



La importancia del aprendizaje basado en la creatividad en los futuros profesionistas para enfrentar los retos del entorno actual

The importance of learning based on creativity in college students in order to face challenges of the current environment

Sandra Lucía Tapia López

Sandra Lucía Tapia López

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

México

sandraluciatapia@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-6646-7265>

Recibido: 20-03-2024

Aceptado: 17-05-2024

Cómo citar este texto:

Tapia López, S. L. (2024). La importancia del aprendizaje basado en la creatividad en los futuros profesionistas para enfrentar los retos del entorno actual. *Revista Panamericana de Pedagogía*, 38, 159-172. <https://doi.org/10.21555/rpp.vi38.3110>

Resumen

La creatividad es una competencia fundamental en el aprendizaje y en la vida diaria; esta permite que la persona sea capaz de generar nuevas ideas, formar nuevas redes o conexiones cerebrales relacionadas con la originalidad e innovación, resolver problemas por medio de soluciones impensables para otros y adaptarse asertivamente al cambio que se vive día con día. En la educación, principalmente en los niveles superiores, ayuda a los estudiantes a comprender y aplicar sus conocimientos en diversas circunstancias, desarrollar su pensamiento crítico y analítico, ser autónomos, autosuficientes, adaptables y resilientes, principalmente cuando estos están por convertirse en profesionistas dedicados al cuidado de un activo tan importante en una empresa, como lo es el capital humano. El siguiente trabajo no solo busca resaltar la importancia de la creatividad, sino comenzar por entenderla, conocer desde sus implicaciones y alcances, hasta entender incluso cómo

se aplica en el pensamiento, en las empresas y en el mundo, para resolver problemas y mejorar procesos de adaptación y evolución. Así mismo, busca demostrar el cambio en los estudiantes de un pensamiento lógico hacia uno creativo por medio de conocimiento teórico, dinámicas, estudios de casos, ejercicios y aplicación práctica en una organización. Al finalizar se exponen los análisis y conclusiones a las que se logró llegar durante y al finalizar el proceso, para así, formar una opinión propia e implementar dichos cambios necesarios, con el objetivo de afrontar los retos del entorno actual.

Palabras clave: Creatividad, pensamiento lateral, profesionistas, empresas; actualidad, aprendizaje.

Abstract

Creativity is a fundamental competence in daily life learning; it allows people to be able to generate new ideas, form new brain networks or connections related to originality and innovation, solve problems through unthinkable solutions, and adapt assertively to the change that we face every day. In education, mainly at higher levels, it helps students to understand and apply their knowledge in different circumstances, develop their critical and analytical thinking, be autonomous, self-sufficient, adaptable and resilient. Especially when they are about to become professionals dedicated to the care of such an important asset in a company, as is the human capital. The following work not only seeks to highlight the importance of creativity, but also to begin to understand it. From its implications and scope and to understand how it is applied in companies and in the world. Also, it helps to solve problems and improve processes of adaptation and evolution. At the same time, it seeks to demonstrate the change in students from a logical thinking to a creative. This process use techniques as theoretical knowledge, dynamics, case studies, exercises and practical application in an organization. At the end, the analysis and conclusions reached during the process and at the end are presented, in order to form their own opinion and implement the necessary changes, with the objective of facing the challenges of the current environment.

Keywords: Creativity, lateral thinking, company, professionals, present, learning.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la creatividad se ha convertido en una de las principales competencias con una mayor valoración por parte de los participantes de la economía global, tales como profesionistas, empleadores, gobiernos e instituciones educativas; pero ¿se entiende por qué ha aumentado su relevancia?

A nivel mundial se aprecia la creatividad como una competencia fundamental presente en las personas exitosas y que, en conjunto con el pensamiento crítico, la colaboración y la comunicación, son las habilidades que necesariamente deben ser desarrolladas en los estudiantes, con el objetivo de amplificar su potencial y proporcionarles herramientas clave que les permitan hacer frente al mundo actual, ya que es una realidad que hoy en

día se vive en un mundo en constante cambio, donde no solo suceden avances en los procesos de los negocios, sino que también se tienen presentes considerables innovaciones (mientras que el teléfono tardó 50 años en alcanzar los 50 millones de usuarios, Disney+ tardó 5 meses) (Mena Roa, 2022).

Esto da como resultado un ambiente cambiante, desafiante, indescifrable e impredecible, por lo que contar con colaboradores creativos es fundamental, ya que estos tienden a tener un pensamiento diferente y poco convencional, su forma de trabajo es entender el problema y verlo desde diversas perspectivas, no se dejan influenciar por la primera impresión, formulan sus propias opciones y en base a estas se establecen soluciones aplicables que le puedan brindar a la empresa una ventaja competitiva.

