

**ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y
EMPREDIMIENTO EN EGRESADOS DE ECONOMÍA DE LA UTMACH, 2025-D1
STRATEGIES TO PROMOTE CREATIVITY, INNOVATION, AND ENTREPRENEURSHIP
AMONG ECONOMICS GRADUATES OF THE UTMACH, 2025-D1**

Nathaly Alexandra Belduma Pizarro¹, Víctor Manuel Jadán Sánchez², John Alexander Campuzano Vásquez³

Universidad Técnica de Machala

nbelduma3@utmachala.edu.ec¹, vjadan1@utmachala.edu.ec², jcampuzano@utmachala.edu.ec³

Nathaly Alexandra Belduma Pizarro: <https://orcid.org/0009-0008-5476-6921>

Víctor Manuel Jadán Sánchez: <https://orcid.org/0009-0005-0866-739X>

John Alexander Campuzano Vásquez: <https://orcid.org/0000-0002-3901-3197>

Recibido: 29-sep-2025

Aceptado: 5-ene-2026

CÓDIGO CLASIFICACIÓN JEL: I23, O31, M13, A22, L26.

RESUMEN

El estudio examina el desarrollo de la creatividad, la innovación y el emprendimiento en los egresados de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), periodo 2025-D1, con el objetivo de proponer estrategias que fortalezcan estas competencias en la educación superior. Se aplicó un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas a 30 egresados y un análisis mediante ATLAS.ti. Los resultados evidencian que la creatividad se potencia a través de metodologías activas y actividades extracurriculares; la innovación se relaciona con el uso de tecnologías y prácticas pedagógicas experimentales; mientras que el emprendimiento, aunque presente, se encuentra en una fase incipiente debido a limitaciones de financiamiento y escasa vinculación con el sector productivo. Asimismo, los egresados resaltaron la importancia del apoyo institucional en su formación. En conclusión, integrar transversalmente estas competencias en el currículo contribuye al fortalecimiento del perfil profesional y a la creación de ecosistemas universitarios más dinámicos.

PALABRAS CLAVE: creatividad, innovación, emprendimiento, educación superior, economía.

ABSTRACT

The study examines the development of creativity, innovation, and entrepreneurship among graduates of the Economics program at the Technical University of Machala (UTMACH), class of 2025-D1, with the aim of

proposing strategies to strengthen these competencies in higher education. A qualitative approach was employed, involving semi-structured interviews with 30 graduates and analysis using ATLAS.ti. The results show that creativity is enhanced through active methodologies and extracurricular activities; innovation is linked to the use of technologies and experimental teaching practices; while entrepreneurship, although present, is in its early stages due to funding constraints and limited ties to the productive sector. Furthermore, the graduates highlighted the importance of institutional support in their education. In conclusion, integrating these competencies across the curriculum contributes to strengthening the professional profile and creating more dynamic university ecosystems.

KEYWORDS: creativity, innovation, entrepreneurship, higher education, economics.

INTRODUCCIÓN

El siglo XXI ha traído consigo transformaciones significativas en el ámbito educativo, económico y social, que demandan nuevos perfiles profesionales capaces de responder con creatividad, innovación y emprendimiento a los retos del entorno. En este contexto, las Instituciones de Educación Superior (IES) enfrentan el desafío de formar egresados no solo competentes en sus disciplinas, sino también dotados de habilidades transversales que les permitan adaptarse y liderar procesos de cambio. La carrera de Economía no es ajena a esta realidad, dado que su campo de acción se desarrolla en escenarios altamente dinámicos, globalizados y competitivos, donde la capacidad para generar ideas, implementar soluciones novedosas y emprender proyectos resulta esencial.

En el contexto ecuatoriano, las universidades enfrentan el desafío de transitar hacia modelos institucionales más dinámicos y pertinentes, que promuevan activamente el emprendimiento y la innovación como ejes estratégicos de su gestión educativa. En este sentido, fomentar competencias emprendedoras en los egresados de la carrera de Economía no solo implica integrar contenidos específicos en la malla curricular, sino adoptar una cultura organizacional que estimule la creatividad, la interdisciplinariedad y la vinculación efectiva con el entorno socioeconómico. Como señalan Martínez et al. (2019), es fundamental que las instituciones de educación superior asuman un rol protagónico en la generación de valor social y económico, impulsando ecosistemas que conecten la investigación, la formación y la aplicación práctica del conocimiento (p. 16).

