

**DOI:** <https://doi.org/10.46296/rc.v7i14edespnov.0296>

## **Pensamiento creativo como herramienta para impulsar al emprendedor universitario**

### **Creative thinking as a tool to boost university entrepreneurship**

**Mendoza-Zambrano María Guadalupe**

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador.  
Correo: [guadalupe.mendoza@uleam.edu.ec](mailto:guadalupe.mendoza@uleam.edu.ec)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6193-8439>

**Vélez-Falcones Ana Cecilia**

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador.  
Correo: [anac.velez@uleam.edu.ec](mailto:anac.velez@uleam.edu.ec)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7835-7075>

**Salazar-Olives Gladys Germania**

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador.  
Correo: [doctoradosinternacionales@fces.luz.edu.ve](mailto:doctoradosinternacionales@fces.luz.edu.ve)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4684-4324>

**Meza-Montes Jéssica Katherine**

Docente de la Escuela de Educación General  
Básica Superior "Dr. Jaime Viteri Silva". Pedernales, Ecuador.  
Correo: [jessicak.meza@educacion.gob.ec](mailto:jessicak.meza@educacion.gob.ec)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8378-6007>

**Meza-Montes Fernando Javier**

Docente de la Unidad Educativa Fiscal "Uruguay". Portoviejo, Ecuador.  
Correo: [fernandomezamontes@hotmail.com](mailto:fernandomezamontes@hotmail.com)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-4383-6408>

## **RESUMEN**

En una sociedad altamente competitiva y globalizada hay distintos tipos de mercados. Por tal, razón los líderes de éxito con espíritu creativo e inspirador presentan a sus empresas diferentes productos de acuerdo con la necesidad actual. Conocen los factores que aceleran, así como frenan el éxito, y dependiendo de su eficiencia se le asigna actividades que mejor puedan desarrollar. El objetivo de la investigación es determinar la percepción de los estudiantes de nivel superior respecto al emprendimiento. El enfoque utilizado es de naturaleza mixta, el tipo de estudio es descriptivo y el diseño es no experimental. Los métodos científicos utilizados permitieron a los investigadores acercarse al objeto de estudio, y mediante el uso de técnicas e instrumentos se obtuvo un valor de 0,80 como resultado en el Alfa de Cronbach respaldando así la idoneidad en su implementación. La población y la muestra de estudio estuvo formada por 91 participantes. Actualmente hay muchas industrias compitiendo por la atención de los clientes, ganarse la lealtad del público requiere rapidez en la resolución de las demandas y un plus de valor que se aporta al tener creatividad. Desarrollar un pensamiento creativo es vital para sobresalir y crear popularidad en el mercado, dependiendo así, del nivel de importancia que se le asigne para su desarrollo y productividad con el fin de hacerlos más sobresalientes.

### **Información del manuscrito:**

**Fecha de recepción:** 19 de agosto de 2024.

**Fecha de aceptación:** 21 de octubre de 2024.

**Fecha de publicación:** 29 de noviembre de 2024.



**Palabras claves:** Autoformación, Cultura innovadora, Formación profesional, Habilidades creativas, Inteligencia emocional.

## ABSTRACT

In a highly competitive and globalized society there are different types of markets. For this reason, successful leaders with a creative and inspiring spirit present their companies with different products according to the current needs. They know the factors that accelerate as well as slow down success, and depending on their efficiency they are assigned activities that they can best develop. The objective of the research is to determine the perception of higher level students regarding entrepreneurship. The approach used is of a mixed nature, the type of study is descriptive and the design is non-experimental. The scientific methods used allowed the researchers to approach the object of study, and through the use of techniques and instruments a value of 0.80 was obtained as a result in Cronbach's Alpha thus supporting the suitability in its implementation. The study population and sample consisted of 91 participants. Currently there are many industries competing for the attention of customers, gaining the loyalty of the public requires speed in the resolution of demands and a plus of value that is provided by having creativity. Developing creative thinking is vital to stand out and create popularity in the market, depending on the level of importance assigned to its development and productivity in order to make them more outstanding.

**Keywords:** Self-training, Innovative culture, Professional training, Creative skills, Emotional intelligence.

## 1. INTRODUCCIÓN

En un entorno globalizado caracterizado por los acelerados cambios, es crucial que los empresarios desarrollen estrategias efectivas para asegurar la rentabilidad y el crecimiento de sus organizaciones. Y para lograrlo se debe fomentar la creatividad desde los primeros años de educación y deberá ser reforzado en los niveles superiores como universidad, posgrado- doctorados. Para Posligua (2017), “el desarrollo de la creatividad tiene que salir del marco de la capacidad en conocimientos y penetrar con mayor fuerza en la dimensión del pensamiento, calidad del contacto entre el estudiante, docente y la institución” (p.1039). Evitando así limitar la capacidad de los jóvenes con sistemas educativos rígidos que imponen respuestas predefinidas.

