



# La Creatividad en los modelos de formación emprendedora

*Tula Mendoza Farro<sup>1</sup>*

Past Presidente de PERUINCUBA

Recepción: 17 de marzo 2023 / Aceptación: 17 de abril 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.18259/per.2023006>

A lo largo de la historia, las investigaciones llevadas a cabo por istintos expertos han demostrado que tanto la creatividad como el emprendimiento son capacidades primordiales para la formación integral de toda persona.

En este sentido, durante las últimas décadas se han establecido diversos modelos de formación emprendedora que, dentro de sus fases o etapas, incluyen la creatividad como un componente fundamental para el desarrollo de la competencia emprendedora.

Por ello, el presente artículo busca explorar la presencia de la creatividad en los modelos de formación emprendedora.

Con ese propósito, en un principio se abordará la creatividad desde una perspectiva conceptual y luego se dará paso a la exploración e identificación de las metodologías que impulsan el emprendimiento y que in-

cluyen la definición de ideas como una etapa o componente previo a la formulación de propuestas de solución.

Comencemos preguntándonos a qué llamamos creatividad. En este marco, Garzón, et al. (2015) manifiesta que la creatividad es una capacidad que consiste en la generación y tratamiento de ideas con fluidez, originalidad y flexibilidad.

“ Durante las últimas décadas se han establecido modelos de formación emprendedora que dentro de sus fases o etapas incluyen a la creatividad».

A su vez, para Csikszentmihalyi (1988), «la creatividad no es un producto individual, sino un sistema social».

J. Dewey, Poincare (1908), Graham Wallas (1926), Csikszentmihalyi (1998), Galván (2017), entre otros investigadores, proponen

un proceso de cuatro a cinco fases para implementar la creatividad en un producto o servicio por crear o mejorar, tal como se muestra en la Tabla 1.

<sup>1</sup> Directora de Growth Academic Service de la Universidad Continental. Economista. Máster en desarrollo empresarial y emprendimiento, actual directora de Peruincuba.

Tabla 1. Fases del proceso creativo, según autores

J. Dewey 1910	Poincaré 1908, Graham y Wallas 1926	Csikszentmihalyi 1998	Galván 2017
1. Percepción de la dificultad o problema	1. Preparación	1. Preparación	1. Aspiración
2. Definición del problema y delimitación del mismo	2. Incubación	2. Incubación	2. Inspiración
3. Generación de ideas y soluciones	3. Iluminación	3. Intuición	3. Concepción
4. Evaluación crítica de las soluciones	4. Verificación	4. Evaluación	4. Acción
5. Aceptación de la solución más adecuada		5. Proceso de elaboración	

Fuente: García (2016), Galván (2017) y Guilera (2020)

En este sentido, considerando el desarrollo del proceso creativo y las tres características de la creatividad (fluidez, originalidad y flexibilidad), Eric Riec (2011) plantea la metodología Lean Startup con la finalidad de validar una solución con el cliente hasta alcanzar el mínimo producto viable. Esta metodología comprende tres pasos: construir, medir y aprender.

Por su parte, Tim Brown promueve la metodología del pensamiento del diseño o Design Thinking, la cual se enfoca en identificar uno o más problemas. En ambos casos, se emplea el pensamiento divergente y el convergente, junto con el pensamiento lateral de Edward de Bono.

Posteriormente, en el 2016, la Comisión Europea (OECD) inició la construcción del Modelo EntreComp con el objetivo de mejorar el capital humano, la empleabilidad y la competitividad, enfatizando las habilidades de la competencia de emprendimiento mediante el trabajo de tres áreas de competencias que agrupan quince subcompetencias, las cuales, a su vez, tienen ocho niveles de aprendizaje. Una de las subcompetencias de este modelo se denomina creatividad y se ubica en la primera área denominada ideas y oportunidades.

Como herramienta de apoyo, en el 2020, la Comisión Europea publicó Entrecomp Playbook que presenta una colección de herramientas y ejemplos de uso para utilizar el modelo EntreComp, palabra que representa los siguientes términos: experiencia (ex-

perience), novedad (novelty), disparadores (triggers), reflexión (reflection), ecosistema (ecosystem), colaboración (collaboration), otros (others), mentoría (mentoring) y progreso (progression).

Durante el 2017, se presentaron otras metodologías que ayudan a desarrollar el pensamiento emprendedor en la acción empresarial. Entre ellas podemos mencionar a Patrick Van Der Pijl, autor de Rediseña Tu Negocio, quien propone el modelo Doble Bucle, el cual incluye cinco fases que tienen como propósito la generación de varias ideas en un breve tiempo, precisando que no hay una única solución para resolver los problemas.

Miguel Macías, por su parte, presenta una metodología denominada EDV (entender, definir la idea y validar), que tiene como propósito identificar la oportunidad que se le presenta a la persona emprendedora, definir la idea y, por último, validar el modelo de negocio.

De igual forma, Iborra y Roviroso (2017) desarrollaron el Selfie Emprendedor, una herramienta que orienta la realización de un autodiagnóstico y autoevaluación sobre las competencias emprendedoras tales como la autonomía, liderazgo, innovación y habilidades empresariales.

Se observa la Tabla 2, que muestra los seis modelos de formación emprendedora antes mencionados, se encuentra la similitud, en todos ellos, con la denominación de la fase crear, relacionada con la «creatividad».