La presente investigación tiene como objetivo general analizar el desarrollo de la creatividad, la innovación y el emprendimiento en los egresados de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), durante el periodo 2025-D1. Para ello, se propone identificar las experiencias formativas que influyeron en dicho desarrollo, explorar las percepciones de los egresados respecto al apoyo institucional, y finalmente, proponer estrategias orientadas a fortalecer estas capacidades desde una perspectiva contextualizada. Esta aproximación busca no solo generar conocimiento académico relevante, sino también aportar insumos prácticos para la gestión curricular y pedagógica en el nivel superior.

La relevancia del estudio se sustenta en la necesidad de consolidar una educación superior pertinente y transformadora, que conecte con las demandas reales del entorno socioeconómico de El Oro. En un mundo donde la automatización, la digitalización y la incertidumbre definen el panorama laboral, formar profesionales creativos e innovadores no es una opción, sino una responsabilidad institucional impostergable. La Economía, como ciencia

social aplicada, tiene el potencial de generar propuestas de desarrollo inclusivas y sostenibles, siempre que cuente con profesionales capaces de pensar más allá de los paradigmas tradicionales. En este marco, el presente trabajo se perfila como una contribución oportuna para repensar los procesos educativos y su impacto en la vida profesional de los egresados.

MARCO TEÓRICO

Creatividad en la Educación Superior

La creatividad en el contexto universitario se concibe como la capacidad de generar ideas originales, útiles y relevantes para resolver problemas complejos. Según Vargas-Hernández et al. (2021), “esta competencia se estructura en dimensiones como la fluidez cantidad de ideas generadas, la flexibilidad, diversidad de enfoques, la originalidad, novedad de las respuestas y la elaboración nivel de detalle o refinamiento de las ideas” (p. 469). Estas dimensiones permiten una comprensión integral del pensamiento creativo, imprescindible en entornos formativos que buscan profesionales capaces de innovar ante los desafíos del entorno económico actual.

La creatividad no solo es una habilidad deseable, sino una competencia estratégica en la formación profesional. Como mencionan Vásquez et al. (2025), su desarrollo fortalece la capacidad de adaptación, la resolución de problemas desde nuevas perspectivas y el pensamiento innovador, habilidades esenciales en un mundo laboral en constante transformación (p. 4). En carreras como Economía, estas capacidades permiten a los egresados formular soluciones originales y adaptativas frente a problemas estructurales o coyunturales del sistema económico.

El fomento de la creatividad en el aula universitaria requiere metodologías activas e intencionadas. Como señalan Fiallos et al. (2023), estrategias como el aprendizaje basado en proyectos, el uso de estudios de caso y el pensamiento visual permiten al estudiante integrar teoría y práctica en entornos simulados o reales (p. 7). Estas técnicas pedagógicas promueven la construcción de conocimientos desde la experiencia, potenciando así la generación de ideas novedosas y pertinentes en la formación económica.

La evaluación también desempeña un rol clave en la promoción o limitación del pensamiento creativo. Como menciona Flores de Valgas y Rodríguez (2025), las evaluaciones que permiten múltiples soluciones, que valoran el proceso más que solo el resultado, y que fomentan la reflexión personal, resultan más eficaces para medir la creatividad de forma auténtica (p. 3). Esto contrasta con modelos tradicionales centrados exclusivamente en respuestas correctas, que desalientan la exploración y el riesgo intelectual.

En muchos contextos universitarios, persisten barreras institucionales que restringen el desarrollo creativo. De acuerdo con Moreno y Aguilar (2013), la rigidez curricular, la escasa formación docente en metodologías activas y la falta de recursos tecnológicos son factores comunes que inhiben la innovación en el aula (p. 251). Superar estas barreras requiere políticas institucionales orientadas a la flexibilización, actualización docente y mejora de las condiciones de aprendizaje.