La forma de desarrollar estos mismos colaboradores es por medio de la educación, en concreto en la educación universitaria, cuando la persona está a punto de entrar en el entorno laboral. En este nivel aún es posible realizar un cambio de pensamiento, más específicamente de un pensamiento lógico complementado con la creatividad, para así enfrentar nuevos retos por medio de diversas dinámicas considerando un esfuerzo físico en conjunto con un desarrollo mental con juegos, estudios de casos, conocimientos y aplicación prácticas.

Por todo ello, es imperativo que se conozca la definición del propio término de creatividad, no solo debido al enfoque que este recibe en un entorno laboral, sino también como punto aclaratorio que permite dar dirección y relevancia.

¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

Dando pie a lo anteriormente mencionado, en 1970, Philip E. Vernon describió el proceso creativo como el surgimiento de algo novedoso, que surge cuando se combina la singularidad de la persona y los materiales, eventos, personas o circunstancias que se presentan en la vida (Vernon, 1970, p. 139), proporcionando originalidad y utilidad.

Completando esta idea, por el lado emocional, Ivcevic et al. la describen como “la capacidad de experimentar y expresar combinaciones de emociones originales, apropiadas y auténticas” (Ivcevic et al., 2007). Por lo que no se limita a un grupo concreto de individuos ni se considera como una habilidad innata del ser humano, es una habilidad interpersonal que se puede crear, desarrollar e implementar.

Dicha habilidad está presente en el pensamiento lateral, el cual, a diferencia del habitual, tiene un mayor alcance de desarrollo y permite al individuo un mayor rango de acción.

PENSAMIENTO HABITUAL VS. PENSAMIENTO LATERAL

La principal diferencia entre ambos pensamientos es que el habitual es el que se observa en gran parte de la población mundial, se distingue por seguir una base o razonamiento válido y lógico (donde un objeto es utilizable solamente para el uso para el que fue

creado), que permite a la persona seguir un patrón de pasos establecidos con la finalidad de llegar a la solución obvia y que se ajusta a cumplir los parámetros establecidos, por lo que es y debe ser la base del pensamiento. Sin embargo, un dilema existente hace referencia a que este entendimiento actual es limitante; un individuo solo tiene un cierto número de variantes en las que puede pensar antes de llegar a la solución obvia y lógica.

Por otro lado, el pensamiento lateral (término acuñado por Edward de Bono, en su libro *New think: The used of lateral thinking* en 1967), permite divisar soluciones más allá de lo habitual, evade y reduce el impacto negativo de los sesgos cognitivos y esquemas mentales.

Según De Bono, existen dos fases o etapas en el pensamiento: la percepción y el pensamiento de la percepción. El pensamiento habitual se basa en la percepción y comprensión establecida de todos los estímulos externos a los que una persona se expone en su entorno, basando la dirección de su actuar en lo que uno entiende que sucederá si se opta por una acción o decisión sobre otra diferente, buscando como común denominador la opción más segura o lo que se llama “confort lógico”.

Al contrario, el pensamiento creativo permite divisar nuevas rutas o conexiones de razonamiento que quebranta barreras lógicas preestablecidas en la infancia. A pesar de que el razonamiento lateral tiende a ser considerado irreal o ilógico, es en realidad una solución válida orientada a la resolución de conflictos que surge del ingenio y el quiebre de paradigmas o patrones, ampliando la visión y la perspectiva de los estímulos externos. Pone a prueba la capacidad mental y motiva al pensamiento a establecer nuevas direcciones. Lo cual no solo se limita a las problemáticas sociales, sino también a las personales.

LA CREATIVIDAD Y EL BIENESTAR EMOCIONAL

El desarrollo de la creatividad presenta al mismo tiempo una serie de beneficios en la salud mental de los seres humanos como por ejemplo la reducción del estrés y la ansiedad, así como de la presencia de buenas prácticas que establecen un equilibrio entre la vida personal, social y laboral debido a la generación de impulsos que conllevan nuevas redes neuronales, permitiendo así una expresión emocional que incentiva la creación de lo insólito y original, que al mismo tiempo conlleva una oportunidad de liberar sentimientos y pensamientos reprimidos que suelen perjudicar si se internan en el ser.

Al mismo tiempo, mejora el bienestar emocional al hacer sentir al individuo una sensación de felicidad y satisfacción con su propia creación o idea al ver su aplicación, y como se mencionó con anterioridad, tiende a favorecer el desarrollo de la identidad por medio del perfeccionismo de la creatividad al volverla propia en conjunto con las demás habilidades desarrolladas. Aunado con las experiencias cotidianas, las cuales se relacionan directamente con el estilo de vida y los retos en el contexto sociocultural.

Por lo que, por esta misma razón, su desarrollo es distinto entre un individuo y otro, suele depender en gran medida del desarrollo y orientación que le da cada ser humano a lo largo de su trayectoria educativa, personal y profesional (motivo por el cual se le conoce como una habilidad interpersonal).