Es crucial que el ministerio de educación fomente en las instituciones educativas una mentalidad abierta hacia un mundo lleno de oportunidades y desafíos. Permitiéndoles a los estudiantes desarrollar la expresión creativa de acuerdo con la edad y su entorno asumiendo así, una actitud emprendedora que les permitirá

innovar y mejorar la sociedad de la que forman parte. En ese sentido Vásquez (2021), “el sistema educativo debe estar orientado a preparar a los estudiantes para el futuro, educándolos según las necesidades individuales” (p. 117). El empleo del pensamiento creativo en la educación es crucial y debe considerarse una herramienta indispensable para el proceso de enseñanza -aprendizaje, el avance cultural, social y organizacional.

La universidad como generadora de conocimiento y base de preparación profesional deben promover cursos basados en metodologías y estrategias que logren despertar las habilidades creativas y reflexivas de los estudiantes ante la realidad actual. Para alcanzar el éxito profesional, es necesario formar una cultura emprendedora con visión empresarial, potenciando lo educativo como lo científico a partir de modelos propuestos por competencias. Con el propósito de capacitar a los graduados universitarios con las competencias necesarias para iniciar nuevos emprendimientos una vez concluidos sus estudios. Como explican Marrero et al., (2018).

La enseñanza superior debe asumir una responsabilidad académica diferente a la tradicional y construir un proyecto novedoso que incluya el desarrollo teórico, la integración de las funciones sustantivas, los planteamientos curriculares, el énfasis en la formación docente y los aspectos didácticos (p. 8).

En el ámbito laboral, pensar de forma creativa significa encontrar nuevas formas de comunicación, mejorar las prácticas de trabajo y aplicar soluciones innovadoras. Esto fortalecerá el potencial de liderazgo para dirigir equipos exitosos y fomentar una actitud emprendedora, utilizando la imaginación y la intuición para generar resultados. Panata (2016) mencionan que, “el talento creativo de los seres humanos se ha constituido en el núcleo básico de los procesos de desarrollo, los cuales son el resultado de nuestras capacidades contribuyendo al progreso del individuo y de la humanidad en general” (p. 4).

El desarrollo de la formación de emprendedores en el ámbito educativo ayudará a que los estudiantes tengan una mejor visión del mercado laboral. Estos jóvenes serán independientes, innovadores, creativos y automotivados, capaces de cuestionar las normas establecidas y alcanzar las metas personales a través de sus propias acciones. Como indican Hernández et al., (2017), “requiere de

educadores de estrategias educativas audaces, que formen en el estudiante una visión estratégica de los retos y oportunidades que ayude a identificar y cumplir objetivos, y a mantener la motivación para lograr el éxito en las tareas emprendidas” (p. 10). También permitirá al docente tener múltiples maneras de impartir su contenido, facilitando que los estudiantes lo asimilen de manera significativa.

este estudio aporta a la investigación de la Universidad Laíca Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales; Titulado: “Estudio de emprendimiento y negocios populares, como estrategia para fomentar el desarrollo económico, zona 4, caso Pedernales”. A partir de los referentes teóricos, el presente trabajo hace referencia a las necesidades actuales de las empresas y proporciona nuevas herramientas que los estudiantes podrán utilizar en sus puestos de trabajo, considerando la trascendencia y el alcance social, capaces de atender las necesidades humanas, organizacionales, políticas y económicas del desarrollo: por tal motivo el objetivo del estudio fue evaluar el impacto de la creatividad en las capacidades emprendedoras como herramienta clave para el desarrollo creativo de estudiantes de la Universidad Laíca Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales, mediante el pensamiento creativo.

### **Desarrollo del pensamiento creativo**

El pensamiento creativo, son todas las capacidades, competencias y actitudes que posee el ser humano en todas las áreas, las cuales lo diferencian de los demás. Al desarrollar estas habilidades, el estudiante actuará de manera coherente y sensata en cualquier situación. Está relacionado con el proceso de resiliencia personal y social. Independientemente de la edad u ocupación, estas habilidades se manifiestan de diversas maneras, siendo el entorno laboral uno de los más destacados. Así mismo, confirman Sonsoles y Gultural (1995), “el pensamiento creativo es la capacidad de dejar que su mente cree pensamientos que resulten diferentes e inusuales” (p. 2).

El pensamiento creativo, actúa liberando la mente de ideas obsoletas, permitiendo así, la estimulación y generación de nuevas. Explora, buscando nuevas conexiones y encontrando múltiples soluciones al observar desde diversas perspectivas. Permite superar los límites convencionales y lógicos,

hallando soluciones originales a distintas situaciones y mejorando la calidad de vida al lograr un impacto positivo. Desde la perspectiva de Urbina (2003), “el pensamiento creativo, se pone en acción cada vez que el individuo se encuentra ante un determinado problema, que requiere de él una resolución, que emane de un conocimiento sensible y una flexibilidad mental” (p. 23).

El pensamiento creativo, es un proceso dinámico que se centra en buscar soluciones utilizando diversas técnicas y enfoques para superar las limitaciones del pensamiento convencional. Junto con la comunicación, es esencial para desarrollar equipos de trabajo altamente efectivos. Este proceso ayuda a las personas a organizar su proceso psicológico, permitiéndoles demostrar un comportamiento original y auténtico frente a situaciones difíciles de la vida. Como lo propone Hernández et al., (2018), “el pensamiento creativo no sigue un proceso lógico, ordenado y sistemático; sigue un camino que al inicio es incierto y desordenado, con idas y vueltas” (p. 9).

