

# EL PENSAMIENTO CREATIVO COMO INSIGHT PARA AFRONTAR LOS DESAFÍOS DEL EMPRENDEDOR DIGITAL: UN ESTUDIO DOCUMENTAL.

Creative thinking as insight to face the challenges of the digital entrepreneur: a documentary study.

**Claudia Alicia Hernández Mesa<sup>26</sup>**

claudia.hernandez@unicafam.edu.co  
Fundación Universitaria Cafam  
No. 0000-0001-7602-8112  
No. 48639  
Colombia

**Carlos Eduardo Ángel Arias<sup>27</sup>**

carlos.angel@unicafam.edu.co  
Fundación Universitaria Cafam  
No. 0000-0002-6969-1458  
No. 48631  
Colombia

**Laura Marcela Patiño Gutiérrez<sup>28</sup>**

laura.patino@unicafam.edu.co  
Fundación Universitaria Cafam  
No. 0000-0001-6237-5068  
No. 49550  
Colombia

Recepción: 08.04.2021

Aceptación: 15.04.2021

## Resumen

*Partiendo de la importancia del pensamiento creativo y la manera como este se convierte en un Insight clave para afrontar los desafíos del emprendedor, este documento toma como punto de partida el desarrollo de un análisis detallado sobre las perspectivas del emprendimiento tradicional y su evolución al emprendimiento digital, así mismo dentro de este análisis se identifica su marco histórico como primer pilar. A partir de este análisis se documentan los distintos aspectos de la creatividad que se involucran en*

---

<sup>26</sup> Especialista en Gerencia de Mercadeo - Universidad EAN. Administradora de Empresas - Universidad Externado de Colombia. Docente investigadora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Fundación Universitaria Cafam.

<sup>27</sup> Magister en Gestión de Organizaciones - Universidad Militar Nueva Granada. Administrador de Empresas - Universidad Militar Nueva Granada. Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas. Grupo Interdisciplinario de Investigación para la sostenibilidad y competitividad empresarial Unicafam / Categoría C.

<sup>28</sup> Magister en Gestión de Organizaciones - UQAC - EAN. Administradora de Empresas - UQAC - EAN. Docente investigadora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Fundación Universitaria Cafam. Grupo Interdisciplinario de Investigación para la sostenibilidad y competitividad empresarial Unicafam / Categoría C.

*los procesos emprendedores con base en las investigaciones de los últimos 25 años aportando las características del pensamiento creativo, así como las principales investigaciones en este tema como segundo pilar. Como resultado se construyen los perfiles del emprendedor digital y del pensador creativo. Posteriormente, se analiza el panorama del emprendimiento digital a partir de las teorías de Hofacker & Belanche quienes en 2016 definen ocho desafíos a los que se enfrenta un negocio digital, y a partir de ellos establece qué habilidades se requieren para aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital en la actualidad y cuál es la perspectiva futura del emprendimiento digital en Iberoamérica. En virtud de los resultados se contrastan los perfiles para determinar la relación y grado de influencia del pensamiento creativo sobre el desempeño del emprendedor digital tanto en grandes, medianas o pequeñas empresas. Este proceso investigativo nos lleva concluir que el pensamiento creativo es una herramienta indispensable que todo emprendedor debe ejercitar para tener éxito en la transformación del emprendimiento digital y en los negocios digitales.*

### **Palabras clave**

*creatividad, pensamiento divergente, emprendimiento digital, negocios digitales.*

### **Abstract**

*Starting from the importance of creative thinking and how it becomes a key Insight to face the challenges of the entrepreneur, this document takes as a starting point the development of a detailed analysis on the perspectives of traditional entrepreneurship and its evolution to digital entrepreneurship. Likewise, within this analysis, its historical framework is identified as the first pillar. Based on this analysis, the different aspects of creativity that are involved in entrepreneurial processes are documented based on the research of the last 25 years, providing the characteristics of creative thinking, as well as the main research on this topic as a second pillar. As a result, the profiles of the digital entrepreneur and the creative thinker are built. Subsequently, the panorama of digital entrepreneurship is analyzed based on the theories of Hofacker & Belanche who in 2016 defined eight challenges that a digital business faces, and based on them they establish what skills are required to take advantage of the opportunities offered by digital transformation today and what is the future perspective of digital entrepreneurship in Latin America. Taking into the account of the results, the profiles are contrasted to determine the relationship and degree of influence of creative thinking on the performance of the digital entrepreneur in both large, medium or small business. This research leads us to conclude that creative thinking is an indispensable tool that every entrepreneur must exercise to be successful in the transformation of digital entrepreneurship and digital business.*

### **Keywords**

*creativity, divergent thinking, digital entrepreneurship, digital business.*

### **Introducción**

Para comenzar la presente investigación se estructuran cinco secciones. Inicialmente se determina el objetivo general y los específicos junto con la metodología de la investigación. En segundo lugar, en el marco de referencia se aborda el tema del emprendimiento como primer pilar desde las perspectivas y teorías del emprendimiento, así como el perfil de emprendedor y el panorama del emprendimiento digital, desafíos,

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

habilidades, oportunidades y situación del emprendimiento en Iberoamérica. El segundo pilar es la creatividad que se documenta en la tercera sección describiendo el contexto histórico, las perspectivas, el potencial del pensamiento creativo y delimitando el contexto, así como el pensamiento innovador. De las evidencias anteriores se desprende la quinta sección que aborda los perfiles del emprendedor digital y el pensador creativo que de hecho es uno de los objetivos de la presente investigación, encontrando similitudes y categorizando para finalmente en la sexta sección dar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **Método**

### **Enfoque**

En coherencia con los planteamientos cualitativos y con la noción de comprender el fenómeno u objeto de estudio, se diseñó una investigación de carácter sintético con la intención de agrupar los elementos conceptuales y del tejido teórico que conforman las nociones epistemológicas del pensamiento creativo y del emprendedor digital. En términos de Bernal (2010) se establece que el método citado agrupa los elementos del fenómeno para ser abordados desde un punto de vista holístico.

### **Tipo de investigación**

En coherencia con los objetivos y propósitos iniciales de la investigación se acude a un estudio de tipo documental, el cual pretende generar conocimiento a partir de la revisión y análisis riguroso de fuentes primarias de investigación relacionadas con el objeto de estudio.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

## Recolección de datos

El proceso de recolección de datos fijó la selección, clasificación y análisis de artículos de investigación publicados entre los años 2009 - 2021. Se abordaron investigaciones de diversos contextos geográficos, como Norteamérica, Europa y Latinoamérica. Se emplearon bases de datos como Scopus, EBSCO Host, Elsevier, Jstor y Taylor & Francis. En cifras se contó con un total de 30 artículos estudiados.

## Herramientas de análisis

Se empleó como recurso de software Atlas Ti 9, mediante la herramienta lista de palabras, la cual permitió establecer frecuencias de uso de palabras empleadas en los artículos relacionadas con la temática objeto de estudio. Generando de esta manera el perfil común del pensamiento creativo y el emprendedor digital.

## Marco de Referencia

### Apuntes sobre emprendimiento

#### *Perspectivas y teorías del emprendimiento*

El emprendimiento a través de los años ha tenido diferentes cambios, etimológicamente la palabra proviene del francés “entrepreneur” que hace referencia a tomar o atrapar, hoy por hoy expertos como Schumpeter citado por Lanzas & Lanzas (2009 P.12) lo han definido así: “Emprendedor es aquel que se ubica como un iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. Kirzner (como se cita en Lanzas & Lanzas, 2009): se refiere a la definición de la palabra como: El emprendedor es aquel que está alerta a las oportunidades que existen en situaciones inciertas. El emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio”. Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro (Alcaraz Rodríguez, 2011). De acuerdo con John Kao (1989) citado por Alcatraz Rodríguez (2011), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas: Compromiso total, determinación y perseverancia, persistencia en la solución de problemas, altos niveles de energía entre otros. En resumen, el emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre ellas, algunas de las más mencionadas son: Creatividad e innovación, Confianza en él mismo y sus capacidades, Perseverancia, Capacidad para manejar problemas y Aceptación del riesgo (Alcaráz Rodríguez, 2011).

Sung Park & Duarte Masi, 2015 en el estudio sobre El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos afirma que en el presente encontramos infinidad de emprendedores en todas las áreas son precursores de cambios en la actualidad principalmente encontramos emprendimientos apoyados en Internet, negocios digitales y redes sociales que han logrado un gran éxito en el largo plazo influenciando positivamente en las próximas generaciones caracterizados por su capacidad de renovar su contexto tecnológico, económico y social. En el desarrollo de la presente investigación se agrupan las teorías relacionadas con el emprendedor agrupadas en tres enfoques: 1. Económico, 2. Psicológico, 3. Socio-cultural o del entorno y gerencial. Es relevante para el presente estudio los atributos que se relacionan con el enfoque psicológico y socio-cultural y del entorno. El enfoque psicológico: se dirige hacia las características personales, Autores como Lévesque et al. (2002) Djankov et al. (2006) y otros citados por Sung Park & Duarte Masi, (2015 P.45) "han estudiado los rasgos de personalidad característicos de los emprendedores como factores imprescindibles para poder crear una empresa". En resumen, el estudio orienta los atributos bajo la siguiente tabla de teorías de rasgos de la personalidad.

Autor	Atributo
Stuart Mill (1948)	Tolerancia al riesgo

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Davids (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza.
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad del logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas.
Weish y White (1981)	Necesidad de logro, asumir riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkeigerg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sociopático

*Tabla 1. Principales atributos del emprendedor.*

*Fuente: Christensen (1994) - citado por (Sung Park & Duarte Masi, 2015) y Rache de Camargo (2020)*

De otra parte, el enfoque socio-cultural y del entorno: Examina los factores sociales, políticos, familiares y la influencia del apoyo institucional en la decisión del emprendedor al crear su propia empresa (Sung Park & Duarte Masi, 2015), se agruparon las diferentes teorías del enfoque en cinco principales las cuales se evidencian en la tabla 2

Teoría	Concepto
Teoría de la marginación	Se caracteriza por identificar los factores externos negativos pues asume que toda empresa inicia con un evento atípico y crítico de corte negativo, detalla grupos minoritarios por su origen religioso, inmigrantes, desempleados. Según esta teoría lo importante no es obtener un beneficio sino que se requiere que exista un periodo de incubación e ideación de la idea previa para que luego sea disparada por un evento que haga que inicie de tipo negativo ((Brunet y Alarcón, 2004) citado por (Sung Park & Duarte Masi, 2015).
Teoría del rol	Esta teoría argumenta la legitimidad de una cantidad de negocios con base en el número de negocios que se encuentran en un lugar geográfico determinado, al advertir que individuos en circunstancias similares crearon sus propias empresas, el nuevo empresario se siente confiado en hacer lo mismo (Veciana, 1996) citado por (Sung Park & Duarte Masi, 2015). Los valores de la sociedad y las experiencias empresariales en el pasado con sus éxitos y sus fracasos, legitiman la actividad en el presente, en cuanto que actúa como incentivo en el proceso de creación de empresas.(Sung Park & Duarte Masi, 2015).
Teoría de redes	Esta plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa (Sung Park & Duarte Masi, 2015), La interacción entre las empresas genera nueva información económicamente valiosa dando lugar a lo que se conoce como aprendizaje mediante la interacción (Ollé y Planellas, 2003) citado por (Sung Park & Duarte Masi, 2015).
Teoría de la incubadora	La teoría de la incubadora expresa que la circunstancia que influye primordialmente en la decisión de un individuo que pone en marcha un negocio, proviene de la organización de la que formó parte como trabajador o de la institución en la estuvo siendo formado para tal fin (Sung Park & Duarte Masi, 2015). Es

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

	donde el emprendedor descubre la oportunidad de negocio y madura su idea hasta materializarla (Aldrich y Wiedenmayer, 1993) citado por (Sung Park & Duarte Masi, 2015).
Teoría de la ecología de la población	Considera que el éxito en la creación de empresas está determinado por el entorno más que por la propia habilidad del empresario. Las empresas que se adapten al entorno sobrevivirán, y las que no lo hagan, morirán.(Sung Park & Duarte Masi, 2015), esta teoría es planteada por autores como Hannan y Freeman (1977) y Baumol (1993), busca explicar los factores que afectan el ritmo al que nacen las nuevas organizaciones dentro de una población de organizaciones existentes, las cuales compiten por el mismo grupo de recursos del ambiente citados por (Sung Park & Duarte Masi, 2015).
Teoría institucional	Esta teoría explica cuáles son los aspectos sociales e institucionales que llevan a emprender. Mientras las instituciones proveen el entorno para favorecer el crecimiento económico, el emprendedor será el mecanismo que haga que este crecimiento ocurra.