Existen diversos factores que pueden potenciar o limitar la creatividad en el entorno universitario. Según Moreno et al. (2021), el rol del docente como facilitador, el ambiente del aula y los métodos de evaluación utilizados son determinantes para que los estudiantes se sientan motivados a explorar ideas propias (p. 15). En contextos donde

predomina la enseñanza expositiva y la evaluación memorística, la creatividad suele verse reprimida; en cambio, ambientes colaborativos y evaluaciones formativas tienden a estimular el pensamiento divergente.

Innovación educativa y profesional

La innovación en el ámbito educativo y profesional se entiende como la introducción de mejoras significativas en procesos, metodologías o productos con el fin de generar valor. Según Veloz y Veloz (2024), la innovación educativa implica transformar las prácticas docentes tradicionales mediante el uso de recursos tecnológicos, estrategias activas y enfoques centrados en el estudiante (p. 210). Esta transformación busca responder a las demandas de una sociedad cambiante, en la que la formación universitaria debe preparar a los egresados para escenarios laborales dinámicos.

En el entorno universitario, la innovación se manifiesta a través de metodologías como el aprendizaje colaborativo, la gamificación, el uso de tecnologías emergentes y el enfoque por competencias. Como menciona Fernández (2006), estas estrategias permiten desarrollar habilidades complejas como la resolución de problemas, la adaptabilidad y el pensamiento estratégico, que son esenciales en el mercado laboral actual (p. 42). Asimismo, promueven la motivación intrínseca del estudiante al situarlo como protagonista activo de su proceso formativo.

El uso de tecnologías digitales es un catalizador clave de la innovación educativa. Como indica Veloz y Veloz (2024), herramientas como plataformas virtuales, simuladores, inteligencia artificial o realidad aumentada han ampliado las posibilidades de interacción, experimentación y personalización del aprendizaje (p. 212). Estas tecnologías no solo transforman la dinámica del aula, sino que también familiarizan a los estudiantes con entornos similares a los del mundo laboral.

La innovación se reconoce hoy como una competencia transversal clave para el siglo XXI. Según la UNESCO (2021), preparar a los estudiantes para un futuro incierto implica dotarlos de habilidades para innovar, colaborar, pensar críticamente y liderar cambios sostenibles (p. 56). Por ello, la educación superior debe asumir el reto de integrar la innovación como eje transversal del currículo, más allá de asignaturas específicas.

Emprendimiento universitario

El emprendimiento universitario se refiere a las iniciativas desarrolladas por estudiantes o egresados durante o después de su formación académica, orientadas a crear valor a través de proyectos económicos, sociales o tecnológicos. En el contexto actual, el emprendimiento ha dejado de ser una opción marginal para convertirse en una competencia transversal requerida en el perfil de egreso de muchas carreras universitarias. Según Rojas y Chávez (2024), los egresados con capacidad emprendedora no solo generan sus propias fuentes de empleo, sino que también aportan a la dinamización económica de su entorno (p. 11). La formación para emprender debe enfocarse en desarrollar habilidades como la autogestión, la toma de decisiones, el pensamiento estratégico, la resiliencia y la innovación.

Pese al creciente interés institucional por fomentar el emprendimiento, aún persisten barreras que dificultan su desarrollo en los egresados. Según Delgado y Ramírez (2025), entre los principales obstáculos están la falta de

capital, la escasa experiencia, el temor al fracaso y la débil conexión con el entorno empresarial. Superarlas implica ajustar el currículum y promover políticas públicas que faciliten financiamiento, mentorías y espacios de prueba (p. 8). El emprendimiento universitario no solo beneficia al egresado, sino que también impulsa el desarrollo local. Muchos proyectos liderados por jóvenes buscan resolver problemas sociales, generar empleo e innovar de forma inclusiva. Por ello, las universidades deben consolidarse como incubadoras de soluciones ligadas a las necesidades de su entorno.

Rol de las Instituciones de Educación Superior (IES)

Las instituciones de educación superior (IES) desempeñan un papel crucial como ecosistemas que propician el desarrollo de la creatividad, la innovación y el emprendimiento. Según Rivadeneira Moreira (2023), una universidad emprendedora se caracteriza por su capacidad para generar conocimiento aplicable, formar profesionales con pensamiento crítico y crear conexiones efectivas entre el entorno académico y productivo (p. 32). Esto implica no solo contar con una oferta académica pertinente, sino también con una cultura institucional que valore la iniciativa, la autonomía y la solución de problemas reales desde el aula.

