el modelo es generalizable.

**Tabla 6**  
*Modelo de regresión múltiple con coeficiente de determinación*

| Modelo | R    | R cuadrado | Gl | Sig. Cambio en F | Durbin-Watson |
|--------|------|------------|----|------------------|---------------|
| 1      | .793 | .629       | 2  | 0.000            | 2.300         |

Variables predictivas: Creatividad e innovación  
Variable dependiente: Crecimiento del negocio

Fuente: Reporte visor de SPSS.26

**Determinación del poder de influencia de las variables en el modelo**

Dado la validez y significatividad estadístico del modelo, es preciso conocer cuál de las variables, creatividad e innovación, es la que realmente tiene el mayor poder de influencia sobre cómo lograr el éxito en el proceso de crecimiento de los negocios. Para tal efecto es necesario trabajar con el estadístico del coeficiente beta estandarizado

***La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios***

contenido en los resultados del análisis de regresión múltiple de la Tabla 7. Según los valores del coeficiente beta estandarizados, se observa los niveles de influencia que tiene cada variable sobre el éxito del crecimiento de los negocios. En primer lugar se encuentra variable innovación empresarial con un nivel de influencia del 47.4% (beta=0.474,  $p<0.05$ ) y en segundo lugar se ubica la creatividad con un nivel de influencia del 43.6% (beta=0.436,  $p<0.05$ ). Ambos resultados revelan el alto poder de influencia que tienen sobre la variabilidad del crecimiento de los negocios. Del análisis se deduce que el factor impulsor del crecimiento de todo negocio es la innovación empresarial, que representa la introducción de algo nuevo en el desarrollo de la empresa, que puede ser un nuevo producto, una nueva estrategia, un nuevo estilo gerencial. Este resultado confirma que la innovación es la que contribuye de manera significativa con el crecimiento de las organizaciones haciéndolas más competitivas, eficientes, y efectivas en el logro de resultados.

**Tabla 7**

*Modelo de regresión múltiple con coeficientes tipificados beta*

| Modelo        | Coeficientes no estandarizados |            | Coeficientes tipificados | t      | Sig. |
|---------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--------|------|
|               | B                              | Error típ. | Beta                     |        |      |
| (Constante)   | 23,238                         | 1,923      |                          | 12,082 | ,000 |
| 1 Creatividad | 6,466                          | 1,005      | ,436                     | 6,435  | ,000 |
| Innovación    | 8,065                          | 1,154      | ,474                     | 6,990  | ,000 |

Fuente: Elaboración propia

Se concluye el análisis, con la verificación estadística de las dos hipótesis de trabajo, con un nivel de confianza del 95%.

H 1. La creatividad se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

Se ha comprobado, que existe una moderada correlación, directa y significativa ( $Rho= 0.575$ , Sig.=0.00), entre el nivel de la creatividad empresarial y el éxito en el crecimiento de los negocios.

H 2: La innovación se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

Se ha comprobado que existe una alta correlación, directa y significativa ( $Rho= 0.771$ , Sig.=0.000), entre el nivel de la innovación empresarial y el éxito en el crecimiento de los negocios.

## Discusión

En virtud de los resultados obtenidos en esta investigación, se evidencia que ambas variables creatividad e innovación, registraron niveles de regular valoración, razón por la que es necesario precisar que los procesos de emprendimiento requieren de un urgente y extenso proceso de mejoras y ajustes. En este sentido, los hallazgos revelaron que existe una brecha importante en la incorporación y desarrollo de estrategias asociadas fundamentalmente con la innovación empresarial. La identificación y determinación de que la innovación es el factor de mayor influencia en el crecimiento de los negocios, es un aporte relevante para quienes ya lograron emprender.

Zuñiga, Castillo Toro, & Castillo Quesada, (2018), sostiene que la creatividad a nivel empresarial constituye uno de los factores impulsores, que promueve la creación de alternativas novedosas que inciden directamente en la mejora continua de las empresas haciéndolas competitivas en mercados impredecibles. Estos resultados están relacionados con los encontrados en el presente estudio, que demuestra que la creatividad empresarial tiene un alto impacto en el crecimiento de los negocios, y con la prueba alfa estandarizada se define que la generación de nuevas ideas y propuestas de creación de valor lleva a las empresas a ser más productivas y competitivas en los mercados. En ese sentido ambos aportes confirman la explicación del modelo.

También hay coincidencia con el estudio realizado por, María Jardón, (2011) quien sostiene que una de las formas que tienen los negocios para ser competitivos, es generar innovaciones, que implica introducir nuevos diseños de productos, nuevas prácticas gerenciales, nuevas tecnologías, nuevas formas de organización. Dado que en este estudio se encontró que la innovación tiene un alto impacto en el crecimiento de los negocios.