LA ENSEÑANZA DE LA CREATIVIDAD

Si se desea desarrollar esta capacidad creativa y adquirir la habilidad de generar nuevas ideas, es de imperiosa necesidad estimularla y enseñarla, toda persona tiene acceso a esta capacidad y su desarrollo dependerá mayormente de los métodos educativos a utilizar para lograrlo. Es necesario considerar las facultades particulares que, en complemento con el trabajo educativo de las instituciones educativas desde los primeros grados de enseñanza hasta el nivel superior, potencializará el pensamiento creativo.

Actualmente, un desafío primordial para la educación es el trabajo conjunto del pensamiento creativo y el desarrollo de conocimientos y habilidades que forman parte del currículo central, por lo que se requiere de un sistema educativo que satisfaga las demandas del siglo XXI; por ejemplo preparar al individuo para vivir en un ambiente complejo e incierto. Este sistema debe estar basado en un enfoque cognitivo resistente y válido, llevarse a cabo durante un periodo prolongado de tiempo para garantizar la formación de las bases mentales y su desarrollo, ser desafiante e ilustrar su aplicación en contextos auténticos, mientras incluye cierto rango de tiempo para la práctica en contextos relevantes, complejos y auténticos. Existe la opinión de que el talento creativo mejorará la competitividad económica global de los gobiernos y empresas, influyendo así en la economía.

A través del mundo, la creatividad es también considerada como una competencia fundamental. En el informe de la UNESCO (2022), *Repensar las políticas para la creatividad: plantear la cultura como un bien público global*, se establece que la cultura y la creatividad representan el 3.1% del PIB mundial y el 6.2% del empleo. Igualmente, informa que es necesario el involucramiento de la creatividad no solo para enfrentar los efectos post COVID 19 en la sociedad, sino también incluirlos en las políticas públicas para hacer frente al futuro próximo.

La UNESCO en este caso propone a los países una mayor inversión en la creatividad para la acción climática y la sostenibilidad medioambiental, como medio para lograr un crecimiento económico sostenible.

Tal como se observa, la creatividad no solamente es considerada como una competencia reciente y sin precedentes, sino también como medio y factor fundamental en el desarrollo, de ahí su relevancia.

Bajo estos parámetros, el docente no solo debe ser un transmisor de conocimiento, sino que debe tener presente un cambio de paradigmas que lo lleve a ser un guía del conocimiento, a buscar y motivar a los alumnos a encontrar por si mismos nuevas rutas de aprendizaje en base a sus propias fortalezas, con la finalidad de proporcionarles una guía para su futuro desarrollo cognitivo e incluso como impulso para adquirir conocimientos y actualizar sus competencias y habilidades en base a las tendencias actuales y futuras.

De la misma manera, se requiere de una familiaridad con los entornos de aprendizaje y enseñanza que promuevan la creatividad, considerar la resistencia de los estudiantes, la estructura organizativa de las universidades, atributos específicos en los profesores e incluso prácticas pedagógicas, ya que la creatividad es inherente al desarrollo del individuo. Igualmente, se tiene registros de estudios que afirman de la existencia de un vínculo bi-

direccionales positivos entre la creatividad y el logro académico, debido a que un alto rendimiento en asignaturas como matemáticas, ciencias o lectura conlleva una alta creatividad y viceversa (González y Molero, 2023).

Una forma de desarrollar estas competencias es también por medio de la educación artística la cual prepara a los jóvenes universitarios a desarrollar conexiones cerebrales relacionadas con la actividad que los ayudará en el proceso creativo mientras encuentran nuevas formas de expresarse, conocerse y buscar formas de lograr una mejora continua.

APRENDIZAJE BASADO EN LA CREATIVIDAD

Por el momento, el enfoque educativo más próximo al desarrollo del pensamiento lateral es el Aprendizaje Basado en la Creatividad (ABC), el cual pone un especial énfasis en el desarrollo del pensamiento creativo y la resolución de problemas. Este enfoque se basa en que la creatividad es una habilidad fundamental que facilitará a los estudiantes el alcanzar el éxito en un aspecto escolar, de carrera y vida (García Y García 2022).

Algunas de las principales actividades de este enfoque son:

- la elaboración de proyectos de investigación, donde los estudiantes tienen la facilidad y disposición de recabar información, formular sus propias hipótesis, analizar los datos recabados y plantear conclusiones propias en relación con cualquier tema que sea de su interés, desarrollando así el pensamiento crítico;
- el juego de roles es otra actividad alternativa presente en el individuo desde las etapas tempranas del desarrollo, que permitirá explotar diversas perspectivas orientadas al desarrollo de la creatividad;
- los problemas abiertos, los cuales obligan a la persona a redefinir sus opciones, para así mostrar la influencia del pensamiento lateral, incrementando sus posibles elecciones hasta un punto donde estas se vuelven infinitas y propias, dando la posibilidad de encontrar soluciones innovadoras no solo aplicables a problemáticas que afectan su vida diaria, sino también al ambiente empresarial y profesional.