El pensamiento creativo, es un proceso constructivo y productivo que se basa en la realidad y está vinculado a la creación de algo valioso, así como a la capacidad de descubrir nuevas y mejores formas de hacer las cosas. El individuo desarrolla un lenguaje personal, único e innovador que se adapta a diversas circunstancias y perspectivas al enfrentar nuevos desafíos. Para, Varías (2022), “el pensamiento creativo se conceptualiza y puede ser adquirido, practicado y utilizado por cualquier persona para enfrentar diversas situaciones” (p. 43).

### **Factores que intervienen en el pensamiento creativo**

El pensamiento creativo abarca aspectos cognitivos, volitivos y afectivos, todos ellos relacionados con la personalidad, la influencia del entorno social y el estado emocional. Esta habilidad puede desarrollarse mediante la práctica, porque, al igual que cualquier otra destreza, es posible aprenderla y fortalecerla con el tiempo. Los autores de este artículo coinciden con la acepción de Vélez et al., (2022). Un enfoque integral en el desarrollo de un estudiante, que abarque aspectos físicos, motrices, cognitivos, emocionales y sociales, asegura un aprendizaje profundo y significativo. Este tipo de educación prepara mejor al estudiante para enfrentar los desafíos de la vida y alcanzar su máximo potencial.

Los aspectos cognitivos, se fundamentan en principios abstractos que, combinados con los atributos individuales, influyen en la forma en que cada persona piensa. Se basan en la lógica y el razonamiento, lo que permite generar ideas únicas y frescas. Aunque estos procesos mentales parecen misteriosos e inconscientes, eventualmente se manifiestan en la mente consciente. Este proceso tiene la capacidad de procesar y reformular la información de manera única, flexible y fluida. Como lo proponen Gallegos y Gorostegui (1990), “los principales procesos cognitivos inherentes a la naturaleza humana maduran de manera ordenada en el desarrollo humano y las experiencias pueden acelerar o retardar el momento que estos hagan su aparición, llevando finalmente al complejo proceso denominado Aprendizaje” (p. 31).

Los aspectos volitivos, se refieren a la capacidad del cerebro para procesar la información que recibe del entorno y gestionar adecuadamente las relaciones personales, sociales y profesional. Incluyen la curiosidad, la colaboración y una actitud positiva frente al fracaso. También ayudan a las personas a enfrentar desafíos diarios y a deshacerse de malos hábitos e ideas, buscando alternativas o respuestas innovadoras a los conflictos. Desde la posición de Celedón y Brunal (2011), “una conducta volitiva refleja la concreción de los pensamientos de una persona en actos. De esta manera, supone la libre elección de seguir o rechazar una inclinación, en una decisión en la que interviene la inteligencia” (p.178).

Los aspectos afectivos, desde su nacimiento, el ser humano está en constante interacción con la familia y el contexto social. Para desarrollar competencias intelectuales, aptitudes y habilidades, es fundamental recibir afecto, comprensión y atención de las personas que comparten sus aspiraciones, expectativas y metas. De acuerdo con Aparicio y Bazán (2008), “la afectividad es utilizada con una significación más amplia, refiriéndose a las vivencias de los individuos y a las formas de expresión más complejas y esencialmente humanas” (p.181).

### **La innovación en el ámbito del emprendimiento universitario**

El maestro tiene el papel fundamental de reconocer, estimular y recompensar el talento creativo del estudiante. Es esencial que el docente mantenga siempre un espíritu creativo y original. Con el fin de mejorar el aprendizaje y ofrecer mayores oportunidades de éxito en la vida, trascendiendo la simple repetición y

memorización hacia un proceso más reflexivo y creativo. Desde la perspectiva de Muñoz (2010), “cuando el docente aplica estrategias creativas en el aula, el estudiante adquiere un protagonismo mayor que en las metodologías tradicionales” (p. 4).

Los docentes tienen la responsabilidad de fomentar el pensamiento creativo mediante la imaginación, los eventos y las experiencias. Esto permite a los estudiantes activar sus habilidades para resolver problemas, explorando, investigando y analizando hasta desarrollar ideas innovadoras y prácticas para enfrentar problemas, tanto en los salones de clases como en otros entornos. Como indica Carranza (2021), “los docentes deben considerar que la creatividad debe ser vista como un potencial que se puede desarrollar en el proceso enseñanza aprendizaje, realizando actividades que despierten la curiosidad, la improvisación y la generación de ideas” (p. 132).

La labor pedagógica del maestro está estrechamente vinculada con la manera en que se fomenta el pensamiento creativo. La práctica desempeña un papel crucial en este tipo de pensamiento. Y es fundamental que el maestro valore este aspecto, porque no se podrá cultivar la creatividad en los jóvenes si el propio maestro no posee y desarrolla estas habilidades. En este contexto, el docente proporciona las herramientas adecuadas para que los estudiantes desarrollen su propio pensamiento.

Posligua (2017) establece que:

Es necesario que la formación que se da al estudiante sea en un entorno actualizado donde promueva el interés del mismo, sin caer en el desinterés del estudiante, así mismo ayudar al desarrollo creativo, llegar a tener una educación interactiva donde el estudiante sea el protagonista en el momento de la participación, promoviendo de esta forma su capacidad social en el entorno educativo (p. 1026).