*Tabla 2: Teorías del enfoque socio-cultural y del entorno*

*Fuente: (Sung Park & Duarte Masi, 2015) y Rache de Camargo (2020)*

## El perfil del emprendedor

Sung Park & Duarte Masi 2015 agruparon las diferentes teorías relacionadas al perfil del emprendedor del mundo abarcando Iberoamérica. Del análisis de estos estudios, se destacan algunas características que refieren a las principales cualidades del emprendedor, como ser: personas innovadoras, creativas, que ven las oportunidades donde los demás solo perciben la rutina, tolerancia al fracaso, perseverancia, necesidad de logro, motivación, optimismo, trabajo arduo, concentración y disfrutar siendo emprendedor. (Sung Park & Duarte Masi, 2015). Puchol (2012) citado por Sung Park & Duarte Masi (2015), efectuó el estudio del emprendedor señalando sus cualidades, las cuales serían: "Adaptabilidad, Asertividad, Asunción de riesgos, Autonomía, Creatividad, Comunicación, Concentración, Cooperación, Determinación, Flexibilidad, Independencia de juicio, Intuición, Motivación de logro, Objetividad, Orientación al equipo, Perseverancia, Planificación, Presencia física, Realismo, Responsabilidad, Técnica, Tenacidad y Visión" (Puchol & Ongallo, 2001). Con base en todas las publicaciones se resumen las cualidades esenciales que debe tener dicho empresario, como ser: Asunción de riesgos, Autonomía, Autoestima, Autoconfianza, Creatividad, Enérgico, Flexibilidad, Independencia de juicio, iniciativa, motivación/necesidad de logro, Perseverancia, Responsabilidad, Tolerancia a la ambigüedad y Visión optimista. (Sung Park & Duarte Masi, 2015).

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

Los estudios de los últimos diez años sostienen que las capacidades individuales deben complementarse con otras, relacionadas con aspectos como el ambiente, los recursos y las oportunidades de mercado. El emprendedor deberá aplicar su experiencia en la búsqueda de nuevas estrategias, para crear nuevas soluciones en el ámbito empresarial, considerando los aspectos del ambiente y no solo los de la empresa que dirija. (Leyva-Carreras et al., 2019). El autor propone las siguientes cuatro habilidades fundamentales para el emprendedor en la Tabla 3.

Habilidades del emprendedor	
Habilidad de logro (Planeación)	La planeación permite que el emprendedor pueda decidir y tener conductas adaptativas, debe estar informado sobre los patrones de cambio de ambiente o por el surgimiento de nuevas oportunidades en su entorno y por el convencimiento de permanecer aprendiendo a lo largo de la vida organizacional (Ahumada, 2001) citado por (Leyva-Carreras et al., 2019). Por lo anterior, el emprendedor deberá aplicar su experiencia en la búsqueda de nuevas estrategias, para crear nuevas soluciones en el ámbito empresarial, considerando los aspectos del ambiente y no solo los de la empresa que dirija. (Leyva-Carreras et al., 2019).
Habilidad personal del emprendedor (Autoconfianza)	La autoconfianza o seguridad en sí mismo los diferencian de los demás, pues esta habilidad les permite tomar riesgos que otras personas no se atreverían, por lo que suelen aprovechar oportunidades importantes en su trayectoria profesional y empresarial. (Leyva-Carreras et al., 2019).
Habilidad Intelectual en el emprendimiento. (Identificar problemas)	El proceso de toma de decisiones es sistemático para identificar y resolver problemas; una de las habilidades más importantes en este proceso es la de ser proactivo, ya que con esta una persona se responsabiliza plenamente de sus acciones, lo que conlleva generar impulso de acciones creativas e innovadoras y soluciones para producir mejoras a una cierta circunstancia (Leyva-Carreras et al., 2019).
Habilidad social en el emprendedor. (Trabajo en equipo.)	La conformación de equipos de trabajo es una de las tareas del emprendedor, decidir quiénes lo van a acompañar y qué características deben tener son habilidades determinantes para consolidar una organización y hacerla sostenible (Villanueva, 2015) citado por (Leyva-Carreras et al., 2019).

*Tabla 3. Habilidades del emprendedor según Leyva-Carreras et al., (2019).*

*Fuente (Leyva-Carreras et al., 2019)*

En un reciente estudio de Pereira & Casto (2020) donde se analizan los perfiles emprendedores para diseñar un instrumento aplicado a un grupo de estudiantes universitarios de administración de empresas hizo una revisión de la literatura donde agrupo el emprendimiento desde diferentes teorías y enfoques, desde el la perspectiva económica, Psicológica, administrativa y otros que se agrupan en la siguiente tabla 4.

Enfoque	Autores y principales ideas.
Psicología	McClelland (1970): Rasgos personales, geografía humana, motivaciones, influencia de la familia y entorno, necesidad de logro, perseverancia y autoconfianza, grados de emprendimiento diferentes en países industrializados y no industrializados, urbanización, medios de comunicación
	Carland (1984): Personalidad, locus de control, perseverancia, necesidad de independencia, resultados esperados, diferencia entre emprendedor y no emprendedor

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



Gartner (1985): Riesgo, locus de control, necesidades de cumplimiento y de dependencia, contexto, numerosas influencias
Virtanen (1997): Metas, logros
Moriano (2005): Trabajador en red, valores individuales - poder, logro, hedonismo, autodirección- valores mixtos - universalismo y seguridad-, valores colectivos -benevolencia, tradición, conformidad-, emprendedores por oportunidad diferentes de emprendedores por necesidad.
De Bono (1994): Creatividad, pensamiento vertical y lateral, Verstraete
Verstraete (1999): Dimensiones cognitiva, estructural y praxeológica, función en la organización

*Tabla 4. Algunas nociones del emprendimiento desde las perspectivas psicológicas (Pereira & Castro, 2020).  
Fuente (Pereira & Castro, 2020)*

El emprendedor se caracteriza por generar ideas, detectar oportunidades, es afín a los cambios al cambio, y se adapta con responsabilidad y entrega a distintos escenarios que le plantea el mercado o su propia organización. Asimismo, actúa como un instrumento para dinamizar las economías y promover la flexibilidad del tejido productivo a través de la creatividad y la innovación, junto con otras políticas de fortalecimiento económico generando cambios estructurales en la economía local, regional y nacional (Nicolás Martínez & Rubio Bañón, 2020) citado por Javier et al., (2021).

La tabla 5 muestra un resumen de los rasgos que más frecuentemente se han relacionado con una conducta emprendedora. (Javier et al., 2021).

Innovadores	Necesidad de realización
Líderes	Locus interno de control
Tomadores de riesgos moderados	Confianza en sí mismos
Independientes	Implicación a largo plazo
Creativos	Dinero como medida de resultados
Enérgicos	Iniciativa
Perseverantes	Aprendizaje
Originales	Utilización de recursos
Optimistas	Sensibilidad hacia los otros
Orientados hacia los resultados	Agresividad
Flexibles	Tendencia a inspirar confianza
Desenvueltos	Tolerancia a la ambigüedad e incertidumbre

*Tabla 5. Rasgos de la conducta emprendedora  
Fuente Filian (2003) citado por (Javier et al., 2021)*

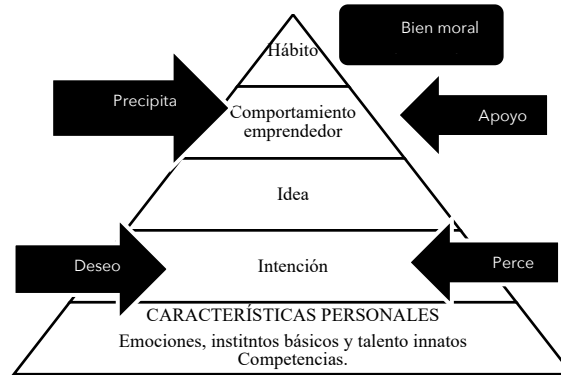
Ibáñez et al. (2014) citado por (Lapicki & Terlato, 2021) afirma que el hábito emprendedor es un activo al que se llega si antes se generan condiciones que lo aproximen al emprendimiento, por lo tanto, antes se pasa por un periodo de incubación que se apoya en sus características personales que se armonizan con el ecosistema. Con base Gómez-Uranga et al, 2016 citado por (Lapicki & Terlato, 2021) la primera etapa del emprendedor

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

está en los instintos básicos y talentos innatos, las emociones y las competencias que se alimentan de los conocimientos, normas, técnicas, procedimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores (Lapicki & Terlato, 2021).

Ibáñez et al. (2014) citado por (Lapicki & Terlato, 2021) aporta la pirámide del comportamiento emprendedor donde la base de las características personales son las emociones, instintos básicos y talento innatos y competencias; estos influidos por la percepción de capacidad y deseo. Luego el emprendedor tiene la intención para generar la idea, consecuentemente tendrá un comportamiento de emprendedor para finalmente generar un hábito de emprendimiento reflejado en la siguiente figura 1.



*Figura 1. Extraído de la Pirámide del comportamiento emprendedor y esquema de actuación. Fuente Ibáñez et al. (2014) - citado por (Lapicki & Terlato, 2021).*

De la Garza (2017) identifica la influencia conjunta de las competencias del pequeño empresario en cuanto a su capacidad para administrar su organización, sus competencias interculturales a través de individuos que tienen ciertas capacidades, habilidades, conocimientos, rasgos de personalidad y comportamientos, tiene que ver con el interés (meta) y la autovaloración (autoeficacia), lo cual se expresa en la disposición motivacional por aventurarse y enfrentar exitosamente obstáculos o fracasos que se presenten en nuevos ambientes culturales, sociales u organizacionales. (De la Garza et al., 2017)

En la investigación sobre Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial donde determinaron el

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

impacto de las motivaciones, competencias y los factores de éxito para el emprendimiento en el desempeño empresarial sintetiza las competencias para emprender identificadas en la literatura agrupadas en tres grupos: Capacidad, habilidad y aptitud y formación y experiencia, para efectos de la investigación se llaman las dos relacionadas con factores individuales de emprendedor en la Tabla 6 (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2020).