En este contexto, las universidades deben integrar estructuras de apoyo como centros de innovación, incubadoras de empresas, laboratorios creativos y programas de mentoría que acompañen a los estudiantes desde la formulación hasta la ejecución de sus ideas. Como señalan Sigüenza et al. (2022), estas iniciativas no solo fomentan la aplicación práctica del conocimiento, sino que fortalecen el vínculo entre formación académica y desarrollo económico territorial (p. 60).

La vinculación con el sector productivo local y nacional es otro de los ejes estratégicos que las IES deben fortalecer para fomentar competencias emprendedoras. Según Duarte Montenegro (2008), cuando la universidad se articula con empresas, organizaciones sociales y entidades públicas, se generan sinergias que benefician tanto a los estudiantes como al entorno (p. 320). Estas relaciones permiten a los futuros egresados comprender las necesidades reales del mercado, adquirir experiencia práctica y co-crear soluciones con impacto.

Además, la participación activa de actores externos en los procesos formativos como conferencias, casos reales, pasantías o proyectos conjuntos facilita la transferencia de conocimientos y el desarrollo de redes profesionales. Esta interacción refuerza la pertinencia de la formación universitaria y contribuye a que los estudiantes adquieran una visión más amplia de los desafíos sociales y económicos que enfrentarán al egresar (Cedeño et al., 2018, p. 140).

El respaldo institucional es determinante para que las ideas creativas e innovadoras de los estudiantes puedan concretarse. Como mencionan Rojas y Chávez (2024), este apoyo puede tomar diversas formas: becas para iniciativas estudiantiles, concursos de innovación, asesorías técnicas, disponibilidad de espacios físicos, redes de colaboración y acompañamiento en gestión empresarial (p. 15). Estas herramientas permiten disminuir las barreras que suelen enfrentar los estudiantes al momento de emprender o innovar desde la universidad.

Asimismo, la existencia de políticas institucionales claras y sostenidas que promuevan la innovación y el emprendimiento refuerza la cultura emprendedora universitaria. Un marco normativo que incentive el trabajo

interdisciplinario, la participación estudiantil y la creación de prototipos o soluciones concretas, genera condiciones favorables para el surgimiento de nuevos proyectos con potencial transformador (Delgado y Ramírez, 2025, p. 10).

El currículo universitario también cumple una función central en el fomento de capacidades creativas y emprendedoras. Según Vergara (2023), un currículo adaptativo es aquel que se actualiza en función de los cambios sociales, tecnológicos y económicos, integrando asignaturas transversales, enfoques multidisciplinares y metodologías activas (p. 45). Este tipo de estructura curricular permite que los estudiantes desarrollen pensamiento crítico, autonomía, trabajo colaborativo y capacidad de adaptación ante entornos inciertos.

Además, un currículo innovador incorpora evaluaciones centradas en proyectos, resolución de problemas reales y experiencias de aprendizaje significativo. Esto transforma la experiencia educativa en un proceso vivencial que conecta la teoría con la práctica y que prepara al egresado para actuar como agente de cambio en su comunidad o sector profesional (Meneses y Balladare, 2022, p. 185).

Perspectiva de los egresados en procesos de mejora

La opinión de los egresados constituye una fuente valiosa para evaluar la pertinencia y efectividad de los procesos educativos universitarios. Según Espinoza (2021), los egresados pueden ofrecer una visión retrospectiva fundamentada en su experiencia académica y profesional, permitiendo identificar fortalezas y debilidades en el currículo y en la formación docente (p. 392).

A través de encuestas, entrevistas o espacios de retroalimentación institucional, los egresados pueden aportar sugerencias realistas y contextualizadas. Como mencionan Galarza et al. (2024), este tipo de retroalimentación puede ser sistematizada para mejorar programas de estudio, ajustar metodologías de enseñanza y redefinir los perfiles de egreso con base en las demandas del entorno laboral (p. 80).