Tabla 2. Modelos que incluyen la creatividad

N.º	Modelo	Fases				
1	Lean Startup	<b>1. Crear</b>	2. Medir	1. Aprender		
2	Design Thinking	1. Empatizar	2. Definir	<b>3. Idear</b>	4. Prototipar	5. Testear
3	Entrecomp	<b>1. Ideas y oportunidades</b>	2. Recursos	3. Pasar a la acción		
4	Doble Bucle	1. Punto de vista	2. Comprender	<b>3. Idear</b>	4. Prototipos	5. Validar
5	EDV	1. Entender	<b>2. Definir idea</b>	3. Validar		
6	Selfie Emprendedor	1. Autonomía	2. Liderazgo	<b>3. Innovación. Creativo</b>	4. Habilidades empresariales	

Fuente. Elaboración propia

En estos casos se utilizan los términos: crear, idear, ideas y oportunidades, idea e innovación, los cuales se pueden apreciar resaltados en amarillo. En cuanto a la evaluación de la creatividad, Guilera (2020) menciona que «no existe un instrumento consensuado para evaluar la creatividad de cualquier tipo de estudiante, en cualquiera especialidad. Ni tampoco disponemos de un instrumento que pueda ser utilizado para evaluar todos los aspectos significativos de la creatividad profesional» (p. 67).

Sin embargo, existen seis enfoques que se pueden utilizar para medir la creatividad: psicométrico, experimental-cognitivo, computacional, psicobiológico, biográfico y contextual (p. 66).

Asimismo, dentro de estos enfoques encontramos los siguientes tipos de evaluación de la creatividad:

Test de Estructura de Inteligencia de Joy Paul Guilford y el Test del Pensamiento Creativo de E. Paul Torrance, los cuales tienen con base el pensamiento divergente y convergente considerando los factores; fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración (p. 65).

Test de Abreacción para la Evaluación Creativa TAEC (Saturnino de la Torre, 1996), que califica la producción gráfica como expresión de la creatividad (p. 65).

Test CREA de Corbalan et al. (2003), el cual considera que la evaluación de creatividad se realiza mediante la capacidad para la búsqueda y solución de problemas (p. 65).

Test PIC, el cual es una evaluación de la imaginación creativa que califica la creatividad narrativa o verbal, la figurativa o gráfica (p. 66)

Test de Visualización Creativa de Ronal A., Finke, que analiza la capacidad de invención imaginativa (p. 66).

Test Psicotécnico de Creatividad de Carlos Co-barubias que incluye una evaluación del pensamiento divergente: fluidez verbal, fluidez de ideas, flexibilidad espontánea, capacidad de asociación, la fluidez de expresión, la originalidad y la sensibilidad con los problemas (p. 66).

Por ello, dada esta variedad de test, Guilera (2020) enfatiza que al elegir un test de creatividad se debe conocer los factores que incluye la medición (p. 67).



No existe un instrumento consensuado para evaluar la creatividad de cualquier tipo de estudiante en cualquier especialidad, ni tampoco disponemos de un instrumento que pueda ser utilizado para evaluar todos los aspectos significativos de la creatividad empresarial”

Tabla 3. Evaluación de la creatividad en el Modelo Entrecomp

Evaluación de la creatividad en el modelo Entrecomp				
Subcompetencia	Básico (descubrir, explorar)	Intermedio (experimentar, atreverse)	Avanzado (mejorar, reforzar)	Experto (expandir, transformar)
	Es capaz de producir y desarrollar ideas con valor	Es capaz de probar y redefinir ideas con valor	Es capaz de transformar ideas en soluciones que aportan valor	Puedo diseñar nuevos procesos para involucrar a las partes interesadas en la generación, desarrollo y prueba de ideas que crean valor.
Creatividad	Ser curios@ y abiert@			
	Desarrollar ideas			
	Definir problemas			
	Diseñar valor			
	Sé innovador			

Fuente :Información adaptada de Bacigalupo et al. 2016

En este sentido, el Modelo Entrecomp, utiliza una rúbrica para evaluar la creatividad en el componente de su modelo: Ideas y Oportunidades, el cual incluye la subcompetencia creatividad con ocho niveles de progreso del aprendizaje: básico (descubrir, explorar), intermedio (experimentar, atreverse), avanzado (mejorar, reforzar) y experto (expandir, transformar) para las cinco dimensiones (ser curioso y abierto, desarrolla ideas, define problemas, diseña valor y sé innovador).

En la Tabla 3 que muestran los ocho niveles de progreso del aprendizaje.

En conclusión, para la formación de emprendedores existen diversas metodologías que impulsan la creatividad como un componente al inicio o durante el proceso del desarrollo de una propuesta de solución. Sin embargo, la elección del formato más apropiado dependerá de las características del grupo de estudiantes y de las competencias y capacidades programadas en los planes educativos de cada institución.

## Referencias

- Bacigalupo, M., Weikert, L., Mansoori, Y., & O’Keeffe, W. (2020). *Libro de jugadas de EntreComp: Aprendizaje empresarial más allá del aula*. Publications Office of the European Union. <https://acortar.link/RnTXCg>
- Baena-Luna, P, García-Río, E., & Monge-Agüero, M. (2020). Entrecomp: marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación. *Information tecnológica, Vol.31(2)*, 163-172. Publications Office of the European Union.
- Galván, L. (2016). *Creatividad para el cambio*. Ecoe Ediciones.
- García, A. E. (2016). Emprendizaje a través de aprendizaje basado en proyectos. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 3(5).
- Garzón, A., Barajas, D., Cárdenas, L., & Ibarra, E. (2015). Herramientas para la medición de la capacidad creativa en la ingeniería: Una revisión de literatura de la última década. *Encuentro Internacional De Educación En Ingeniería* <https://acortar.link/YAgzxx>
- Guilera, L. (2020) *Anatomía de la creatividad*. Marge Books.
- Iborra, C. & Rovirosa, M. (s/f). Pedagogías ágiles para el emprendimiento. <https://n9.cl/6aiwe>