El resultado del análisis estadístico bivariado, revela que las variables creatividad e innovación están fuertemente asociadas con el crecimiento de los negocios. Así como el análisis de regresión múltiple, define que la variable de la innovación empresarial es la que mayor nivel de influencia tiene sobre el crecimiento de los negocios. Estos resultados nos permiten deducir que actualmente es imposible sobrevivir en un mercado competitivo, si los emprendedores dejan de priorizar y de implementar programas de innovación que permita que los negocios sean más eficientes, den respuesta a las necesidades de los consumidores y aporten nuevo valor.

En resumen, esta investigación contribuye con el conocimiento relacionado con la gestión empresarial de emprendedores exitosos. En tanto que su desarrollo incentivara el debate y la discusión en materia de creación, gestión y crecimiento de los negocios. Del mismo modo, los resultados de la investigación servirán de guía para los emprendedores que se inician en el campo empresarial, considerando que deben prepararse en la ciencia de la innovación, sabiendo que constituye un factor impulsor relevante para quienes buscan en el mercado que los negocios prosperen y crezcan de manera sostenida en escenarios complejos.

## Conclusiones

La creatividad y la innovación son dos factores claves en el crecimiento de los negocios, pero es la variable innovación empresarial la que tiene mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios. Este conocimiento que se suma la teoría de la gestión empresarial, demuestra que todo emprendedor que busca mejorar su competitividad y elevar su crecimiento en el mercado, tiene que implementar planes, programas y estrategias que redundan en la innovación empresarial.

Ambas variables tanto la creatividad como la innovación, están fuertemente asociadas, lo cual indica que los emprendedores para lograr el éxito en los negocios, es importante fortalecer la relación creatividad e innovación. Ambas se complementan, no habrá éxito empresarial, si en el inicio de un negocio no se utilizan estas dos poderosas herramientas.

Todos los negocios, sin importar el tipo de actividad económica que realicen, dependen de la calidad de propuestas de innovación empresarial que apliquen para liderar en el mercado. Es evidente para los emprendedores en formación reconocer que la innovación empresarial es la más influyente en el crecimiento de los negocios.

La investigación comprueba que el nivel de influencia que tiene la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios, es bastante alta y significativa ( $R^2= 62.9\%$ ), lo cual demuestra que, tanto la creatividad, como la innovación tienen incidencia directa en el inicio, crecimiento y desarrollo de los negocios en mercados cambiantes y altamente competitivos.

La innovación es el camino clave para potenciar los procesos de gestión de negocios elevando las posibilidades de éxito empresarial. La creatividad significa plasmar una idea en la realidad y la innovación significa la actualización y transformación permanente de esa idea en la realidad. Los resultados de la investigación permiten confirmar, que los negocios que compiten basados en la innovación, son aquellos que tendrán elevadas probabilidades de ser exitosos y liderar en el mercado altamente competitivo.

## Referencias

- Alegre Brítez, M. Á. (2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual. *Población y Desarrollo*, 28(54), 93–100. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093>
- Aranibar Ramos, E., & Villavicencio Luna, E. (2022). Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(4), 310–322. doi:. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>.
- Gluck, j. e. (2002). Cómo los creativos definen la creatividad: las definiciones reflejan diferentes tipos de creatividad. *Revista de investigación de creatividad*, 55–67.

*La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios*

- Hernández–Fuentes<sup>1</sup>, S., & Sánchez–Mojica, K. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial. *Investigación y desarrollo*, 8(1), Pag. 23–33. doi:doi: 10.19053/20278306.v8.n1.2017.7368
- Jardón, C. M. (2011). Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia. *EURE*, 37(112), 115–139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19619852006>
- Kuratko, D. y Audretsch, D. (2009). Strategic Entrepreneurship: Exploring Perspectives an emerging Concept. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (1), 1–17. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00278.x>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pertuz Peralta, V., & Pérez Orozco, A. (2016). Educación, ciencia, tecnología e innovación en Colombia: avances y retos del periodo 1996–2016. *Andina de estudios políticos*, 6(2), pp.92–116.
- Rodríguez, L. del C. R. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*, 7(19 enero–abril), Article 19 enero–abril. <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.133>
- Romero, A. F. (2005). CREATIVIDADE INNOVACIÓNEN EMPRESASY ORGANIZACIONES. Argentina: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Santos Curado, M. A., Vitorino Teles, J. M., & Marôco, J. (2013). Análisis estadístico de escalas ordinales: Aplicaciones en el Área de Salud infantil y Pediatría. *Enfermería Global*, 12(30), 434–445.
- Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248–252.
- Zuñiga, E. C., Castillo Toro, J., & Castillo Quesada, N. (enero–junio de 2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*(No.19 |), pp. 55–65. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2363>