En particular, los egresados tienen un rol clave en valorar si las competencias adquiridas durante su formación fueron suficientes para su desempeño en el mundo laboral. Esta retroalimentación permite identificar vacíos formativos y áreas que requieren mayor profundidad, como habilidades blandas, pensamiento crítico o manejo de herramientas tecnológicas (López y López, 2024, p. 5).

Además, los egresados pueden actuar como puentes entre la universidad y el mercado laboral. Como señala Díaz (2019), muchos profesionales recién graduados mantienen contacto con sus instituciones y pueden facilitar vínculos con empresas, programas de prácticas, proyectos colaborativos y oportunidades de empleabilidad para estudiantes actuales (p. 221).

Su experiencia también resulta útil para evaluar la pertinencia del currículo respecto a las transformaciones sociales, tecnológicas y económicas. Un currículo desconectado del entorno puede formar profesionales con brechas importantes; en cambio, uno revisado periódicamente con base en las experiencias reales de los egresados puede alinearse mejor con las necesidades del país (Collazo, 2022, p. 195).

La participación activa de los egresados en procesos institucionales contribuye a la mejora continua. Esto puede manifestarse en consejos académicos, comités curriculares, ferias de empleo, mentorías o asesorías a proyectos de titulación. Como afirman Gregori y Menéndez (2017), integrar a los egresados en estos espacios permite enriquecer la toma de decisiones y fortalecer el sentido de pertenencia con la institución (p. 150).

El seguimiento a egresados también permite conocer los niveles de inserción laboral, la pertinencia del título frente a sus ocupaciones y su percepción sobre la calidad de la formación recibida. Según Mercedes y Aguirre (2005), estos indicadores son esenciales para la acreditación de carreras y la planificación estratégica institucional (p. 5).

En el contexto de la creatividad, innovación y emprendimiento, los egresados pueden compartir sus vivencias sobre cómo aplicaron estos valores en su vida profesional. Esta información ayuda a validar si la universidad realmente fomentó estas capacidades o si son producto de otros entornos posteriores a la formación académica (Alcalá & Caballero, 2025, p. 6).

Muchos egresados manifiestan interés en seguir vinculados a su alma mater a través de redes profesionales, proyectos colaborativos o programas de formación continua. Como indican Sierra y Velázquez (2022), fortalecer estos vínculos institucionales a largo plazo permite crear comunidades de aprendizaje que trascienden las aulas (p. 12).

Otra contribución relevante de los egresados es su rol como mentores. Profesionales que comparten sus experiencias, errores y aprendizajes pueden ser referentes para los estudiantes actuales, brindando orientación práctica y motivacional. Este tipo de mentorías ha demostrado fortalecer la confianza y la visión emprendedora en jóvenes universitarios (Aguilar y Manzano, 2018, p. 260).

Además, los egresados pueden ser embajadores institucionales, promoviendo la imagen y reputación de la universidad en sus lugares de trabajo, comunidades y redes profesionales. Una formación de calidad se traduce en un capital simbólico que beneficia tanto al profesional como a la institución de origen (Agüero, 2025, p. 11095).

En definitiva, incorporar de forma estructural y sistemática la perspectiva de los egresados en los procesos de mejora universitaria es una estrategia clave para asegurar la calidad, relevancia y sostenibilidad de la educación superior. Como resumen, los egresados no solo son resultados del sistema educativo, sino también aliados estratégicos para su renovación y transformación permanente (Melo et al., 2025, p. 182).

METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, ya que busca comprender, desde la perspectiva de los egresados, las barreras y oportunidades que han enfrentado en relación con la creatividad, innovación y emprendimiento. Según Sánchez Molina y Murillo Garza (2021), el enfoque cualitativo permite analizar las percepciones de los actores involucrados mediante interacciones profundas, lo que resulta fundamental para abordar fenómenos sociales complejos como el objeto de estudio de esta tesis (p. 150).