El maestro creativo se caracteriza por mantener una cultura de innovación constante, sin descuidar el aspecto emocional. Crear un ambiente agradable para el aprendizaje. Además, debe tener claridad sobre las necesidades de sus estudiantes y, sobre todo, una profunda pasión por su labor diaria. Es importante

que, al tener confianza para aceptar los cambios, los estudiantes puedan recibir una amplia variedad de conocimientos y experiencias enriquecedoras. Delgado (2022) expone que:

Fortalecer este tipo de pensamiento hoy en día se convierte en un reto docente que nos orienta hacia una educación de calidad, donde es muy importante no sólo cuánto uno sabe o conoce, sino también si piensa y actúa de manera creativa (p. 55).

### **La creatividad como factor formativo del emprendimiento universitario**

La mayoría de los estudiantes son curiosos, investigativos o talentosos, y poseen un potencial creativo que puede variar debido a los factores biológicos, genéticos o culturales. Sin embargo, no todos logran desarrollar esta creatividad de manera que les permita resolver conflictos, encontrar múltiples soluciones o proponer diversas perspectivas para abordar una problemática. Desde la posición de Varías (2022), “el pensamiento creativo promueve la autoevaluación, hace que los estudiantes valoren sus productos y consideren al error como una fuente de aprendizaje” (p. 44).

El desarrollo de la creatividad es una habilidad clave para el crecimiento profesional de los jóvenes, porque les permite expresarse de manera personal y fomentar su pensamiento abstracto. La creatividad debe reflejarse en las producciones artísticas, del estudiante, demostrando el potencial que poseen. Explorar nuevas perspectivas creativas y la capacidad para ver el mundo de manera diferente e innovadora. Y en un futuro, al ejercer una profesión, se les facilite la interacción con los demás y las buenas relaciones laborales. Como explica Posligua (2017)

Las habilidades del pensamiento creativo constituyen hoy en día una prioridad dentro y fuera del entorno educativo por lo que se está expuesto a constantes cambios y demanda en la actualización de conocimientos, siendo inevitable la formación de habilidades y actitudes necesarias para lograr un pensamiento creativo en los estudiantes (p. 1027).

Es esencial enseñar a los jóvenes a utilizar las habilidades creativas de manera innovadora, de modo que puedan expresar preguntas, inquietudes y

aspiraciones en diversos contextos. Y les permitirá participar activamente en el proceso de aprendizaje, transformando las ideas simples en soluciones efectivas e innovadoras mediante la reflexión de experiencias, vivencias, intereses y sentimientos. A medida que se desarrolla la creatividad, se mejorarán las relaciones humanas y académicas de los estudiantes. Villegas (2021) destaca que:

En el contexto actual el estudiante requiere fortalecer el pensamiento creativo debido al avance tecnológico que influye en su aprendizaje. Este lo lleva a buscar soluciones creativas e innovadoras para llegar a ser competente y resolver situaciones de su vida cotidiana (p. 110).

Es importante tener en cuenta las características personales del estudiante, incluyendo su talento cognitivo, la capacidad creativa y la motivación. Con el fin de que, desarrollen actividades escolares, y mejoren su relación con el núcleo familiar y el entorno sociocultural. A juicio de Muñoz (2010), “de esta manera, el estudiante va construyendo los conocimientos y desarrollando habilidades mediante la búsqueda personal orientada por el docente, por lo tanto, esto resulta en un aprendizaje más atractivo y motivador” (p. 4). Con el tiempo, esto permitirá que los estudiantes confíen en sí mismos y en sus habilidades, y tomen decisiones de manera autónoma y responsable. La Tabla 1 presenta la operacionalización de la variable pensamiento creativo con sus respectivas dimensiones e indicadores.

**Tabla 1.** Operacionalización de la variable pensamiento creativo

| Dimensiones                   | Indicadores                                                          |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>Factores cognoscitivos</b> | Capacidad intuitiva.<br>Capacidad crítica.<br>Capacidad intelectual. |
| <b>Factores volitivos</b>     | Libertad.<br>Profundidad.<br>Audacia.<br>Pasión.                     |
| <b>Factores afectivos</b>     | Tenacidad.<br>Tolerancia o la frustración.<br>Capacidad de decisión. |

**Fuente:** Elaboración propia

En la operacionalización de la variable se consideraron tres dimensiones. La primera dimensión es el aspecto cognoscitivo, que se refiere a las operaciones

mentales que realiza el cerebro para procesar información y llevar a cabo funciones que permiten al ser humano enfrentar y comprender la realidad cotidiana. Esta dimensión se basa en tres indicadores que ayudan a los jóvenes a tomar decisiones lógicas en diversas circunstancias. Los indicadores se evaluaron mediante una encuesta.

La segunda dimensión se enfoca en el contexto volitivo, que se refieren a la habilidad de una persona de actuar en función de lo que comprende, es decir, su capacidad de controlar sus actos en un contexto social. Se identificaron cuatro indicadores para esta dimensión, los cuales se evaluaron mediante fichas de observación. La tercera dimensión se centra en el aspecto afectivo, que es una parte fundamental del crecimiento personal y están relacionados con los sentimientos, vivencias y emociones del ser humano. Esta dimensión se evaluó mediante una entrevista.