En este punto, se ha llegado a que esta capacidad creativa es adquirible y, por consiguiente, deseable de poseer en el perfil profesional de los egresados que buscan unirse al campo laboral. Desde un enfoque profesional, en el reciente foro económico mundial, se estableció que tanto el pensamiento creativo como el analítico son las principales habilidades requeridas en los trabajadores en 2023 debido a que la persona cuenta con la capacidad de adaptarse y trabajar en ambientes inciertos; en México el 49% de las empresas mencionan que el pensamiento creativo es una de las principales habilidades en las que se enfocarán durante los siguientes 5 años (World Economic Forum, 2023).

En la mayoría de los casos, un profesionista creativo favorece la producción de nuevos productos a introducir en nuevos mercados, influye en el posicionamiento dominante de la organización donde labora, es original e innovador, pero más relevante, influye de forma positiva en la solución de problemas.

En específico, la creatividad impulsa el pensamiento crítico, favorece la innovación al permitir al individuo generar ideas y soluciones, estimula la motivación y el interés ya que, al desarrollar ideas propias, es como se encuentra ese factor diferenciador y único que brinda una ventaja sobre los demás, desarrollarlo y mejorarlo se vuelve una necesidad primordial. Al mismo tiempo eleva el autoestima y la confianza debido a que brinda más seguridad sobre las propias habilidades y da dirección, logrando también un mejor desempeño en el espacio de trabajo.

METODOLOGÍA

Objetivo

El objetivo principal de la aplicación de una metodología basada en la creatividad es desarrollar el pensamiento creativo o lateral en un futuro profesionista, para así formarse con habilidades y competencias que le permitan solucionar problemáticas desde un enfoque diferente en su vida personal y profesional.

Objetivos particulares

- Conocer el desarrollo de la creatividad actual en los estudiantes
- Estimular el pensamiento creativo o lateral enfocado en la resolución de problemas.
- Conocer el nivel de impacto y aplicación que el estudiante le dio a la creatividad en su vida diaria y profesional.

Alcances

Con esta dinámica se busca desarrollar una metodología creativa (basada en actividades, casos, definición de competencias, juegos y dinámicas), durante un tiempo aproximado de seis meses, que posteriormente a su aplicación, permitirá la presentación de los resultados obtenidos, para así formular las conclusiones correspondientes.

Perfil de los participantes

Esta metodología se aplicó a un grupo de jóvenes universitarios entre los 22 y 25 años que se encuentran cursando sus últimos semestres de la carrera de Psicología, en una Universidad Pública de la ciudad de Puebla, y que cuentan con los conocimientos básicos de la definición de la creatividad y cómo se aplica en las organizaciones o en un ambiente profesional.

Técnicas e instrumentos de recopilación

Esta metodología creativa tiene su fundamento en la aplicación de un programa de materia, que en conjunto con actividades como resoluciones de casos, juegos, dinámicas y tres pruebas evaluativas, puedan brindar un parámetro numérico del avance del estudiante en el tiempo asignado por medio del siguiente esquema de trabajo.

- Diagnóstico de la competencia de creatividad en los estudiantes.
- Impartición de conceptos de creatividad, asertividad e innovación aplicados a la organización.
- Desarrollo del pensamiento lateral a través de juegos y dinámicas.
- Técnicas para generar ideas creativas.
- Estudio de casos.
- Segunda evaluación de competencias creativas en los estudiantes.
- Claves para fomentar la creatividad.
- Evaluación final y conclusiones

Dicho esquema de trabajo se divide en tres principales fases o partes, delimitados por las pruebas evaluativas, para determinar los resultados y conclusiones.

Primera parte

Se aplicó una primera forma evaluativa que permite conocer el desempeño previo al desarrollo del pensamiento lateral en el participante.

La primera prueba contiene 13 preguntas. En esta se buscó evaluar principalmente el nivel del pensamiento creativo en los estudiantes, donde se encontraron cuestionamientos referentes a su actuar para la solución de problemas, sus conclusiones ante diversas situaciones poco comunes o preguntas capciosas para saber sus limitaciones, el pensamiento lógico, y su actuar creativo en preguntas situacionales.

Las preguntas fueron seleccionadas del artículo “Descubre qué es el Pensamiento Lateral y para qué sirve” (Lisa Institute, s.f.), y el Test de creatividad (Santander universidades, 2022).

Posteriormente a su aplicación, se comienza con la introducción del pensamiento lateral, donde se busca introducir el conocimiento teórico y la impartición de conceptos de creatividad, asertividad e innovación aplicados a la organización.