Se optó por un nivel de investigación descriptivo, puesto que este permite detallar las características fundamentales del fenómeno investigado. Como lo indican Guevara Albán et al. (2020), quienes afirman que la investigación

descriptiva es clave para identificar patrones y comportamientos a través de los relatos de los participantes (p. 165). Esta estrategia permitirá caracterizar las vivencias y propuestas de los egresados en torno al desarrollo de capacidades creativas y emprendedoras.

En cuanto al método, se empleó el método inductivo, dado que se parte de experiencias particulares para generar conclusiones generales. Prieto (2017) sostiene que el método inductivo posibilita el descubrimiento de regularidades emergentes desde la información recolectada, lo cual es coherente con el propósito de comprender las percepciones de los egresados sin imponer marcos teóricos rígidos de antemano (p. 8).

La población de estudio estuvo conformada por los 67 egresados de la carrera de Economía del periodo 2025-D1 de la Universidad Técnica de Machala. La técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada, aplicada a una muestra de 30 egresados de dicha población. La muestra se definió mediante muestreo no probabilístico de tipo intencional, el cual, como señala Mucha-Hospinal et al. (2021), es adecuado cuando se requiere seleccionar sujetos que posean características específicas relevantes para el estudio, como es el caso de los egresados que han enfrentado el tránsito entre la vida académica y profesional (p. 53).

El instrumento de recolección de datos se estructuró en cinco bloques temáticos, definidos a partir de las categorías centrales del marco teórico y los objetivos de la investigación: 1) creatividad, para indagar sobre el desarrollo del pensamiento divergente y original (Vargas-Hernández et al., 2021); 2) innovación, orientado a explorar la aplicación de soluciones novedosas y el uso de tecnologías (Veloz y Veloz, 2024); 3) emprendimiento, para conocer las capacidades y barreras en la generación de proyectos (Rojas y Chávez, 2024); 4) percepción institucional, que permite evaluar el rol de apoyo de la universidad como ecosistema facilitador (Rivadeneira-Moreira, 2023); y 5) propuestas desde la experiencia del egresado, que recoge retroalimentación directa para la mejora curricular (Espinoza, 2021). Cada bloque contiene preguntas abiertas diseñadas para explorar de manera profunda las percepciones y experiencias vividas en cada una de estas dimensiones.

El análisis de los datos se realizó mediante la herramienta informática ATLAS.ti, la cual permite organizar, codificar y visualizar grandes volúmenes de información cualitativa. Varguillas (2006) indica que esta herramienta facilita la construcción de categorías y relaciones entre los datos, mejorando la precisión analítica del investigador (p. 145). Así, se pudo identificar patrones significativos en las respuestas de los egresados y construir una narrativa explicativa sólida.























RESULTADOS

Previo al análisis detallado de las categorías emergentes, resultó necesario representar de manera gráfica las interrelaciones identificadas en las entrevistas realizadas a los egresados. Para ello, se elaboró un gráfico de coocurrencia que permite visualizar la frecuencia con que los distintos bloques temáticos creatividad, innovación, emprendimiento, percepción institucional y propuestas de los egresados se conectaron con categorías específicas como apoyo institucional, metodologías activas, evaluaciones, actividades extracurriculares y contenidos curriculares. El uso de este tipo de representación facilita precisamente identificar patrones de asociación entre categorías, lo cual ha sido señalado como una técnica valiosa en investigación cualitativa para hacer visibles relaciones que podrían pasar inadvertidas si sólo se hace análisis textual (Pokorny et al., 2017, p. 8). Esta

representación facilita comprender no solo la recurrencia de los conceptos, sino también la manera en que se articulan entre sí, mostrando patrones que de otro modo quedaría dispersos en la narrativa textual.