Las preguntas del cuestionario están diseñadas para que los individuos puedan responder a los indicadores establecidos por las dimensiones de la variable de estudio. Se administró el cuestionario a un grupo de jóvenes para recoger información sobre sus actitudes respecto a su desarrollo creativo y otras cuestiones relevantes para los investigadores. Se utilizó una escala de Likert en el cuestionario para facilitar la participación de los encuestados. La Tabla 2 muestra la distribución de los individuos por edad en la carrera de administración de empresa.

**Tabla 2.** Distribución de los estudiantes por edades de la carrera de administración

| Semestre              | Genero    |          | Total | Edades  |         |         |         |          |
|-----------------------|-----------|----------|-------|---------|---------|---------|---------|----------|
|                       | Masculino | Femenino |       | 19 años | 20 años | 21 años | 22 años | ≥35 años |
| Segundo               | 8         | 10       | 18    | 12      | 3       | 1       | 1       | 1        |
| Tercero               | 7         | 10       | 17    | -       | 13      | 2       | 1       | 1        |
| Cuarto                | 10        | 10       | 20    | 14      | 3       | 1       | 1       | 1        |
| Séptimo               | 8         | 10       | 18    | -       | 13      | 3       | 1       | 1        |
| Noveno                | 8         | 10       | 18    | -       | 13      | 3       | 1       | 1        |
| Total, de estudiantes | 41        | 50       | 91    | 26      | 45      | 10      | 5       | 5        |

**Fuente:** Elaboración propia

## 2. METODOLOGÍA

Dado el tipo de investigación, se empleó un diseño experimental con un enfoque mixto. El estudio tuvo un carácter descriptivo y se utilizó métodos teóricos para analizar a los estudiantes en diversos aspectos creativos, incluyendo el análisis y la síntesis, así como enfoques inductivos, deductivos y sistémicos. Para la recolección de datos, se aplicaron métodos empíricos a través de la observaciones, encuestas, entrevistas y análisis de documentos. Además, se utilizaron métodos matemáticos y estadísticos, como la estadística descriptiva. La población y muestra del estudio consistieron en 91 participantes. Con un índice de fiabilidad de 0,80 se considera que el instrumento analizado presenta un nivel muy alto de consistencia y fiabilidad. La escala para medir el resultado final se clasifica de la siguiente manera: 0,01 a 0,20 (Muy baja); 0,21 a 0,40 (Baja); 0,41 a 0,60 (Moderada); 0,61 a 0,80 (Alta); y 0,81 a 1,0 (Muy alta).

**Tabla 4.** Resultado de la validación por Alfa de Cronbach

| Alfa de Cronbach                                    |      |
|-----------------------------------------------------|------|
| Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | 0,80 |
| N de elementos                                      | 10   |
| Sujetos                                             | 91   |
| <b>Fuente:</b> Elaboración propia                   |      |

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La psicología y la pedagogía fueron las primeras disciplinas en estudiar el pensamiento creativo con el fin de comprender las expresiones emitidas por el ser humano y despertado el interés de todas las áreas del conocimiento. Por tal razón, la formación integral de los estudiantes es crucial para prepararlos ante los desafíos del mundo laboral, superar obstáculos, prejuicios sociales y malas relaciones personales o profesionales. En donde todos estos aspectos es posible pensar de manera creativa y ofrecer nuevas perspectivas o reflexiones sobre las acciones. Ramírez (2014) plantea que:

Al fortalecer el pensamiento creativo desde el ámbito educativo se propiciarán en los estudiantes elementos valiosos para enfrentar y solucionar problemas en los cuales se pongan a prueba no solamente los conocimientos, sino también las

habilidades, haciendo que los desempeños en los diversos aspectos de la vida sean más efectivos (p.66).

El pensamiento creativo suele asociarse con las matemáticas y el arte, pero en realidad, es una habilidad crucial en todos los campos de la vida y puede ser aprendido como cualquier otra disciplina. Líderes de negocios, científicos, ingenieros y educadores utilizan el pensamiento creativo para resolver problemas y generar nuevas ideas. Como indica Llor (2022), “las estrategias de pensamiento creativo se pueden enseñar junto a los contenidos curriculares de la asignatura de emprendimiento y gestión” (p.3). En los salones de clases, este tipo de pensamiento se convierte en un proceso pedagógico que debe integrarse en las diversas actividades del aprendizaje.

En el ámbito educativo, el pensamiento creativo es una herramienta valiosa para motivar a los estudiantes a adquirir más conocimientos y desarrollar sus habilidades. Facilita su formación profesional, promoviendo la iniciativa para resolver problemas actuales y enfrentando con una actitud positiva los desafíos que surgen constantemente. En la educación superior, esta habilidad cobra aún más relevancia, contribuyendo significativamente a la consecución de objetivos y metas, tanto en el ámbito académico como en el social. Según el autor Ramírez (2019), “si queremos que la docencia permanezca generando oportunidades de incremento del conocimiento, tiene que proveer herramientas novedosas, so pena de ser cambiado por tecnologías que buscan un mundo de sabios virtuales” (p.82).