Segunda parte

En base a los resultados de la primera evaluación, y ante una imperiosa necesidad de las empresas por tener colaboradores con un pensamiento creativo enfocado en la solución de conflictos, se realizaron actividades en el programa destinadas a mejorar sus respuestas ante la búsqueda de nuevas soluciones aplicables a los problemas actuales, los cuales, como se mencionó anteriormente, se distinguen por ser espontáneos, desafiantes e impredecibles.

Dichas actividades aplicables en esta etapa del programa fueron las siguientes:
Juegos de memoria, acertijos, adivinanzas y retos.

- Ejercitación física, estiramiento y ejercicios de relajación.
- Exposición de casos personales en la integración de equipos de trabajo, en los cuales se aplicó un manejo creativo para la solución de los problemas presentados.

- Manejo de piezas lego para formar figuras que impactaran en la mejora de los equipos de trabajo.

Se buscó el desarrollo de dinámicas orientadas a estimular el pensamiento creativo, pero también se les proporcionó una introducción objetiva y centralizada de la creatividad bajo los siguientes temas:

- Fases del proceso creativo: entender cómo se origina y desarrolla la creatividad en la persona, desde los primeros cuestionamientos que esta se hace en cuanto a qué se puede hacer diferente, hasta la incubación de la idea después del análisis de datos, para concluir con la comunicación de lo aprendido y desarrollado.
- Niveles de creatividad en las organizaciones: el alumno es capaz de entender las diferencias entre la creatividad aplicada en las etapas del pensamiento en las empresas (nivel de producción, nivel de pensamiento y nivel de intención creativa).
- Diagnóstico de la organización creativa: se conoce cómo elaborar una herramienta de evaluación, para posteriormente aplicarla, interpretar la información recabada y determinar las áreas de oportunidad donde se necesite del pensamiento creativo.
- Técnicas para desarrollar la creatividad: se busca entender la transición de un grupo a un equipo de trabajo capaz de pensar de forma creativa y brindar propuestas de solución por medio del estudio de casos y con la dinámica “Seis sombreros de Bono”. Así mismo, se ponen en práctica las soluciones de creatividad a problemáticas a un contexto laboral y como universitarios, para concluir por definir qué es el coaching organizacional.
- Aplicación del perfil de la competencia creativa en el entorno laboral: definir cómo es el manejo y la resolución de conflictos, cómo se orienta el pensamiento creativo hacia la innovación y finalmente, cómo es el proceso emprendedor, el mismo que tiene bases creativas.

Posterior al proceso de enseñanza, tanto teórico como práctico, se aplicó la segunda prueba evaluativa con la finalidad de medir la profundidad de la comprensión de los elementos y etapas a seguir; orientados principalmente a la resolución de conflictos dentro de las empresas. La segunda evaluación se compone de un total de 10 preguntas enfocadas en el proceso creativo durante la solución de problemas, entiéndase mejor, cuestiona las bases de la resolución de conflictos como por ejemplo identificar cuándo aparece la problemática, sus principios y los tipos de problema; para proceder con preguntas relacionadas al enfoque a utilizar para afrontarlos, la metodología y el pensamiento creativos.

Las preguntas de esta segunda evaluación fueron seleccionadas del test: “Pensamiento creativo y solución de problemas” (Universidad de Valladolid & FunGE UVA, s. f.).

Tercera parte

En esta tercera y última parte el alumno presenta sus conclusiones derivadas de la aplicación del perfil de la competencia creativa en la organización elegida, pero también cómo considera que esta beneficia a su vida personal y profesional. Así mismo, se le proporcionan consejos y estrategias que buscan fomentar la creatividad.

Posteriormente se procede con la aplicación de la última evaluación, la tercera prueba evaluativa se enfocó en determinar lo interiorizado que está el proceso del pensamiento creativo en cada uno de ellos. Esta prueba se compone de 22 cuestionamientos, englobados en tres rubros que buscaron medir cuál es su actuar ante un problema de rutina, cómo se enfrentan a un problema difícil o ambiguo que parece no tener solución o esta no es tan fácil de encontrar, y finalmente cómo fomentan la creatividad y la innovación no solo en ellos, sino también en las personas a su alrededor.