Figura 1

Frecuencia de códigos

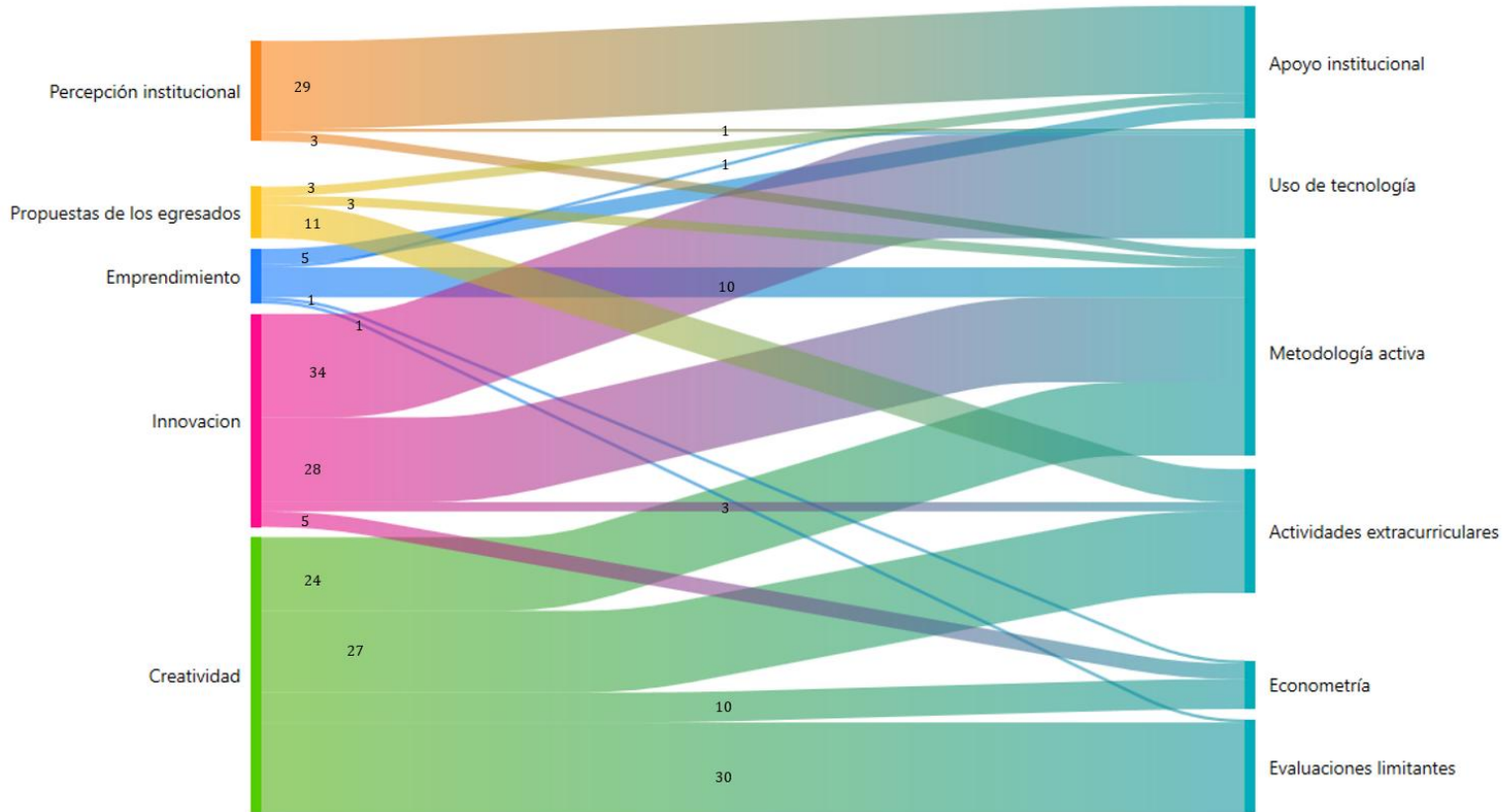
Buscar códigos para posicionar en la tabla como columnas 			
<input type="checkbox"/>		Nombre 	
<input type="checkbox"/>		 Actividades extracurriculares	40
<input type="checkbox"/>		 Apoyo institucional	38
<input type="checkbox"/>		 Creatividad	26
<input type="checkbox"/>		 Econometría	12
<input type="checkbox"/>		 Emprendimiento	26
<input type="checkbox"/>		 Evaluaciones limitantes	31
<input type="checkbox"/>		 Innovacion	26
<input type="checkbox"/>		 Metodología activa	56
<input type="checkbox"/>		 Percepción institucional	25
<input type="checkbox"/>		 Propuestas de los egresados	25
<input type="checkbox"/>		 Uso de tecnología	36