Un emprendedor, en particular, debe tener habilidades para identificar diversas soluciones y alcanzar objetivos de manera efectiva. Y en el entorno laboral, los profesionales con pensamiento creativo suelen exhibir rasgos notables en su personalidad que favorecen su interacción, participación, asertividad y colaboración dentro de su equipo. De acuerdo con Hernández et al., (2017), “la competencia emprendedora, hacen referencia al desarrollo de cualidades personales como creatividad, disposición a la innovación, autoconfianza, motivación de logro, liderazgo, resiliencia, firmeza y tenacidad ante el fracaso” (p. 10).

## **Herramientas para potenciar el pensamiento creativo en los salones de clases**

El cuerpo docente debe utilizar herramientas efectivas para consolidar los conocimientos adquiridos por los estudiantes, permitiéndoles desarrollarlos de manera autónoma y colectiva, pero de forma creativa. El fin es resolver problemas de la vida cotidiana, con bases para diseñar y aplicar técnicas que fortalezcan el pensamiento creativo y práctico en el proceso de aprendizaje. Esto, a su vez, influirá en el desarrollo personal, social, económico y profesional. Vásquez (2021) defienden que, “el pensamiento creativo se fortalece desde las diferentes instituciones educativas, utilizando diversas estrategias que se pueden clasificar desde diferentes perspectivas, como gamificación, tecnología, audiovisuales, lectura y escritura, resolución de problemas y habilidades sociales” (p.117).

Entre las estrategias docentes más relevantes para fomentar la creatividad se incluyen el desarrollo de proyectos de innovación, el trabajo colaborativo, la gamificación, el uso de material audiovisual, talleres en clase y presentaciones en PowerPoint. Es crucial que el pensamiento creativo esté presente en todas estas actividades. Allueva (2004) mencionan que:

Deben ser programas elaborados específicamente para ello, en la medida de lo posible, ubicados en el medio natural del aula y adaptados a las materias del curso, de manera que el alumno desarrolle la creatividad en el trabajo diario de clase como una actividad más dentro de la misma (p.18).

El uso de herramientas innovadoras para fomentar el pensamiento creativo en la educación es fundamental y debe considerarse esencial en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Estas herramientas dependen de la creatividad y habilidades didácticas del docente para lograr aprendizajes significativos que contribuyan al desarrollo integral del estudiante. Según las investigaciones de Varías (2022), “por eso es indispensable que en las aulas se promuevan estrategias actualizadas que permitan a los estudiantes lograr aprendizajes para su vida diaria que incentiven la creatividad y el pensamiento creativo” (p.46).

La creatividad y el pensamiento creativo son complementos ideales para las tecnologías más avanzadas. Su combinación permite obtener resultados innovadores y se convierte en una herramienta esencial para el trabajo diario en cualquier empresa. Además, es una de las características más desarrolladas y sofisticadas de la inteligencia, estrechamente relacionada con la plasticidad del cerebro. Tal como lo plantea Allueva (2004), “podemos deducir que una persona será creativa en la medida que sus producciones sean distintas a las de los demás, presenten alguna novedad y se adapten a la realidad” (p.119).

### **Resultados de la observación de diagnóstico realizada a los estudiantes**

La ficha de observación se aplicó durante las actividades académicas para recopilar información sobre las acciones reflexivas, expresiones corporales y la creatividad de los jóvenes en trabajos individuales y grupales. Con el fin de identificar limitaciones, miedos o inquietudes que suele surgir cuando hay desmotivación académica. Se procedió a elaborar planificaciones, actividades y estrategias de emprendimiento, que desarrollará el pensamiento creativo de los estudiantes de acuerdo con el nivel que están cruzando. Tal como lo plantea Villegas (2021), “se puede considerar que el pensamiento creativo es promovido desde las aulas, utilizando diversas estrategias que involucren habilidades cognitivas para llegar a formar personas críticas, autónomas, creativas y originales” (p.115).

### **Resultados de la encuesta de diagnóstico realizada a los estudiantes**

Durante la encuesta que se realizó en la universidad, se llegó a la determinación que los jóvenes requieren de un entorno agradable que les permita expresarse libremente, hacer preguntas y cuestionar lo que les rodea. Este tipo de ambiente facilitara que los estudiantes orienten su pensamiento hacia el logro de objetivos claros, promoviendo así el desarrollo del pensamiento creativo en su campo profesional. En ese sentido, Vásquez (2022), “tener que aplicar estrategias creativas que permitan tener aprendizajes de calidad, hará posible la autorrealización de los educandos. Para lo cual es necesario considerar también la importancia del desaprendizaje de actitudes, que impiden la creatividad” (p.141).