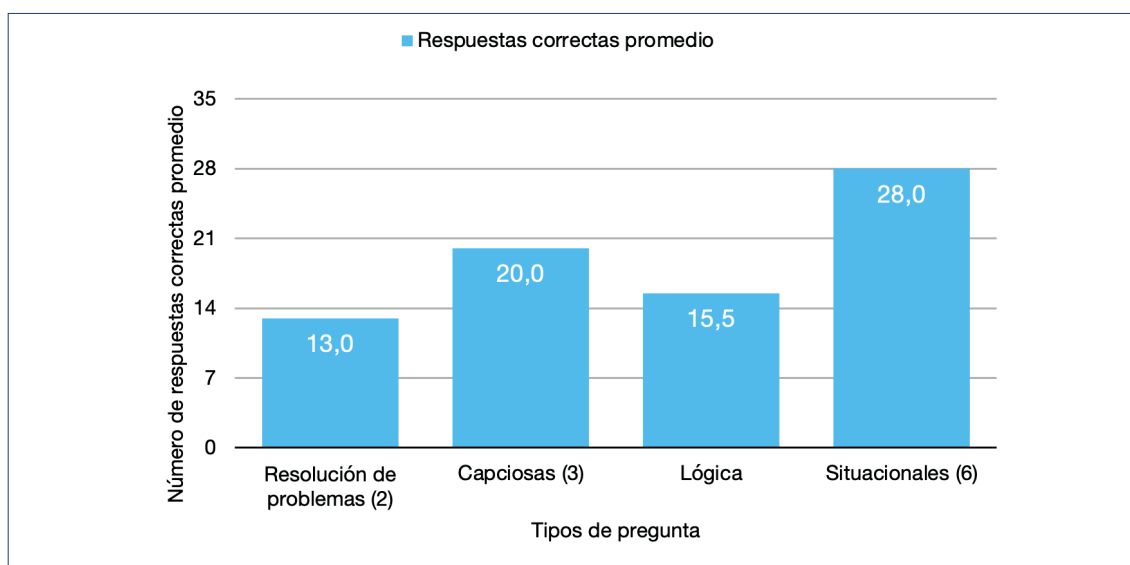
La prueba se basó en preguntas situacionales siguiendo una escala likert, dichas preguntas fueron seleccionadas del test “Solución analítica y creativa” (Instituto Tecnológico de Tlalnepantla, 2022).

RESULTADOS

Primera parte: Evaluación de diagnóstico

Figura 1

Respuestas correctas promedio de la primera evaluación aplicada



Tal como se puede observar en el gráfico, los estudiantes tuvieron un mayor pensamiento creativo en acciones que reflejan su actuar diario, pero no cuando se focaliza el pensamiento en la resolución de problemas. Esto tiende a suceder ya que la persona normalmente suele aplicar un razonamiento válido y lógico cuando se presenta un conflicto, lo cual incluso se aprecia y defiende con la respuesta ante preguntas capciosas, donde poco menos de la mitad de los encuestados llegó a una respuesta creativa. En cuanto a preguntas que relacionan la lógica y la creatividad, solo la tercera parte de los estudiantes supieron relacionar ambos conceptos y aplicarlos.

Al inicio del programa, poco menos de la mitad de los estudiantes aplicaban el pensamiento creativo, aproximadamente el 25% lo ocupaba para la solución de problemas, pero casi la mitad tenía presente la creatividad en su vida cotidiana, lo cual muestra una cierta predisposición al desarrollo del pensamiento creativo. En resumen, no aplican la creatividad para solucionar conflictos, sino que buscan la respuesta más lógica; pero están dispuestos a pensar y actuar diferente, desean este sentir de tomar riesgos medidos si la conclusión o meta es prometedora, aprovechando su edad y los conocimientos que han adquirido hasta el momento. Están abiertos al cambio y al aprendizaje.

Segunda parte

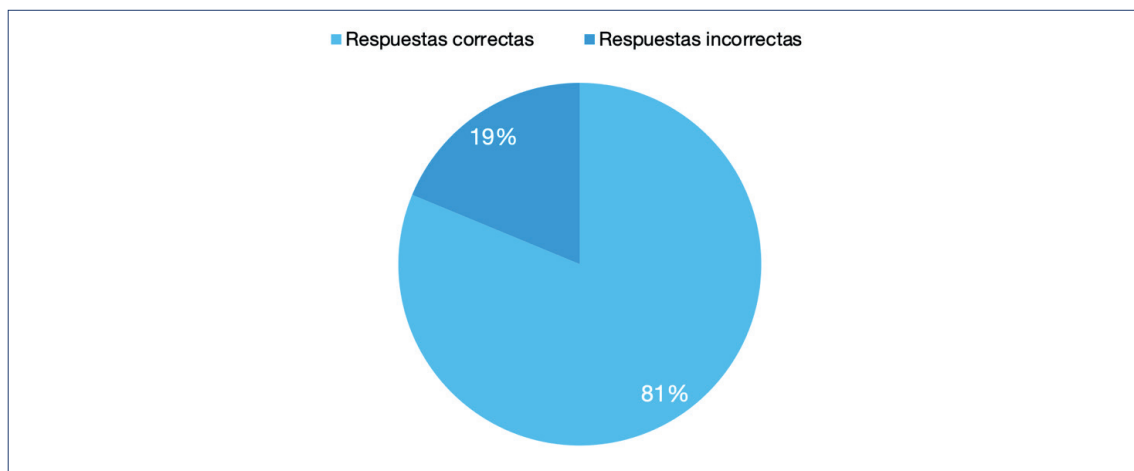
Resultados de las dinámicas y ejercicios