Tipo	Variables	Autores
Capacidad	Determinación y compromiso. Iniciativa y visión. Propensión al riesgo y capacidad para sobreponerse al fracaso. Perseverancia y confianza en sí mismo. Pasión e impulso	Muñoz, (2006) citado en Guerra et al., (2015); Amorós et al., (2011); Pablo, et al., (2004); Martínez y Carmona, (2009), Daza-Orozco (2015, 2018, 2019)
Habilidad y aptitud	De liderazgo, comunicación y negociación. Gerenciales. Sociales y relacionales. De innovación e incorporación de nuevas tecnologías y modelos de negocio. Identificar y aprovechar oportunidades.	Martínez y Carmona, (2009); Ucbasaran et al., (2003); Pablo, et al., (2004); Pajarinen et al., (2006); Sarwoko et al., (2013).

*Tabla 6. Competencias para emprender de tipo individual  
Fuente (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2020)*

El perfil del emprendedor de base tecnológica o emprendedor digital se define a través de un inventario de competencias empresariales y variables sociodemográficas, los autores Lanzas & Lanzas (2009) elaboraron un perfil del emprendedor innovador el cual presenta los siguientes atributos: Apertura a nuevas ideas y una clara voluntad de aprender, confianza en sí mismo y coraje para luchar, certeza sobre la validez de la idea de empresa, visión del negocio en el largo plazo, conciencia de las implicaciones que conlleva ser emprendedor. Estas variables son definidas por Varela citado por Lanzas & Lanzas (2009) como:

*“Un conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, autoconceptos, conocimientos y habilidades) de una persona que se manifiestan en comportamientos que son definibles, observables y medibles y están causalmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial”*

que se muestran en la tabla 7.

Orientación al logro	Definición Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes.
Empatía	Es comprender las emociones, necesidades e intereses de otros y procurar su apropiada conciliación con las nuestras.
Flexibilidad	Es la disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

Autoconfianza	Es el optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas
Toma de decisiones	Es analizar las diversas alternativas que tengo para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad de los resultados logrados.
Sensibilidad social	Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales.
Visión de carrera empresarial	Es la formulación de un plan de acción con metas de largo plazo y ponerlo en marcha, usando la imaginación.
Construcción de redes empresariales	Es establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades, para alcanzar sus objetivos empresariales

*Tabla 7 Competencias empresariales*

*Fuente: Bedoya Arturo & Varea. Modelo Conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. [Documento electrónico]. Cali: Universidad ICESI citado por (Lanzas & Lanzas, 2009).*

## El panorama del emprendimiento digital.

El impacto que está generando la evolución de la tecnología en la agenda digital de las empresas, supone la necesidad de gestionar cambios muy rápidos en los modelos productivos y de negocios. La inmediatez y la flexibilidad sumadas a la necesidad de innovar, como un motor de diferenciación competitiva, son conceptos nuevos que están poniendo en jaque a los tradicionales propios de la organización jerárquica.(Lapicki & Terlato, 2021). La gran diferencia entre las empresas triunfadoras y las que no estriba en sus intangibles. «Las ideas, y la creatividad que subyace en ellas, son pues, el punto de partida» (Del Pino-Romero y Castelló-Martínez, 2015, pág. 124) citado por (Iniеста-Alemán et al., 2020). Las competencias digitales son un recurso intangible esencial en cualquier empresa que quiera sobrevivir en las actuales circunstancias. (Iniesta-Alemán et al., 2020)

Valderrama (2019) citado por Lapicki & Terlato (2021 P.32), sostiene que la agilidad en el contexto empresarial es el modo en que la compañía anticipa, apercibe y responde a los cambios al mismo ritmo del mercado. "Se trata de entregar más valor al cliente de forma más rápida y eficiente, introduciendo cambios y asumiendo el reto de adaptarse a las expectativas de los clientes, las tecnologías y los nuevos escenarios competitivos globales".

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

## Desafíos para el emprendedor digital

Los rápidos cambios y transformaciones que ha traído internet y con ellos la globalización, han promovido un rápido crecimiento del marketing y de los negocios digitales, facilitando la interacción entre clientes y empresas. Los cambios y transformaciones globales que hacen crecer de forma exponencial a las organizaciones convirtiéndolas en más competitivas, lo que genera en el entorno empresarial un mayor nivel de preparación en el manejo adecuado de estrategias efectivas para los consumidores finales, es en este espacio donde el emprendedor digital requiere apropiar nuevos conocimientos que serán fundamentales para el posicionamiento en el mercado y el logro efectivo del objetivo trazado en sus negocios digitales.

Las actividades relacionadas con marketing digital hacen parte de los retos que deben enfrentar los emprendedores digitales. Los consumidores utilizan cada vez más las redes sociales para una variedad de tareas relacionadas con el consumo, como quejarse de una marca o compartir experiencias de compra, el crecimiento de las redes sociales vuelve a enviar una oportunidad para el negocio basada en el intercambio de información, pero también complica el trabajo de los gerentes de marketing que necesitan estar listos para lidiar con los problemas actuales en este ambiente. (Hofacker & Belanche, 2016).

Sobre la base de informes de profesionales y hallazgos académicos sobre redes sociales en línea Hofacker & Belanche (2016) donde se pre-visualizan las amenazas y oportunidades emergentes derivadas de los cambios en el comportamiento de los consumidores y de los cambios en los modelos de negocio también. A continuación, los diferentes desafíos contruidos por Hofacker & Belanche (2016) sobre informes de diferentes profesionales y hallazgos académicos:

- *Desafío 1: La licuefacción de la economía:* Contrario a los bienes y servicios, la información es altamente líquida, lo que significa que fluye fácilmente en nuestra era de redes digitales omnipresentes. Hace que las barreras antes importantes, como las fronteras nacionales, sean permeables, complicando las reglamentaciones web, por ejemplo, en términos de derechos de autor de contenidos o licencias internacionales. Se deberán preguntar: ¿Qué tipos de

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

organización de marketing tienen mejores tarifas en condiciones de licuefacción? ¿Cómo cambia la estrategia de marketing cuando gran parte del valor añadido de las ofertas se deriva de la información? (Hofacker & Belanche, 2016).

- *Desafío 2: Adaptarse a la gestión reactiva del marketing:* La presencia de enormes cantidades de datos y el poder de consumo antes mencionado requieren que las empresas se vuelvan más ágiles, más reactivas; ya no estamos a cargo, gracias a la accesibilidad a Internet, los usuarios demandan y proporcionan información continua, en cualquier lugar, en cualquier momento. Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Qué prácticas gerenciales fomentan la creatividad del consumidor? ¿Qué prácticas fomentan la creación del contenido del consumidor? (Hofacker & Belanche, 2016).
- *Desafío 3: Cómo gestionar la creación y el compromiso del cliente:* En muchas nuevas empresas digitales el cliente crea casi todo el valor. Ejemplos de estas son negocios de plataformas como Facebook, AirBnb y Uber. Esto es coherente con la opinión de citado por (Hofacker & Belanche, 2016) que hacen hincapié en el papel del cliente en el valor creación ya que la co-creación se basa necesariamente en el aumento del valor creado debido a la interacción con el comprador. . Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Qué prácticas gerenciales fomentan la creatividad del consumidor? ¿Qué prácticas fomentan la creación del contenido del consumidor? (Hofacker & Belanche, 2016).
- *Desafío 4: Cómo gestionar los mercados multi-sided:* Para las compañías que operan en mercados multi-sided, crear una mezcla de marketing que funcione para ambos lados es bastante complejo. Debido a las oportunidades transversales, los vendedores prefieren competir con un pequeño número de otros vendedores, pero les gustaría tener una gran base de compradores potenciales disponibles. Los compradores prefieren competir con un pequeño número de otros compradores, pero les gustaría tener una gran base de vendedores potenciales disponibles. Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Qué variables de mezcla de marketing son las ideales para los dos o más lados que tienen preferencias diferentes? ¿Qué modelos conceptuales son útiles para entender la relación y como predecir las consecuencias? (Hofacker & Belanche, 2016).
- *Desafío 5: Adaptarse a las diferentes experiencias de compra del cliente:* En este momento la experiencia de compra es pública y compartida ya el vendedor no se limita a solucionar problemas del usuario sino tiene en cuenta las diferentes emociones en cada etapa. Esta interacción crea un impacto público en las decisiones de otros consumidores. Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Cómo pueden los gerentes de marketing aprovechar el impacto público para producir ventajas para sus marcas? ¿Cómo se altera la psicología del consumo cuando se hace pública? (Hofacker & Belanche, 2016).
- *Desafío 6: Entender el dinámico sistema C2C:* El boca a boca, ahora poderosamente amplificado por las redes digitales y las plataformas de redes sociales, representa una compleja serie de interacciones de remitentes y receptores (King, Citado por (Hofacker & Belanche, 2016). Ahora se debe pensar en todas las consecuencias de las publicaciones en línea tanto para el remitente como para el receptor. Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Qué tan impactantes son las reseñas de productos? ¿Cómo podemos determinar las características de los Leads para lograr interacciones con los clientes? (Hofacker & Belanche, 2016).
- *Desafío 7: Crear una interacción gamificada atractiva y rentable:* La economía está creando cada vez más monedas y estamos presenciando numerosos sistemas de puntos generados por

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

empresas que compiten por la atención y el deseo de los consumidores. El CRM tradicional se transformará en una práctica por la cual interactuar como en un juego. El uso exitoso de elementos de juego en un contexto digital tiende a crear una experiencia hedónica y agradable, con retroalimentación inmediata, objetivos claros, comparaciones sociales y un estado de flujo (2013). Citado por (Hofacker & Belanche, 2016). Un emprendedor deberá preguntarse: ¿Cuál es el nivel óptimo de dificultad para la interacción gamificada? ¿Qué tipos de elementos de juego funcionan mejor en un contexto de marketing? (Hofacker & Belanche, 2016).

- *Desafío 8: Adaptarse a un conjunto de habilidades de marketing cambiante:* La frecuencia de datos, textos, imágenes y videos traduce que los actores del marketing digital necesitan muchas habilidades para poder hacer su trabajo. Estos miles de recursos se han venido manejando en software especializados para poder comprender cada día mejor la información. Con el paso del tiempo el internet de las cosas (IoT) comenzará a añadir geolocalización a la combinación de tipos de datos con los que los vendedores tendrán que lidiar. Preguntas que se deberá hacer un emprendedor digital: ¿Terminarán los vendedores, o los seguidores de otras disciplinas, como expertos en modelar gráficos sociales de clientes? ¿Terminarán los vendedores como expertos en modelado de geolocalización? ¿Terminarán los vendedores como expertos en minería de textos y de video? (Hofacker & Belanche, 2016).

Los ocho desafíos se agrupan en necesidades de conocimiento en economía, consumidores y marketing agrupados en la siguiente Figura 2.