## **Resultados de la entrevista de diagnóstico realizada a los estudiantes**

Se llevó a cabo una conversación con los estudiantes de la carrera de administración sobre el emprendimiento que le gustaría seguir al finalizar sus estudios profesionales. El 50% de los jóvenes de los semestres superiores mencionaron que son emprendedores; gracias a las iniciativas de sus docentes y al apoyo de sus seres queridos, han podido lanzar al mercado laboral pequeños productos y actualmente se encuentran estables. Por otro lado, el 30% de ellos son de semestres inferiores expresaron su interés en emprender en productos relacionados con intereses personales. Finalmente, el 20% son de semestres intermedios que desean emprender en función de las necesidades existentes. Al respecto Gamarra (2020), “el pensamiento crítico ayuda a lograr un ambiente favorable para el trabajo en equipo de los estudiantes, encontrando formas de solucionar sus diferencias en cuanto a las ideas o posturas de las tareas académicas a ser desarrolladas” (p.166).

## **El desarrollo del emprendimiento y sus implicaciones formativas**

La demanda formativa resalta la necesidad de desarrollar un enfoque educativo que no solo instruya a los estudiantes en los conocimientos específicos de las ciencias, sino que también les proporcione elementos necesarios para crecer como individuos completos y alcanzar todo su potencial. La formación profesional de los universitarios busca fomentar una cultura de emprendimiento mediante acciones basadas en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales, dentro del sistema educativo formal como informal, y su conexión con la realidad social. Como explican Buendía (2019):

El sujeto emprendedor es disruptivo y creador de actividades que generan valor. Como agente, no es sinónimo de empresario, dado que el empresario, cuando crea cambio y novedad en la economía, es denominado emprendedor; de lo contrario, mantendrá su función simbólica actual (p.49).

Tras la recolección de datos y el análisis de los resultados obtenidos a partir de la observación, encuesta y entrevista realizadas a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales, se logró aportar nuevos conocimientos al tema, buscando determinar la visión de los jóvenes

universitarios hacia el ámbito corporativo, lo que les permite visualizar las oportunidades sobre la creación y puesta en marcha de nuevas empresas, llevándolos a introducirse en el mundo empresarial. Roux y Anzures (2015) detalla que, “el uso de estrategias de aprendizaje implica que él o la estudiante tiene un plan de acción. Cuando el /la estudiante sabe lo que hay que hacer para aprender, lo hace, y lo controla.” (p.2).

El emprendimiento se presenta como una competencia que trasciende a la creación de empresas, contribuyendo de manera significativa al desarrollo integral del estudiante. Esta competencia profundiza la capacidad creativa, fomenta la independencia en la toma de decisiones, amplía la capacidad de respuesta y asegura un desempeño exitoso en el entorno social. Considerando estos aspectos, para el desarrollo del pensamiento creativo en relación con el mercado actual es necesario:

- Fomentar una cultura empresarial dentro de la comunidad universitaria.
- Capacitar a los estudiantes para que puedan empezar de manera autónoma su propio emprendimiento.
- Realizar talleres sobre mejoras de empresas ya existentes.
- Impulsar el crecimiento de pequeños negocios y la incubación de iniciativas.

#### **4. CONCLUSIONES**

Aunque la educación tradicional no era deficiente, actualmente no se ajusta a los intereses y preocupaciones de los estudiantes. Por ello, es necesario promover una enseñanza contemporánea que se adapte a las características y necesidades de los jóvenes con un enfoque creativo-investigativo. Esto fomentará su desarrollo psicológico, mejorando su autoestima, autovaloración y confianza en sí mismos.

Emprender implica desarrollar en el estudiante una actitud orientada a la formación de valores sociales, éticos, intelectuales y políticos, que serán fundamentales para su orientación futura. Y solo se logra promoviendo la independencia en el pensamiento y la acción, lo cual estimulara la búsqueda de lo novedoso, la creatividad y el desarrollo de sus potencialidades. Preparándolos

así, para enfrentar los retos con optimismo de manera personal como colectiva y llegar a la viabilidad de los proyectos.

Fomentar el emprendimiento entre los jóvenes implica capacitarlos para que manejen mejor sus propios recursos, los trabajos en equipo, el desarrollo del liderazgo, la confianza en sí mismos y la inteligencia emocional. Proporcionarles herramientas en habilidades gerenciales y financieras para que puedan desenvolverse en un entorno altamente competitivo y en un futuro crear un negocio. Esto les permitirá enfrentar y adaptarse a los desafíos de la sociedad de la información y del conocimiento, la cual se caracteriza por su constante cambio, diversidad y complejidad.

Es importante que las universidades conozcan el nivel de formación en emprendimiento de sus egresados. Con el fin de valorar su conocimiento sobre el mercado actual. Así, podrán abordar la realidad de manera innovadora, dejando de lado costumbres o conductas habituales que no contribuyen al crecimiento profesional. Aprendiendo así, aprender a pensar de manera crítica, flexible y autorregulada. Los resultados del instrumento del Alfa de Cronbach indico un valor de 0.80 que demuestra la viabilidad y fiabilidad de la encuesta aplicada.