- El alumno fue capaz de comprender la base de la creatividad y sus elementos.
- El alumno aplicó sus conocimientos del aula a una organización elegida, donde desarrolló un instrumento de evaluación que le permitió conocer cuanto se aplica la creatividad en sus procesos del área de Recursos Humanos.
- Con los datos recabados, el participante eligió un área en concreto donde consideró necesaria la aplicación del pensamiento creativo, o bien soluciones creativas, para solucionar un conflicto primordial que puede orientar a la empresa o negocio a la mejora organizacional.
- El alumno presentó sus avances y propuestas de mejora, enfocadas en a aplicación de la creatividad para la solución de problemas organizacionales.

Resultados de la segunda evaluación

Figura 2

Respuestas correctas e incorrectas en la segunda evaluación aplicada



Tal como se puede observar en el gráfico, aproximadamente el 80% de los estudiantes ya son capaces de entender el proceso creativo enfocado en la solución de problemas,

cómo inicia, qué es lo que se debe de hacer, cuál es el significado de los conceptos y cuál es el proceso. Esta comprensión se deriva de dos ejes principales:

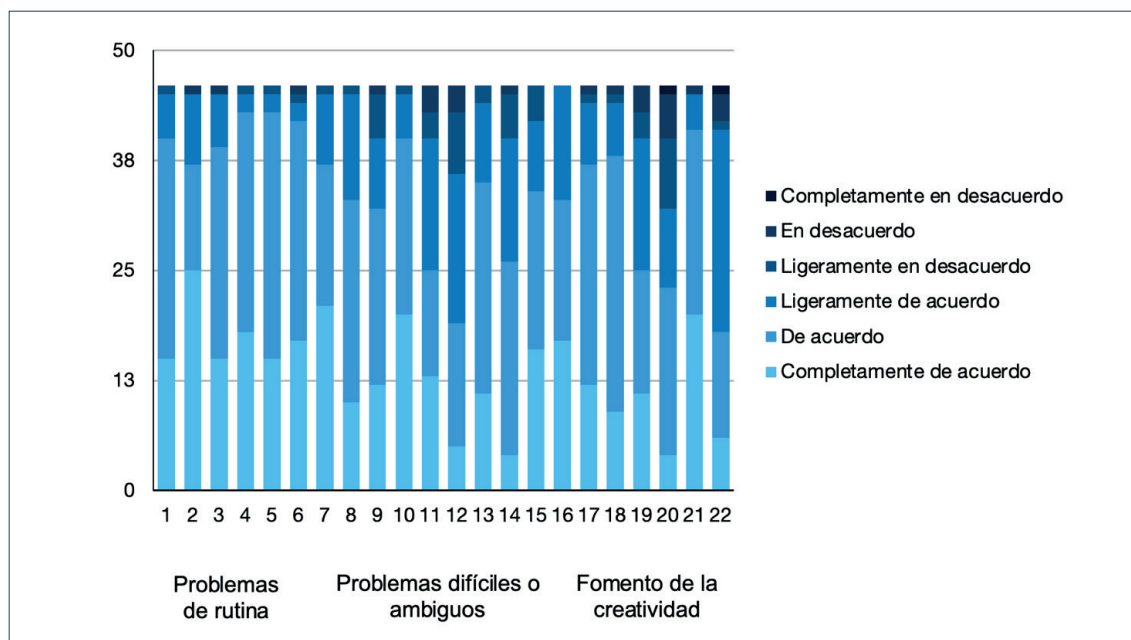
- el primero se entiende como la formación de un pensamiento lateral por medio de los juegos, explicación de conceptos, dinámicas, ejercicios físicos y de respiración, y casos hipotéticos;
- el segundo eje es la aplicación en un negocio o empresa, dándoles así la capacidad de entender la importancia de la creatividad en las organizaciones y cómo las puede llevar a la mejora organizacional.

Los participantes han comenzado a desarrollar el pensamiento creativo y sus aplicaciones, han comenzado a brindar ideas innovadoras y creativas para su proyecto de investigación en una empresa, mientras descubren cómo pueden aplicar esta competencia en su vida diaria.