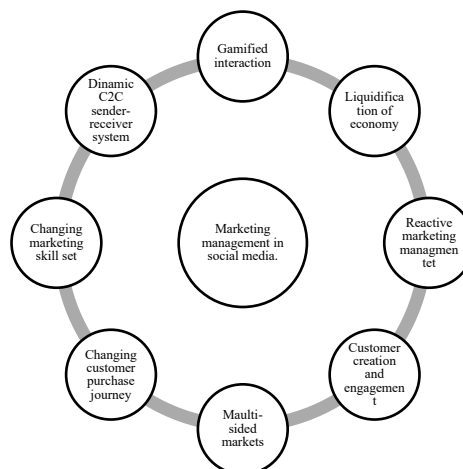


Figura 2 Extraído Marco de desafíos en redes sociales para los gerentes de marketing (Hofacker & Belanche, 2016)

### *Habilidades del emprendedor digital*

El comportamiento de quienes trabajan en empresas que podríamos llamar digitalizadas es distinto al de los empleados y empleadas de las empresas no digitalizadas. (Iniesta-

Cite este artículo como

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. *Eficiencia*, 03(03)

Alemán et al., 2020). La inteligencia artificial, nanotecnología, impresión 3D y otras tecnologías, cambiarán radicalmente el patrón de consumo, producción y negocios así que el nivel de competencias digitales del personal determinará el éxito de los procesos de digitalización. (Belolipetskaya et al., 2020)

A medida que las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente las plataformas de redes sociales y mensajería, se normalizan en la población general, dejan también de ser un factor diferencial profesional. Se puede interpretar que estas competencias digitales se están considerando, cada vez más, como competencias básicas y habituales en cualquier persona, estas competencias van más allá de su desarrollo profesional, hasta el punto de que han pasado de resultar una diferencia positiva, que es valorada por las corporaciones, y se convierte en un factor que descarta un candidato si no dispone de un nivel medio de habilidad. (Iniasta-Alemán et al., 2020).

En la investigación sobre la Transformación del modelo de competencias del personal en el contexto de la transición a la economía digital se presenta el análisis de varios factores para destacar las competencias del personal en la economía digital se determina que el uso de la tecnología digital es un requisito previo para garantizar la competitividad de las estructuras empresariales y el papel de las habilidades "blancas" se convierte en protagonista, incluyendo habilidades cognitivas y socio-culturales (Belolipetskaya et al 2020), en el estudio se categorizan tres módulos basados en competencias para procesos económicos a fin de aumentar la eficiencia.

Módulo I	Trabajar con tecnologías digitales
Módulo II	pensamiento creativo y comportamiento
Módulo III	Habilidades orientadas profesionalmente en el campo de la producción y las actividades gerenciales.

*Tabla 8 Módulos de competencias del personal en el contexto de la transformación digital.*

*Fuente: Elaboración propia de los autores*

En el estudio se habla del concepto de alfabetización digital que fue popularizado por primera vez por P. Gilster en su libro en 1997 citado por Belolipetskaya (2020). El investigador entiende la "alfabetización digital" como "la capacidad de entender y usar

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



información crítica "que se obtiene a través de una computadora. Debido a la rápida propagación de Internet, el uso de este término se ha generalizado y en demanda. Según A. Martín citado por Belolipetskaya (2020) la "alfabetización digital", incluye "la conciencia, las actitudes y la capacidad de las personas para utilizar adecuadamente instrumentos y herramientas digitales" para gestionar o evaluar los recursos digitales. (Belolipetskaya et al., 2020)

Generalmente se acepta determinar los siguientes componentes en la estructura de la "competencia digital" se identifican en el mundo científico los siguientes tipos de "competencia digital" de la Tabla 9.

Competencia en información y medios de comunicación	incluye conocimientos, habilidades, motivación y responsabilidad
Competencia comunicativa	incluye conocimientos, habilidades, motivación y responsabilidad
Competencia técnica	incluye conocimientos, habilidades, motivación y responsabilidad
Competencia del consumidor	incluye conocimientos, habilidades, motivación y responsabilidad

*Tabla 9 Competencias digitales  
Fuente (Belolipetskaya et al., 2020)*

Según el Informe de Desarrollo Digital Global del Banco Mundial "Dividendos Digitales" citado por Belolipetskaya (2020), todas las habilidades que se demandan en la economía digital se pueden dividir en tres grupos: cognitivo, técnicas y sociales y conductuales. Los análisis del Foro Económico Mundial creen que, en los próximos cinco años, más de un tercio de las habilidades que actualmente se consideran importantes en el trabajo profesional cambiarán: Pensamiento crítico, creatividad, capacidad para trabajar con las personas y orientación al cliente.

A su vez, DigComp citado por Belolipetskaya (2020) ofrece formar un modelo de competencias digitales de cinco áreas, a saber: Competencia en Información y Alfabetización de Datos, Competencia en Comunicación y Colaboración, Competencia en Creación de Contenidos Digitales, Competencia en Seguridad, Resolución de Problemas teniendo en cuenta que este modelo no cubre cognitivas y personales, las actitudes de valor (Belolipetskaya et al., 2020).

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

El modelo holístico de competencias consiste en los siguientes tipos de competencias: cognitivas, funcionales, sociales y meta-competencias (Belolipetskaya et al., 2020) descritas en la Tabla 9.

Competencias cognitivas	contienen conocimientos formales e informales, basados en la experiencia
Competencias funcionales	las habilidades que un empleado que lleva a cabo actividades laborales en un campo profesional específico
Competencias sociales	competencias personales y éticas
Mata-competencias	capacidad de hacer frente a la incertidumbre, las enseñanzas y la crítica

*Tabla 10 Competencias digitales desde el modelo holístico  
Fuente (Belolipetskaya et al., 2020).*

Finalmente, los países que están implementando una estrategia integral de habilidades digitales Es extremadamente importante actualizar regularmente las estrategias de habilidades digitales en respuesta a las nuevas tecnologías y su impacto en la economía digital y la sociedad digital.

### *Oportunidades y Futuro digital en las pequeñas empresas*

Las implicaciones de las tecnologías de digital para las empresas y el emprendimiento incluyen nuevos modelos de negocio, nuevos productos, nuevas formas de innovación y la transformación de las empresas establecidas para adoptar su operación empresarial y estrategia a la economía digital (Nambisan, Feldman, 2019). Citado por (Reuschke et al., 2021 P.45). Según el informe sobre el desarrollo mundial en 2019. “En los nuevos modelos de negocios –las empresas basadas en plataformas digitales– están evolucionando, desde su condición de empresas emergentes a nivel local hasta convertirse en gigantes mundiales, a menudo con pocos empleados o activos tangibles”. De esta forma los nuevos modelos de negocios cuando interactúan en este mundo físico y digital están jugando un papel protagónico y disruptivo sobre el futuro sostenible mundial (Banco Mundial, 2019). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han brindado a algunas pequeñas empresas la oportunidad de combinar la independencia y flexibilidad de ser pequeñas con el alcance y el acceso de las grandes empresas, y superar así algunos de los lazos de pequeñez. (Reuschke et al., 2021). “Los

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

avances tecnológicos han aportado a los consumidores nuevos productos y servicios, a menudo ofrecidos gratuitamente". Las plataformas digitales son el elemento central de esa evolución y han tenido efectos disruptivos en muchos sectores de la economía. (ONU, 2019). Por todas estas razones las microempresas inclusive la unipersonales o los autónomos únicos han aportado a la economía mundial del emprendimiento creando microempresas innovadoras dentro de un mundo de pymes grandes y empresas líderes en información y conocimiento. La participación en las cadenas globales de producción suele asociarse con un aprendizaje acelerado, la transferencia de tecnologías y la difusión de conocimientos, en este sentido todas las empresas tanto físicas como digitales son beneficiadas por esta CGV y de igual forma que en los comercios físicos gracias a las empresas basadas en plataformas digitales se están reduciendo considerablemente los costos de logística marketing y comercialización. Y a las empresas pequeñas y Pymes se les facilita la conquista de mercados a través del mundo (Herreros, 2017).

Este panorama facilita el estudio de diversos tipos de actividades emprendedoras habilitadas por el entorno digital, incluidas las de los autónomos y las personas que gestionan empresas desde casa (Reuschke et al., 2021) El presidente y consejero delegado de la firma de servicios de pago PayPal, Dan Schulman, ha asegurado que "todos acabaremos siendo plataformas digitales", independientemente del sector de actividad. Pero eso no es lo más relevante, ha añadido Schulman citado por EFE News (2020) se debe añadir valor al servicio al cliente, para lo cual es preciso dejar atrás un modelo de negocio basado en la marca e implantar otro sistema más colaborativo. (E F E News, 2020). De esta forma Borjon Nieto (2017) manifiesta que después de revisar el perfil de la llamada Nueva Economía. Aunque todavía no hay uniformidad en definirla, se puede decir claramente que la llamada Economía Digital es equivalente a la Economía de Internet y, estirando un poco más el concepto, incluye también a la Economía Colaborativa entre dos personas (P2P), o entre una persona y una empresa (P2B) o entre dos empresas (B2B). (Borjon Nieto, 2017). Se concluye también que en la economía digital los espacios de coworking pueden llegar a

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

ser más importantes en el futuro como constructor de capacidad para las redes informales y el capital social (Reuschke et al., 2021).

### *Emprendimiento digital en Colombia e Iberoamérica*

Colombia no ha sido ajena a esta situación de transformación digital, prueba de ello se evidencia en un creciente apoyo por parte de las administraciones públicas y privadas en la creación de nuevas empresas de base tecnológica en los últimos años, apoyo que se ha evidenciado en el surgimiento de entidades e instituciones cuyo objetivo es impulsar el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras y de base tecnológica, a partir de las ideas y capacidades de los emprendedores. (Lanzas & Lanzas, 2009 P.P.1-2). En América Latina específicamente en Colombia. "Se crearon dos alianzas: la alianza "Caoba", que promueve el uso de big data y la analítica en el país, y el Centro de Excelencia y Apropriación de Internet de las Cosas o Internet of Things (CEA-IoT)". Las dos promueven políticas públicas en estas tecnologías emergentes para impulsar la competitividad del país (ANDI, 2017 P.32). En Colombia el comienzo. "En el 2016, la digitalización de la economía colombiana ha comenzado a avanzar a pasos importantes. El índice de digitalización de tecnologías maduras saltó de 25% a 54% en dos años". Adicionalmente, los avances más significativos se observan en la digitalización de la cadena de suministros y en la etapa de procesamiento/manufactura (MinTic. & CCB, 2018).

Según Rigby, Sutherland y Takeuchi (2016) citado por Lipicki & Terlato (2021), los mayores impedimentos para lograr el éxito en la transformación están relacionados con una mala interpretación de los ejecutivos, quienes suelen asumir que para ser ágiles deben cambiar sus estructuras, cuando en realidad deben reformular los roles, creando equipos multifuncionales de diferentes disciplinas que, altamente empoderados, aprendan a trabajar juntos al mismo tiempo. Del mismo modo, deben replantear sus modelos de liderazgo. En una organización ágil, se busca suprimir las órdenes

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

reemplazándolas por la guía a sus equipos, con preguntas inspiradoras, facilitando el análisis y la toma de decisiones descentralizada. (Lapicki & Terlato, 2021)

En el estudio sobre emprendedores Iberoamericanos se encuentran numerosas investigaciones sobre los emprendedores iberoamericanos agrupadas en estudios sobre claves de éxito, motivación y factores externos de España, Argentina, Brasil, Costa Rica, México, Colombia y Venezuela (Sung Park & Duarte Masi, 2015), basados en el estudio hemos agrupado las diferentes características para el perfil de emprendedor iberoamericano.