## REFERENCIAS

- Allueva Torres, P. (2004). Desarrollo del pensamiento creativo en el ámbito universitario. Anuario de filosofía, psicología y sociología.
- Aparicio, A., & Bazán, J. L. (2008). Aspectos afectivos intervinientes en el aprendizaje de la estadística: actitudes y sus formas de evaluación. Acta Latinoamericana de Matemática Educativa, 21, 180-189.
- Buendía, J. C. (2019). El pensamiento creativo como herramienta en el design thinking. Negonotas Docentes, (14), 47-55.
- Carranza, M. (2021). Pensamiento creativo: un estudio holístico en la educación. Revista Innova Educación, 3(4), 123-132.
- Celedón-Rivero, J., & Brunal-Vergara, B. (2011). Estudio de factores cognitivos, volitivos y psicopatológicos de la inimputabilidad. Pensando psicología, 7(13), 173-184. <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/pe/article/view/40>

- De, B. E., SONSOLES, E. A., & GULTURAL, C. (1995). *El Pensamiento Creativo. El Poder Del Pensamiento Lateral La Creación De Nuevas Ideas*". 2da. edición Editorial Paidós. España. Año.
- Delgado, C. (2022). Estrategias didácticas para fortalecer el pensamiento creativo en el aula. Un estudio meta-analítico. *Revista innova educación*, 4(1), 51-64
- Gallegos, M. S., & Gorostegui, M. E. (1990). Procesos cognitivos. Recuperado de internet el, 15.
- Gamarra-Moscoso, M. A., & Flores-Mamani, E. (2020). Pensamiento creativo y relaciones interpersonales en estudiantes universitarios. *Investigación Valdizana*, 14(3), 159–168. <https://doi.org/10.33554/riv.14.3.742>
- Hernández Jaime, J., Jiménez Galán, Y. I., & Rodríguez Flores, E. (2018). Desarrollo de competencias de pensamiento creativo y práctico para iniciar un plan de negocio: diseño de evidencias de aprendizaje / Developing creative and practical thinking competencies for a business plan: designing learning evidences. *RIDE revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 9(17), 314–342. <https://doi.org/10.23913/ride.v9i17.383>
- Hernández, N. B., Izquierdo, N. V., Zumba, G. R., & Navarro, A. D. A. (2017). Desarrollo de la competencia de emprendimiento; una necesidad en la formación integral del estudiante. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/137>
- Loor Moreira, J. D., & Rodríguez Loor, G. . (2022). Estrategias de pensamiento creativo para el diseño de proyectos de emprendimiento: Estrategias de pensamiento creativo. *Revista Científica Sinapsis*, 21(1). <https://doi.org/10.37117/s.v21i1.610>
- Marrero Sánchez, O., Mohamed Amar, R., & Xifra Triadú, J. (2018). Habilidades blandas: necesarias para la formación integral del estudiante universitario. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5, 1-18. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.144>
- Muñoz, W. (2010). Estrategias de estimulación del pensamiento creativo de los estudiantes en el área de educación para el trabajo en la III etapa de educación básica. In *Congreso iberoamericano de educación*.
- Panata Oña, D. B. (2016). La dramatización como estrategia didáctica para fomentar el pensamiento creativo de los estudiantes de la Escuela República de Colombia del Cantón Saquisilí (Bachelor's thesis,

Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias humanas y de la Educación. Carrera de Educación Básica).

- Posligua-Espinoza, J. E., Chenche-García, W. T., & Vallejo-Vivas, B. G. (2017). Incidencia de las actividades lúdicas en el desarrollo del pensamiento creativo en estudiantes de educación general básica. *Dominio De Las Ciencias*, 3(3), 1020–1052. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3.517>
- Ramírez Sánchez, C. . (2014). Problem-based learning: teaching strategy that strengthens creative thinking. *Papeles*, 6(11), 61–71. Retrieved from <https://revistas.uan.edu.co/index.php/papeles/article/view/232>
- Ramírez Tarazona, J. V., & Rincón Sánchez, A. E. (2019). Genealogía del pensamiento creativo y su necesidad en la realidad universitaria. *Sophia*, 15(2), 79–97. <https://doi.org/10.18634/sophiaj.15v.2i.946>
- Roux, R., & Anzures Gonzalez, E. E. (2015). Estrategias de aprendizaje y su relación con el rendimiento académico en estudiantes de una escuela privada de educación media superior. *Actualidades Investigativas en Educación*, 2. doi.: [dx.doi.org/10.15517/aie.v15i1.17731](https://doi.org/10.15517/aie.v15i1.17731)
- Urbina, V. M. P. (2003). La inteligencia y el pensamiento creativo: aportes históricos en la educación. *Revista Educación*, 27(1), 17-26.
- Varías, I. (2022). Estrategias de pensamiento creativo en aulas de educación primaria. *Revista Innova Educación*, 4(1), 39-50.
- Vásquez, E. (2022). Pensamiento creativo docente. Una mirada sistemática. *Revista Innova Educación*, 4(1), 135-145.
- Vásquez, S. (2021). Estrategias del pensamiento creativo: una mirada desde la educación básica. *Revista Innova Educación*, 3(4), 110-122.
- Vélez Ávila, E. B., Vega Intriago, J. O., & Zambrano Acosta, J. M. 2(2022). Formación de las emociones y su incidencia en la inestabilidad motriz en los niños de 4-5 años en la escuela José De Vasconcellos. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 26(Extraordinario), 129-152. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v26iextraordinario.1673>
- Villegas, E. (2021). Estrategias didácticas para promover el pensamiento creativo en aulas. *Revista Innova Educación*, 4(1), 109-119. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.01.008>