Tercera parte: evaluación final

Figura 2

Respuestas correctas e incorrectas en la tercera evaluación aplicada



Tal como se puede observar en el gráfico, los alumnos evalúan sus propios conocimientos como completamente de acuerdo y de acuerdo en cuanto a la aplicación de su pensamiento creativo en preguntas situacionales orientadas a la solución de conflictos. En los problemas de rutina, el grupo está especialmente de acuerdo en que es importante evaluar un problema y determinar diversas soluciones antes de encontrar la más óptima, cuando el problema es difícil o ambiguo buscan entender el problema y verlo desde diversas perspectivas o analizarlo desde diferentes puntos de vista, no se quedan con la percep-

ción inmediata. En el caso del fomento de la creatividad, se orientan a brindar apoyo a sus compañeros por medio de sugerencias insinuadas, con la finalidad de que cada persona descubra su propio pensamiento creativo.

Al mismo tiempo, se puede interpretar que conocen perfectamente el proceso a seguir para resolver un conflicto de forma creativa, pero tienen ciertas dificultades para relacionar esta competencia con la formulación de analogías o metáforas que les ayude a comprender el problema y a verlo desde un enfoque opuesto para determinar cuál es verdadero. De la misma manera, buscan seguir las reglas a pesar de que pueda generar efectos negativos en el proceso creativo.

En base a sus respuestas en las evaluaciones y en el proceso de desarrollo del pensamiento creativo que alcanzó cada uno, así como a la viabilidad de sus propuestas de mejora en la organización, se llegó a las siguientes conclusiones.

CONCLUSIONES

- Es importante resaltar que los alumnos que provienen de universidades públicas tienen una tendencia a apegarse de manera fiel a las reglas, dejando a un lado sus procesos creativos para sentir un ambiente seguro que les da la estructura del sistema.
- Para el desarrollo del pensamiento creativo o lateral, se requiere principalmente de una estimulación constante durante un cierto tiempo, por medio de actividades como resolución de casos, ejercicios para clarificar la mente, el juego y dinámicas grupales.
- La creatividad es propia de cada persona, esta se puede desarrollar y mantener.
- Tener un pensamiento crítico y creativo nos permite crear soluciones y no quedarnos en el conflicto.
- Innovar es relevante para los universitarios porque les da la posibilidad de evolucionar en sus procesos mentales y poder predecir conflictos creando nuevas soluciones.
- Es importante que los futuros egresados se familiaricen con prácticas creativas que les permitan ser más asertivos en su práctica diaria.
- El pensamiento creativo es fundamental para la resolución de conflictos en las empresas, es necesario que los egresados cuenten con esta habilidad y que comience a desarrollarse en etapas tempranas del estudio educativo superior o antes.
- Con el desarrollo de la competencia de la creatividad, generaremos egresados más disciplinados para el logro de objetivos y a la vez flexibles para superar conflictos.
- Con la creatividad como habilidad, se actuará dentro de la ética y con plena libertad para la creación de alternativas.

REFERENCIAS

De Bono, E. (1967). *The use of lateral thinking*. Penguin Books.

- García, M., & García, J. (2022). El aprendizaje basado en la creatividad: Una propuesta para la formación integral de los estudiantes. *Revista Complutense de Educación*, 33(2), 529-546.
- González, A., & Molero, M. (2023). Relación existente entre creatividad y rendimiento académico en la adolescencia: Una revisión sistemática. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 10(2). <https://doi.org/10.21134/rpcna.2023.10.2.8>
- Ivcevic, Z., Brackett, M. A., & Mayer, J. D. (2007). Emotional intelligence and emotional creativity. *Journal of personality*, 75(2), 199-236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00437.x>
- Instituto Tecnológico de Tlalnepantla (2022). Test Solucion analitica y creativa. Studocu. https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-tecnologico-de-tlalnepantla/habilidades-directivas-i/test-solucion-analitica-y-creativa/27857169?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=test-solucion-analitica-y-creativa
- LISA Institute (s. f.). *Descubre qué es el Pensamiento Lateral y para qué sirve*. Lisa Institute. <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/que-es-el-pensamiento-lateral-y-para-que-sirve>
- Mena Roa, M. (2022). El ritmo de adopción de las innovaciones es cada vez más rápido. *Statista*. <https://es.statista.com/grafico/27520/tiempo-que-tardaron-las-siguientes-tecnologias-productos-y-servicios-en-alcanzar-los-50-millones-de-usuarios/>
- Santander Universidades (2022). ¿Eres una persona creativa? ¡Haz este test de creatividad y descúbrelo! Santander Universidades. <https://www.becas-santander.com/es/blog/test-de-creatividad.html>
- UNESCO (2022). Re|pensar las políticas para la creatividad: plantear la cultura como un bien público global. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- Universidad de Valladolid & FunGE UVA (s. f.). Test: Pensamiento creativo y solución de problemas. Formación en competencias transversales. https://uvaorienta.com/pluginfile.php/3045/mod_folder/content/0/pensamiento%20creativo.pdf?forcedownload=1
- Vernon, P. E. (1970). *Creativity. Selected reading* (1.ª ed.). Penguin Books.
- World Economic Forum (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. World Economic Forum.