Desde el contexto	poder identificar buenas oportunidades de negocio en el entorno redes personales como fuente de recurso para nuevas oportunidades. ve en los problemas oportunidades y desarrolla un sentido de pertenencia con la organización; genera confianza, relaciones de mutuo apoyo e interdependencia
Desde la personalidad	Mente positiva de los emprendedores, no tener miedo al fracaso, compromiso, determinación y perseverancia, capacidad para alcanzar metas, orientación a las metas y oportunidades; iniciativa y responsabilidad, persistencia en la solución de problemas, realismo, auto confianza, altos niveles de energía, buscador de retroalimentación, proactivo para construir su desarrollo integral, se gerencia a sí mismo, no tiene temor de ensayar nuevas alternativas, de equivocarse y de aprender de los errores, hace su trabajo con pasión, intenciones emprendedoras. iniciativa, independencia, capacidad de adaptación y constancia esfuerzo, trabajo arduo, dedicación y sentir pasión por lo que se hace.
Desde el punto de vista técnico	poseer experiencia o conocimientos previos, habilidades necesarias para crear y dirigir una nueva empresa. Planificación

*Tabla 11 Perfil del emprendedor Iberoamericano.*

*Fuente: Elaboración propia*

## La creatividad

### Contexto histórico de la creatividad

Williams, Rich, Runco, Mark A. y Berlow, Eric (2016 P.43) hicieron un análisis detallado de las investigaciones relacionadas.

*“En los últimos 25 años de investigación de creatividad. Los tres temas clave más grandes (36% de todos los documentos) reflejan tres focos dominantes de investigación de creatividad: (a) innovación en el lugar de trabajo, (b) el papel de la personalidad y la inteligencia en el pensamiento divergente y (c) el rendimiento creativo”*

con un enfoque en la generación de ideas.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

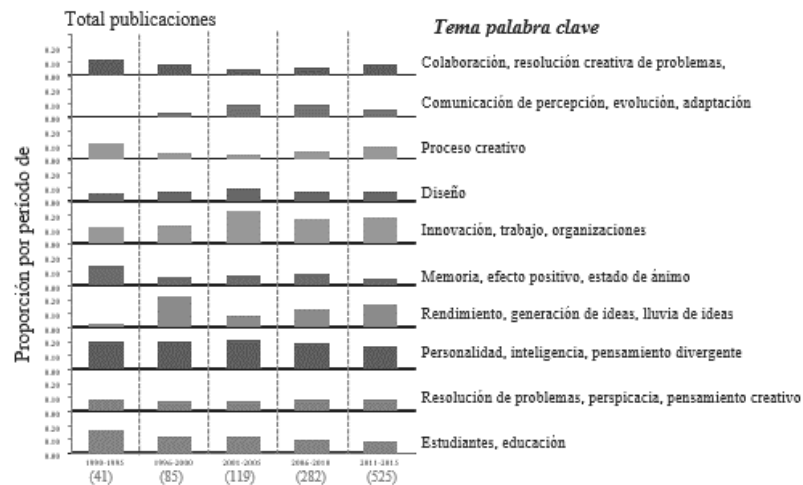


Figura 3 Extraída de las Investigaciones sobre creatividad últimos 25 años (Williams et al., 2016)

Llama la atención como las investigaciones sobre Innovación, trabajo y organizaciones están fundamentalmente en el periodo 2001-2005 Investigación fundamental y las investigaciones sobre personalidad, inteligencia y pensamiento divergente han tenido un importante aporte desde 1990-2015. Sobre creatividad en educación y resolución de problemas colaborativos alcanzó su punto máximo a principios de 1990's. Los beneficios de la creatividad son ahora ampliamente reconocidos al menos tan obvios son los beneficios de la creatividad para la educación, los negocios, la ciencia, la tecnología, las artes e incluso la salud por esto no es de extrañar que la investigación sobre la creatividad esté creciendo más rápido que nunca (Williams et al., 2016).

Significativamente, Kahl et al. citado por Williams (2016) encontró que las palabras *innovación* y *creatividad* tendían a ser utilizadas indistintamente, al menos en algunos campos. Esto es contrario a lo que se hace en la investigación de la creatividad, donde la innovación se considera dependiente de esa creatividad (por ejemplo, Runco, Zhang et al. inferido cinco temas principales: creatividad aplicaciones, patología y fisiología de la creatividad, creatividad individual, creatividad organizacional, y teorías y metodologías. También infirieron que se estaba dedicando muy poca atención al proceso creativo. Una

Cite este artículo como

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. *Eficiencia*, 03(03)

distinción entre creatividad e innovación reside en que la primera alude a la gestación de ideas novedosas y la segunda al hecho de llevarlas a la práctica (Malbrán, 2021).

Los tres temas clave más grandes, de todos los documentos, reflejan tres focos dominantes de la investigación de la creatividad en los últimos 25 años a) la innovación en el lugar de trabajo (b) los roles de la personalidad y la inteligencia en el pensamiento divergente, y (c) el rendimiento creativo con un enfoque en la generación de ideas (a diferencia de otros aspectos del proceso creativo) (Williams et al., 2016).

La teorización y la investigación sobre la creatividad han mostrado continuo desarrollo en la Psicología Cognitiva desde la segunda mitad del siglo XX (cfr. Kaufman y Sternberg, 2010) citado por (Malbrán, 2021).

Guilford	Sobre el pensamiento convergente y divergente (1967)
Terman (1940)	Los estudios longitudinales sobre el genio (1925-1959) dando origen a la cuestión de las relaciones entre inteligencia y creatividad.
Bruner (1960, 1999)	el aprendizaje por descubrimiento propuesto que consiste en plantear hipótesis y tratar de confirmarlas, lo que se traduce en capacidades para la expresión oral y escrita, la imaginación, la resolución de problemas y la flexibilidad mental.
(Luria, 1984)	el papel del lenguaje en la formación de conceptos, destacó el papel del lenguaje para reflejar nexos y relaciones complejas, formar conceptos, elaborar conclusiones y resolver problemas.
Cattell (1971)	la inteligencia cristalizada y la fluida
DeBono (1974)	definió el pensamiento lateral que se apoya en ideas que salen de lo habitual, distintas de las preconcebidas para buscar caminos alternativos en la solución de problemas y el pensamiento vertical como el que se ajusta a los cánones de la lógica.
Ausubel (2002)	el aprendizaje significativo por recepción y por descubrimiento de con especial consideración al estado de preparación previa y al empleo de materiales potencialmente significativos.
Wertheimer	el pensamiento productivo y reproductivo según
la Psicología de la Gestalt (1991).	Las dicotomías entre estilos de pensamiento se refieren a la naturaleza más que a la complejidad de los procesos cognitivos.
Wertheimer	Las dicotomías entre estilos de pensamiento se refieren a la naturaleza más que a la complejidad de los procesos cognitivos.
Piaget (2012)	La hipótesis del conflicto cognitivo que introdujo el concepto de equilibrio como impulsor de la acción.
Torrance (1966, 1974)	Caracterizó la creatividad como pensamiento divergente cuyos atributos son la fluidez, la flexibilidad y la originalidad.

*Tabla 12. Investigaciones sobre creatividad*

*Fuente (Malbrán, 2021)*

Pensar diferente supone el relativismo, un logro evolutivo referido a la flexibilidad. Los dilemas crean el conflicto cognitivo y permiten ahondar en el razonamiento que subyace a las respuestas. Testimonian el paso del pensamiento dualista al relativista (Colby y Kohlberg, 1987) citado por (Malbrán, 2021).

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

### *Perspectivas de la creatividad*

Runco, Johnson & Gaynor (1999) enumeraron un gran número de decisiones que aumentan la probabilidad de ser creativos. Estos complementaron los enumerados por Sternberg. Algunos son bastante personales e incluyen cosas como decidir qué problemas resolver y cómo invertir el tiempo (M. A. Runco, 2017). Para iniciar podemos decir con base en López y Recio (1998) citado por Alcaráz Rodríguez (2011) que la creatividad es un proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original. Es un estilo de actuar y de pensar que tiene nuestro cerebro para procesar la información y manifestarse mediante la producción de situaciones, ideas u objetivos innovadores que puedan, de alguna manera, trascender o transformar la realidad presente del individuo (López y Recio, 1998; Liberal, 1998). Algunos autores, como Eduardo Kastika (1999) citado por Alcaráz Rodríguez (2011), consideran que la creatividad no se debe definir de modo teórico, porque en el afán de buscar una definición única se limita el potencial del concepto y, por lo tanto, no se le precisa correctamente.

*“No obstante, al consensuar y definir la creatividad, podemos decir que es la capacidad para ver nuevas posibilidades en todo lo que está alrededor; observar las cosas de manera diferente a su apariencia, visualizar lo no existente, pero que pudiera ser”.*

La persona creativa sobrepasa el análisis de un problema e intenta poner en práctica un cambio (agregar novedades y las formas de hacerlas y verlas). (Alcaráz Rodríguez, 2011 P.12).

Otros autores explican la creatividad como una actividad intelectual que forma parte de lo que se denomina “pensamiento divergente”, el tipo de pensamiento que, ante un problema específico, formula varias opciones, en oposición al “pensamiento convergente” que ocurre cuando sólo es posible una solución. (Alcaráz Rodríguez, 2011). Las innovaciones conjugan el proceso, el producto y la experiencia al servicio de la resolución de problemas, se vinculan con el pensamiento divergente y con las habilidades para la transformación propuestas en 1950 por Guilford estas habilidades

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



involucran reorganizar la información, desechar formas corrientes de pensamiento y revisar lo que se conoce para integrar nuevos patrones o modelos. (Malbrán, 2021).

La creatividad y la innovación movilizan procesos mentales como la asociación, la memoria, el pensamiento divergente y la meta cognición. El habla habitual y el humor – formas de expresión del lenguaje– se basan en procesos, habilidades y disposiciones cognitivas. El lenguaje habitual recurre a dichos, motes y apelativos en una audiencia de significados compartidos. (Malbrán, 2021).

### *El potencial creativo en crisis*

Uno de los investigadores más reconocidos en el tema de creatividad, Mark Runco considera que desafortunadamente para el potencial creativo, hay indicios de que las cosas están empeorando y no están mejorando, sugiere que los potenciales creativos están siendo relegados, o incluso sofocados (M. Runco, 2015). La misma tendencia es evidente en la investigación de la creatividad, al menos en que cada vez se presta más atención a las personas que ya son productivas y se presta menos atención al mero potencial (Kasof, 1995; Runco, 1995). Esta crisis es el resultado de internet, y en el particular, de las redes sociales (por ejemplo, Facebook, Twitter) como lo afirma el estudio *The 2010 Creativity Crisis and the Real Creativity Crisis* que explora los problemas con las redes sociales y los medios de comunicación y los vincula a la investigación sobre la creatividad (M. Runco, 2015).

La crisis se origina porque una enorme parte de la población en general ahora está utilizando las redes sociales, diariamente, o varias veces al día; las redes sociales ponen al individuo en una posición en la que sus ideas, pensamientos y comportamientos están expuestos a una audiencia, y el público puede responder y juzgar a la persona que publica material; y una gran literatura señala la autonomía, la independencia y los procesos intrínsecos en lugar de extrínsecos como requisitos para el comportamiento creativo; y cualquiera que publique material en una red social es probable que reciba presiones

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

extrínsecas que pueden inhibir fácilmente los procesos intrínsecos que mejor permiten el *pensamiento creativo* (M. Runco, 2015).

La tecnología, en particular las redes sociales, incide en la percepción de que la desigualdad va en aumento en muchos países. Las personas han aspirado siempre a una mejor calidad de vida y la mayor exposición, a través de las redes sociales y otras comunicaciones digitales, a estilos de vida y oportunidades diferentes a menudo divergentes no hace más que exacerbar esta sensación de frustración (Banco Mundial, 2019).

Las redes sociales a menudo están diseñadas para provocar reacciones. Hay una presión implícita para comentar sobre otros, para "votare up" ideas o publicaciones, para indicar si "te gusta" lo que otros han publicado, para involucrarse en un proceso que sólo conduce en una dirección convencional. La creatividad es difícil cuando una persona es convencional; a menudo es un acto o idea poco convencional. Sin duda, algunos individuos tienen valores, actitudes o disposición que los protegerán de cualquier efecto debilitante. Y no hay duda de que alguien que experimenta las presiones extrínsecas de las redes sociales se abrochará y pensará menos creativamente (M. Runco, 2015).

### *El pensamiento creativo*

*"La creatividad se ha estudiado con amplitud en los campos fisiológico y psicológico, de modo que existe la clara percepción de que puede desarrollarse. No obstante, es innegable que ciertas situaciones la limitan o no facilitan su expresión"*

para Alcatraz Rodríguez (2011 P.34) el emprendedor puede desarrollarla aplicando los siguientes hábitos: Arriesgarse, sin temer al ridículo o fracaso, buscar siempre la excelencia en lo que se hace, encontrar soluciones diferentes a un mismo problema, tener la costumbre de buscar información cuando haga falta, no descartar ideas sin haberlas analizado con detenimiento, no criticar las ideas de los demás, cuando se falle en una primera ocasión, volver a intentarlo, ser proactivo, interesarse por diversos temas, aunque estén fuera de nuestra especialidad, rodearse de personas optimistas y creativas,

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

permitirse soñar, dejar de depender de la estructura extrema, en especial cuando se buscan opciones de solución a problemas determinados, divertirse lo más que pueda durante el proceso, así dará libertad al pensamiento, mantener una elevada autoestima y utilizar rutinas diferentes; romper paradigmas. (Alcaráz Rodríguez, 2011).

El *pensamiento creativo* se nutre de la inteligencia cristalizada y la fluida, la primera se define como la habilidad para usar los conocimientos y la experiencia en la adquisición, retención, estructuración y conceptualización de la información y la inteligencia fluida consiste en derivar inferencias y relaciones entre conceptos y se asimila al *pensamiento creativo*. (Malbrán, 2021). Los procesos de pensamiento divergentes y convergentes se han atribuido a dos procesos fundamentales que desarrollan la creatividad, este modelo de doble proceso se ha convertido en un modelo que está constituido por procesos generativos y exploratorios (Jia & Zeng, 2021)

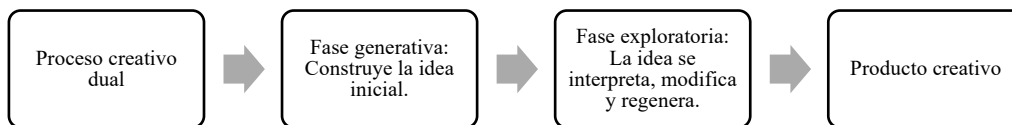


Figura 7 El proceso creativo Fuente: Científica reports (Jia & Zeng, 2021)

Dentro de este proceso el exploratorio puede ser visto como interacciones entre muchos subprocesamientos en el que se diversifica la creatividad, como la interpretación de ideas, la generación de ideas, la evaluación de ideas y la superación de la fijación. Se ha propuesto un modelo integrado de creatividad de doble proceso para describir sistemáticamente el cambio entre la generación de ideas y la generación de ellas (Jia & Zeng, 2021). Este modelo propone modelar el proceso incluyendo los motores: Asociativos e inferencia.

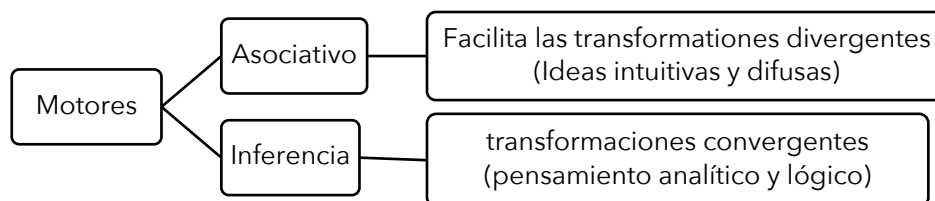


Figura 5. Motores asociativos.

Cite este artículo como

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. *Eficiencia*, 03(03)

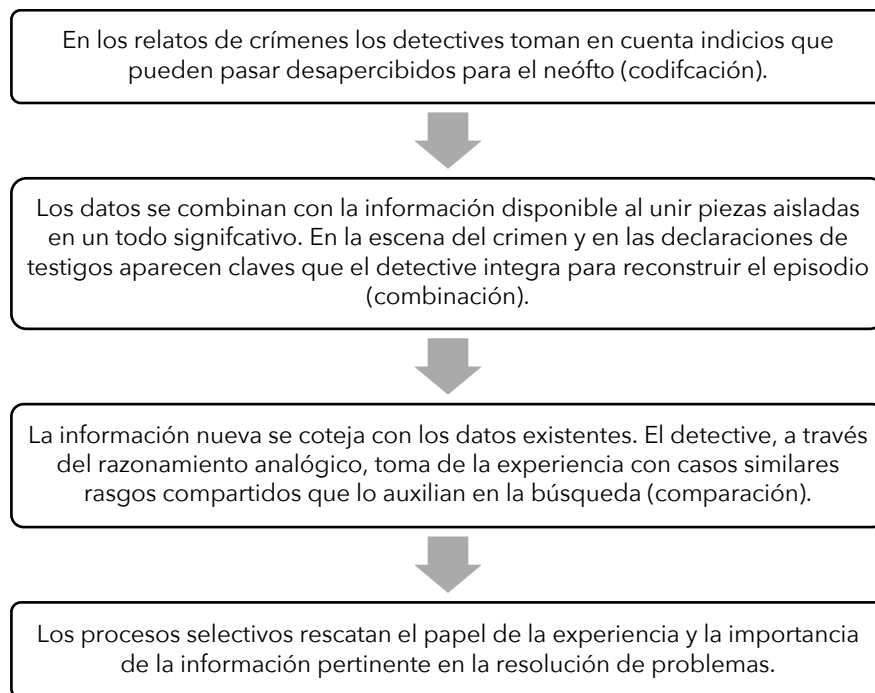
El modelo indica que el razonamiento de diseño es un proceso no lineal durante el cual los problemas de diseño, las soluciones de diseño y el conocimiento de diseño evolucionan simultáneamente a soluciones altamente impredecibles que podrían ser creativas. Del mismo modo, se ha modelado un proceso de diseño creativo como un proceso co-evolutivo entre el problema del diseño y los espacios de solución. Generalmente, los procesos creativos aplican todo tipo de actividades en diferentes dominios que hacen uso de mentalidades creativas, pensamiento analítico, pensamiento judicial y pensamiento sintético (Jia & Zeng, 2021).

La resolución de problemas es una herramienta del pensamiento lo que nos interesa es el proceso mediante el cual se resuelven los problemas. Una explicación es el *Insight* caracterizado por la Psicología de la Gestalt citado por Malbrán (2021) como la aprehensión súbita de relaciones en contraposición al resultante del tanteo o ensayo y error. Wertheimer (1945, 1991) citado por Malbrán (2021) afirmó que los pensamientos nuevos emergen en la mente en forma global y completa. El carácter repentino ha sido puesto en duda como condición imprescindible. Según Sternberg (1986) los procesos de *Insight* son selectivos mediante la codificación, la combinación y la comparación (Malbrán, 2021).

En su estudio Malbrán (2021) utiliza la metáfora del detective para explicar el proceso de solución de problemas de la siguiente manera:

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



*Figura 6. Metáfora del detective Fuente: (Malbrán, 2021)*

La resolución de problemas abarca identificar, anticipar, definir o construir un problema. Cuando se trata de planteamientos innovadores moviliza la intuición, la heurística, el “me parece”. La intuición muestra el delicado límite entre la habilidad para comprender de manera clara e inmediata con un mínimo de información y la intervención de la razón. La heurística es una estrategia de la indagación y el descubrimiento, es el arte de descubrir (Bruner, 1999) citado por Malbrán 2021.

### *El perfil del pensador creativo*

Las personas creativas poseen varias características básicas: son observadoras; ven las cosas en forma diferente a los demás; son independientes; están motivadas por sus talentos y valores; son capaces de visualizar al mismo tiempo muchas ideas y compararlas, para integrarlas en una síntesis; además, son muy sensibles y tienen un amplio sentido de libertad, las siguientes son características del pesador creativo (Alcaráz Rodríguez, 2011):

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

Flexibilidad de pensamiento, Capacidad de juicio y de adaptación ante cualquier situación, Originalidad e imaginación, Sensibilidad hacia los problemas, Espíritu de investigación, Uso adecuado y provechoso de los errores, Disposición para tomar riesgos, Altas autoestima y autosuficiencia, Alto grado de curiosidad, Su conocimiento es base de ideas nuevas, Disposición para el uso de metáforas y analogías en la solución de problemas, Se rigen por criterios estrictos y exigentes, Procuran lograr un buen equilibrio entre subjetividad y objetividad, Aceptan con facilidad la confusión y la incertidumbre, Pueden dejar a un lado los compromisos emocionales, Son capaces de considerar diferentes puntos de vista sobre un mismo tema, No se apresuran para conducir una obra determinada, Están orientados a la autocrítica y aceptan con facilidad las observaciones de los demás, de acuerdo con lo anterior, la creatividad es un conjunto de cualidades no sólo de carácter intelectual o cognoscitivo, sino también emocional y social (Alcaráz Rodríguez, 2011).

Como se puede observar, hay diferentes variables involucradas en el estudio de los rasgos de la persona creativa, los principales son la inteligencia, la motivación y la conducta situacional. En este punto afirmamos que la creatividad no es tan sólo una característica de la personalidad, sino que también puede ser vista como un proceso, un producto, incluso como una construcción social (López, 2000) citado por (Alcaráz Rodríguez, 2011).

El *pensamiento creativo* se basa en la capacidad de hacer asociaciones remotas y combinar fructíferamente conceptos no relacionados. Por lo tanto, las asociaciones originales y las asociaciones y biasociaciones (es decir, asociaciones a uno y dos conceptos, respectivamente) se consideran procesos cognitivos elementales de cognición creativa (Benedek et al., 2020a).

Para muchas actividades cognitivas rutinarias, es crucial recuperar rápidamente información relevante y estrechamente relacionada con el fin de producir respuestas apropiadas. El *pensamiento creativo*, sin embargo, normalmente requiere evitar las

*Cite este artículo como*

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). *El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

asociaciones dominantes comunes para producir respuestas originales. La generación de asociaciones puede ocurrir ya sea a través de mecanismos espontáneos, asociativos libres y o a través de mecanismos controlados dirigidos por objetivos (Beaty et al., 2014; Benedek Sowden ). Citado por (Benedek et al., 2020b)

Las teorías de creatividad también enfatizan que el *pensamiento creativo* requiere descubrir asociaciones que conecten dos conceptos no relacionados de una manera fructífera. La generación de un vínculo asociativo de este tipo se puede denominar bi-asociación (o bisociación, véase (Benedek et al., 2020b).

### *El pensamiento innovador*

El Design Thinking o pensamiento de diseño, es un método para desarrollar soluciones creativas e innovadoras. Nace en los años setenta de la mano de Tim Brown (profesor de Stanford), quien luego crearía IDEO. Según Frías (2019) citado por Lapicki & Terlatto (2021), esta metodología permite establecer un vínculo estrecho entre diseñadores, consumidores y empresas para encontrar mejores soluciones a través de la exploración y de la empatía.

Muchas de las preocupaciones sobre las redes paralelas a las dirigidas a esa *lluvia de ideas*. Un poco de evidencia sugiere que, al hacer una lluvia de ideas, hay una pérdida de *productividad* (Diehl & Stroebe, 1987, 1991; Mullen, Johnson y Salas, 1991), tal vez debido a las evaluaciones esperadas, el *pan social* o a la presencia de otras personas (Larey & Paulus, 1999; Rubenson & Runco, 1995). Rubenson y Runco describieron cómo es probable que haya una relación lineal pero inversa entre el número de personas presentes y la originalidad de las ideas producidas.(M. Runco, 2015)

Pensar diferente es una construcción individual y social. La actitud innovadora requiere atreverse, aceptar el riesgo, cambiar, renunciar al conformismo. Las realizaciones pueden ser colectivas mediante el aprendizaje colaborativo a través de los pares (Vigotsky, 1964) citado por Malbrán 2021.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

### *El contexto del proceso creativo*

Los mercados laborales modernos exigen creatividad, trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas y pensamiento crítico en entornos en constante cambio (Grupo Banco Mundial, 2016). El pensamiento innovador está influido por el contexto sociocultural que le otorga significado pudiendo estimularlo o inhibirlo (Malbrán, 2021).

Como actividad previa de innovación, la creatividad es una solución afectiva para mantener la ventaja competitiva de una organización empresarial. La literatura proporciona muchas piezas de evidencia para una asociación positiva entre los comportamientos de intercambio de conocimientos y la creatividad (Dong, Bartol, Zhang y Li, 2017) Por ejemplo, Dong et al. (2017) informó que el comportamiento de intercambio de conocimientos a nivel de equipo tiene un impacto positivo en la creatividad individual y de equipo (Dong et al., 2017).

*La incertidumbre:* Según Palacios (2020) citado por Lapicki & Terlato (2021) cuando la incertidumbre es baja existe causalidad, es decir se puede asociar causa con efecto. En cambio, en el lado opuesto, existen situaciones inciertas, las que normalmente ocurren por primera vez y para las cuales no existe práctica previa, por lo que las causas y efectos no están claros y, por lo tanto, el uso de la experiencia no es el mejor método para predecir los resultados. Existen personas que se enfrentan a un trabajo complejo y de alta incertidumbre. Entre ellos se puede mencionar a los médicos, abogados, ingenieros de software y muchos otros que se dedican a solucionar problemas. Este tipo de trabajos exhibe altas tasas de cambio y riesgo, y puede presentar problemas para los enfoques tradicionales que apuntan a cuestiones más definibles con procedimientos más claros y prácticas que ya han tenido éxito en el pasado (Project Management Institute, 2017) citado por Lapicki & Terlato (2021). Las características del trabajo industrial comparado con el trabajo del conocimiento nos llevan a esta Tabla 13.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



Trabajo Industrial	Trabajo del conocimiento
Estándares estrictos	Innovación continua
Gestión y control	Autonomía y creatividad
Foco en la cantidad	Foco en la calidad
Estable	Cambiante
Más estructura	Menos estructura
Menos decisiones	Más decisiones

*Tabla 13 Trabajo industrial Vs Trabajo de conocimiento*

*Fuente Adaptada de Revolución Agile (Saiz, 2018) citado por Lapicki & Terlato (2021)*

Para abordar escenarios complejos, muchas veces se necesita recurrir a la creatividad, a la innovación y la ruptura con el pasado. Y en ese contexto, los marcos de trabajo ágiles son un buen comienzo (Cyment, 2017) citado por Lapicki & Terlato (2021). En las empresas tradicionales lo más intuitivo es tomar el error como un gasto o una pérdida; sin embargo, en el mundo de la agilidad se lo considera una inversión, dado que no solo se aprende lo que no debe hacerse, sino que el universo de posibles soluciones se ve reducido, el error sitúa a los equipos más cerca de la solución. (Lapicki & Terlato, 2021).

Una tarea inicialmente novedosa llega a ser rutinaria como producto del ejercicio. Según el grado de novedad, las respuestas se disponen en un continuo desde las convergentes – ligadas al pensamiento analítico y lógico– hasta las divergentes que tienden a ser más intuitivas y difusas (Malbrán, 2021).

#### *Pensamiento creativo, lenguaje y humor como expresiones verbales.*

En el habla habitual, el pensamiento innovador se expresa mediante exclamaciones de perplejidad y asombro acerca de la novedad u originalidad de las respuestas propias o de otros. Las palabras connotan diferente tono emocional según el momento, lugar en que se emplean y poder para evocar representaciones así que una de las manifestaciones del pensamiento innovador son los absurdos verbales que ponen en juego la interpretación y la competencia semántica para advertir la incompatibilidad de las premisas. La aparente falta de sentido desafía la lógica y la relación de causalidad.(Malbrán, 2021).

El humor en las diferentes formas y estilos conjuga componentes cognitivos relativos al pensamiento sintético (condensación), al crítico (ironía y sátira), a la asociación significativa

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

(interpretación), a la disonancia y al conflicto cognitivo. Recupera elementos de las memorias episódica y semántica y del pensamiento divergente sin renunciar a la experiencia aquilatada en la historia y la realidad del contexto social. El chiste transmite mensajes utilizando modos de codificación simbólica que apelan al conocimiento del destinatario y a la experiencia social y provocan hilaridad e interés por desentrañar el mensaje.(Malbrán, 2021). El humor adopta formas simples y sutiles, lenguaje coloquial y formal, expresiones directas y analógicas, paradójicas y metafóricas basadas en enlaces asociativos reales inmediatos o abstractos lógico-verbales (Luria, 1984)

## Resultados

### Perfiles del emprendedor digital y el pensador creativo

El tema que vamos a desarrollar a continuación es el análisis de palabras o minería de palabras, haciendo uso de la herramienta Atlas Ti 9.

En el del perfil creativo se analizaron 3.720 palabras y en el perfil de la emprendedora digital 6.105, se descartaron las preposiciones y se unificaron las palabras con vínculos gramaticales y sinónimos para llegar a las 50 palabras más frecuentes en cada una de los perfiles.

### El perfil creativo

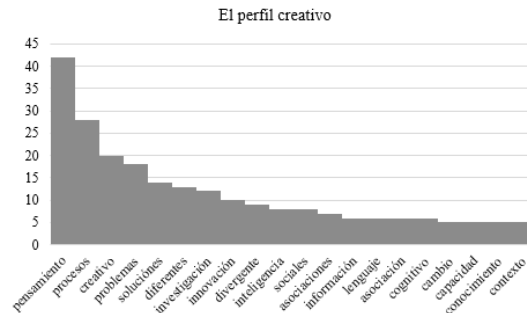
Construyendo el perfil con base en las habilidades o características personales más comunes según el análisis histórico de palabras comunes de la creatividad podemos resumir el siguiente perfil.

Una persona que tiene un perfil creativo posee un pensamiento divergente, con capacidad de construir procesos que le permiten encontrar soluciones a diferentes problemas, gusta de la investigación y la innovación, entiende la necesidad de las relaciones sociales para general asociaciones y compartir información. Utiliza el lenguaje

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

creativo y es consciente que debe conocer el contexto para tener capacidad de cambio y generar conocimiento.

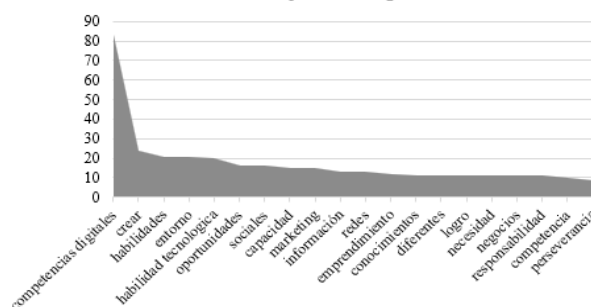


*Figura 7 Perfil creativo. Fuente Elaboración propia*

### Perfil del emprendedor digital

Construyendo el perfil con base en las habilidades o características personales comunes según el análisis histórico de palabras comunes en el emprendimiento podemos resumir el siguiente perfil.

El perfil del emprendedor digital es una persona posee competencias digitales, conocimiento en marketing, gusto por los negocios y el emprendimiento. Habilidad para entender entornos digitales y descubrir las oportunidades con la información que identifica en las redes. Está en capacidad de determinar las necesidades de sus clientes para lograr formar redes sociales. Identificar la competencia y entiende que los negocios se administran con responsabilidad, perseverancia. Para él los problemas son un desafío que generan oportunidades de mejora.



*Figura 8 Perfil del emprendedor digital*

Cite este artículo como

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. *Eficiencia*, 03(03)

Para determinar el *Insight del pensamiento creativo* y su influencia en el perfil del emprendedor digital se puntuaron cada una de las palabras valorando su influencia en una escala de 1 a 5 siendo 1 la de menor influencia y 5 la que tiene mayor influencia mostrando los siguientes resultados.

Palabra	Perfil del emprendedor digital	Puntuación
competencias digitales	83	5
crear	24	5
habilidades	21	5
entorno	21	5
habilidad tecnológica	20	4
oportunidades	16	5
sociales	16	5
capacidad	15	4
marketing	15	4
información	13	0
redes	13	4
emprendimiento	12	5
conocimientos	11	2
diferentes	11	5
logro	11	5
necesidad	11	0
negocios	11	4
responsabilidad	11	4
competencia	10	0
perseverancia	9	5
problemas	9	5
desafío	8	5
motivación	8	4
trabajo	8	4
valores	8	4
cliente	7	4
comunicación	7	5
confianza	7	5
consumidores	7	4
enfoque	7	5
experiencia	7	4
independencia	7	4
interacción	7	5
preguntarse	7	5
vendedores	7	4
autoconfianza	6	5
comportamiento	6	5
crecimiento	6	4
flexibilidad	6	5
ideas	6	5

Cite este artículo como

Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como *Insight* para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. *Eficiencia*, 03(03)

impacto	6	5
iniciativa	6	5
innovación	6	5
poder	6	4
riesgo	6	5
compromiso	5	5
consumidor	5	0
control	5	5
idea	5	5
metas	5	5
		4.22

*Tabla 14. Valoración de Insight del pensamiento creativo en el perfil del emprendedor digital*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Discusión y conclusión

El desarrollo del presente documento nos permite establecer la importancia de la combinación de factores técnicos y de conocimiento con aspectos más abstractos que se relacionan con la creatividad.

A partir del desarrollo de esta investigación se logró establecer que el pensamiento y las competencias digitales generan una relevancia significativa en relación a las características del emprendedor digital y en el pensador creativo se evidencia la necesidad del desarrollo de las competencias de base tecnológica para el buen logro y consolidación de proyectos de emprendimiento digital.

El perfil del sujeto de estudio construido es necesario para afrontar los ocho diferentes desafíos contruidos por Hofacker & Belanche (2016); en el caso de la licuefacción la necesidad de construir las ofertas que dan valor agregado a su estrategia de marketing, la adaptación requerida para reaccionar de manera reactiva requiere altas dosis de creatividad, la gestión y creación del compromiso con el cliente que implican la interacción con el comprador y como incrementar la creatividad del cliente, para poder gestionar los mercados multi-side se requieren altas dosis de habilidades para poder crear la mezcla de marketing ideal, la capacidad de adaptarse a diferentes experiencias de compra del cliente no solamente solucionando sus problemas sino aprovechando los impactos de las redes

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

sociales, la gestión de forma responsable de la amplificación que genera el boca a boca, el crear contenido gamificado y atractivo en función de un contexto digital con interacciones dinámicas y finalmente y no la menos importante; se requiere pensamiento creativo para adaptarse a todas las habilidades que se requieren para gestionar los miles de recursos especializados para modelar el comportamiento de todo el ecosistema digital.

Otro aspecto significativo de la información recolectada es la identificación de características, se evidencian factores en los que la puntuación es bastante alta, y son fáciles de identificar, sin embargo, hay otros aspectos como la confianza, la motivación y la independencia que comparten una puntuación muy similar no tan alta pero que son relevantes a la hora de definir el perfil del emprendedor digital.

## Referencias bibliográficas

- Alcaráz Rodríguez, R. (2011). El Emprendedor de éxito Rafael Alcaráz Rodríguez Cuarta edición. El emprendedor de éxito, 4(1), 1-30. [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42990345/Comprension\\_lectora\\_Curso\\_emprendedorismo\\_e\\_inversion\\_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1491498034&Signature=D1U7mfBOuxgTyys7yNdwuHzcANc%3D&response-content-disposition=inline%3B file](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42990345/Comprension_lectora_Curso_emprendedorismo_e_inversion_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1491498034&Signature=D1U7mfBOuxgTyys7yNdwuHzcANc%3D&response-content-disposition=inline%3B file)
- ANDI. (2017). Economía Digital - Economía y transformación digital. Estrategia para una nueva industrialización. Colombia, un país de oportunidades, 40-69. <http://proyectos.andi.com.co/Libro2/Paginas/assets/docs/capitulo-02.pdf>
- Ausubel, D. (2002). Adquisición y retención del conocimiento. Barcelona, Paidós
- Banco Mundial. (2019). Informe sobre el Desarrollo Mundial 2019: La naturaleza cambiante del trabajo. Cuadernillo del "Panorama general", 151. <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2019>
- Belolipetskaya, A., Golovina, T., Polyanin, A., & Vertakova, Y. (2020). Transformation of the personnel competency model in the context of the transition to the digital Christensen, M. A. (1994). The identification of business starters using attitude measurements. University of Calgary. economy. E3S Web of Conferences, 164. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016409005>
- Benedek, M., Jurisch, J., Koschutnig, K., Fink, A., & Beaty, R. E. (2020a). Elements of creative thought: Investigating the cognitive and neural correlates of association and bi-association processes. NeuroImage, 210(July 2019), 116586. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2020.116586>

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

- Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación; para administración y economía (1a. ed.). Santafé de Bogotá: Pearson Education..
- Borjon Nieto, J. J. (2017). Nueva economía para un desarrollo más. Revista ciencia administrativa., 9, 1-18.
- Bruner, J. S. (1999). The process of education. 25° ed. Cambridge, Harvard University Press
- De la Garza, M. T., Zavala Berbena, M. A., & López Lemus, J. A. (2017). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. Universidad & Empresa, 4, 53-74. <http://search.proquest.com/docview/1033003139?accountid=142358>
- DeBono, E. (1974). El uso del pensamiento lateral. Buenos Aires, La Isla
- Dong, Y., Bartol, K. M., Zhang, Z. X., & Li, C. (2017). Enhancing employee creativity via individual skill development and team knowledge sharing: Influences of dual-focused transformational leadership. Journal of Organizational Behavior, 38(3), 439-458. <https://doi.org/10.1002/job.2134>
- E F E News. (2020). Davos ve en inteligencia artificial y 5G las claves de la economía digital. 1-3. <https://forbescentroamerica.com/2020/01/21/davos-ve-en-inteligencia-artificial-y-5g-las-claves-de-la-economia-digital/>
- Guilford, J. P. (1967). The nature of human intelligence. Nueva York, McGraw-Hill.
- Guerra, O., Hernández, D. y Triviño, G. (2015). Incubadora de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. Revista Universidad y Sociedad, 7(1), 110-114 [consultado 24 Ago 2018]. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-3620201500010 0016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-3620201500010 0016).
- Grupo Banco Mundial. (2016). Dividendos digitales. Panorama General. En Choice Reviews Online (Vol. 53, Número 11). <https://doi.org/10.5860/choice.196952>
- Herreros, S. (2017). América Latina y el Caribe en las cadenas globales de valor. En Seminario "Cadenas globales de valor: desafíos y oportunidades para la Alianza del Pacífico y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático". <https://doi.org/ISSN 1680-869X>
- Hofacker, C. F., & Belanche, D. (2016). Ocho retos de los medios sociales para los Directores de Marketing. Spanish Journal of Marketing - ESIC, 20(2), 73-80. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.07.003>
- Iniesta-Alemán, I., Segura-Anaya, A., & de la Iglesia, A. C. M. (2020). Las competencias digitales como recurso intangible en la empresa. Prisma Social, 29, 155-171. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0.085091083313&partnerID=40&md5=3cfa6a59e0910c3c1952f57483076fcb>
- Javier, O., Méndez, M., Paz, E. Á., Jasive, S., & Martínez, S. (2021). Micro Emprendedores Bajo Covid-19. TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 23(1), 67-84.
- Jia, W., & Zeng, Y. (2021). EEG signals respond differently to idea generation, idea evolution and evaluation in a loosely controlled creativity experiment. Scientific Reports, 11(1), 1-20. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-81655-0>
- Lanzas, V. E., & Lanzas, A. M. (2009). Propuesta Para Medir El Perfil De Los Emprendedores De Base Tecnológica. Scientia Et Technica, XV(43), 267-272. <https://doi.org/10.22517/23447214.2277>
- Lapicki, R., & Terlato, A. (2021). Empresas Ágiles - Claves Para Sobrevivir a La Complejidad Del Ambiente. Documentos de Trabajo, 777, 1-32. <https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/777.pdf>

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*

- Leyva-Carreras, A. B., Alcántara-Castelo, J. R., Espejel-Blanco, J. E., & Coronado-García, M. A. (2019). Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 86, 115-132. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2293>
- Luria, A. R. (1984). *Conciencia y lenguaje*. Madrid, Visor.
- Malbrán, M. C. (2021). El pensamiento innovador. 1971, 160-170.
- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de competencias emprendedoras: valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3), 82-98 [consultado 17 Sep 2018]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10486/661237>
- MinTic., & CCB. (2018). Observatorio de Economía Digital en Colombia. 45. [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-61929\\_recurso\\_4.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-61929_recurso_4.pdf)
- ONU. (2019). Cuestiones de competencia en la economía digital. 07120, 1-16. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation->
- Pajarinen, M., Rouvinen, P. y Ylä-Anttila, P. (2006). Growth-orientation of new entrepreneurs in Finland. *ETLA, Discussion Papers* 1052, 1-77 [consultado 18 Sep 2018]. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/24123239\\_Uusyrittajien\\_kasvuhakuisuus](https://www.researchgate.net/publication/24123239_Uusyrittajien_kasvuhakuisuus).
- Pablo, I., Santos, B. y Bueno, Y. (2004). Las dimensiones del perfil emprendedor. Contraste empírico con emprendedores de éxito. In: Piqueras UVD (Ed). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, Valencia, España, 813-830 [consultado 10 Jul 2018]. Disponible en: <https://www.uv.es/motiva/libromotiva/51PabloSantosBueno.pdf>.
- Pereira, L., & Castro, A. (2020). Perfil emprendedor de un grupo de estudiantes universitarios de administración de empresas Enterprise profile of a group of university students of business administration. 41(23), 2020-2046. <https://www.revistaespacios.com>
- Piaget, J. (2012). *La equilibración de las estructuras cognitivas*. Buenos Aires, Siglo XXI
- Puchol, L., & Ongallo, C. (2001). *El Libro del emprendedor : cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*.
- Rache de Camargo, B. L. (2021). Grandes pensadores de la ciencia económica. *Catálogo Editorial*, 1(190), 1-232. <https://doi.org/10.15765/poli.v1i190.2231>
- Reuschke, D., Mason, C., & Syrett, S. (2021). Digital futures of small businesses and entrepreneurial opportunity. *Futures*, 128(February), 102714. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102714>
- Runco, M. (2015). The 2010 Creativity Crisis and the Real Creativity Crisis. January, 1-11.
- Runco, M. A. (2017). Active Ethical Leadership, Giftedness, and Creativity. *Roeper Review*, 39(4), 242-245. <https://doi.org/10.1080/02783193.2017.1362618>
- Runco, M. A., Johnson, D., & Gaynor, J. R. (1999). The judgmental bases of creativity and implications for the study of gifted youth. *Creativity in youth: Research and methods*, 113-141.
- Sarwoko, E., Surachman, A. y Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *International Organization of Scientific Research. Journal of Business and Management*, 7(3), 31-38. <http://dx.doi.org/10.9790/487X-0733138>.
- Schumpeter, J. (1961). *Entrepreneurial profit: The theory of economic development*. Harvard University Press, 4,128-156.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*



- Sung Park, S. Il, & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>.
- Terman, L. (1940). Psychological approaches to the biography of genius. *Science*, pp. 293-301.
- Torrance, E. (1974). *Torrance tests of creative thinking*. Lexington, Personnel Press.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M. y Binks, M. (2003). Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? *Journal of Private Equity*, 7(1), 7-14. <http://dx.doi.org/10.3905/jpe.2003.320059>.
- Weber, M. (1999). *Economía y sociedad: esbozo de la sociología comprensiva*. Tr. José Medina Echavarría et al., 2da. Edición en español. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- Wertheimer, M. (1991). *El pensamiento productivo*. Barcelona, Paidós
- Williams, R., Runco, M. A., & Berlow, E. (2016). Mapping the Themes, Impact, and Cohesion of Creativity Research over the Last 25 Years. *Creativity Research Journal*, 28(4), 385-394. <https://doi.org/10.1080/10400419.2016.1230358>
- Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), 228. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>.

*Cite este artículo como*

*Hernández, C.A., Ángel, C.A., Patiño, L.M. (2021). El pensamiento creativo como Insight para afrontar los desafíos del emprendedor digital: Un estudio documental. Eficiencia, 03(03)*