Nota. Elaborado por los autores

La Figura 1 (tabla de frecuencia) refleja el número total de menciones asignadas a cada categoría de análisis a partir de las entrevistas. Es importante precisar que, dado que las respuestas de los egresados eran abiertas y podían incluir múltiples ideas en un solo turno de palabra, un mismo entrevistado pudo contribuir con menciones a varias categorías. Por lo tanto, el conteo no representa el número de personas que hablaron de un tema, sino la frecuencia absoluta con que cada categoría fue referida en el conjunto total del discurso analizado. Esto permite identificar cuáles aspectos tuvieron mayor peso o recurrencia en sus experiencias y percepciones, destacando los elementos más consistentes en el discurso colectivo. Como señalan Chandrasekar et al. (2024), el uso de frecuencias en el análisis de datos cualitativos permite evidenciar los patrones más prominentes y facilita la comparación entre categorías dentro de un conjunto amplio de información (p. 6).

Figura 2

Gráfico de coocurrencia



Nota. Elaborado por los autores

Como se observa en la Figura 2, correspondiente al gráfico de coocurrencia, los cinco bloques de análisis percepción institucional, propuestas de los egresados, emprendimiento, innovación y creatividad; presentan distintos niveles de asociación con categorías emergentes, lo cual permite comprender cómo los egresados interpretan su formación universitaria y los factores que influyeron en el desarrollo de competencias transversales.

En el primer bloque, percepción institucional, se evidenció una clara predominancia del apoyo institucional, mencionado por 29 egresados. Este resultado refleja que la valoración de la universidad se centra en la existencia de mecanismos de acompañamiento académico, recursos materiales y programas de fortalecimiento que influyen en la percepción global de la calidad educativa. Tal tendencia indica que los estudiantes no perciben la formación como un proceso aislado, sino como una construcción que depende de la solidez del respaldo institucional.

En el segundo bloque, correspondiente a las propuestas de los egresados, la coocurrencia muestra una diversidad de categorías. Once egresados mencionaron actividades extracurriculares como una estrategia clave para complementar el currículo formal y conectar la teoría con la práctica en entornos reales. Asimismo, tres egresados

propusieron fortalecer el apoyo institucional como un eje transversal para impulsar el emprendimiento y la innovación; mientras que tres más sugirieron ampliar el uso de metodologías activas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Estos resultados reflejan que las propuestas no se limitan a la ampliación de contenidos, sino que enfatizan en la necesidad de transformar la estructura y dinámica del proceso educativo.

En el tercer bloque, emprendimiento, la Figura 2 muestra que, aunque se registraron vínculos con categorías como apoyo institucional y actividades extracurriculares, la frecuencia de menciones fue menor en comparación con otros bloques. Este comportamiento indica que el emprendimiento aún se percibe como un ámbito en construcción, condicionado por factores externos como la falta de capital semilla o la escasa vinculación con el sector productivo. No obstante, la presencia de estas asociaciones sugiere que los egresados reconocen al emprendimiento como una meta deseable, aunque todavía dependiente de apoyos adicionales para consolidarse.

El cuarto bloque, innovación, presenta una de las mayores densidades de coocurrencia en la Figura 2. En este caso, la tecnología fue mencionada en 34 ocasiones, constituyéndose en el factor central que los egresados asocian con la innovación. De igual forma, 28 menciones se vincularon a metodologías activas, lo que confirma la percepción de que la innovación pedagógica es clave para estimular el pensamiento crítico y la generación de soluciones novedosas. Además, tres egresados asociaron la innovación con actividades extracurriculares, mientras que cinco la relacionaron con la econometría, evidenciando que incluso los contenidos técnicos específicos pueden ser interpretados como espacios de innovación cuando se aplican a problemas reales.

Por último, en el quinto bloque, creatividad, la Figura 2 evidencia un patrón diverso de asociaciones. En este caso, 24 egresados vincularon la creatividad con las metodologías activas, reconociendo que estas promueven un ambiente flexible y dinámico que favorece la generación de ideas originales. Asimismo, 27 egresados la relacionaron con actividades extracurriculares, lo que pone de relieve que la creatividad no se limita al aula, sino que se desarrolla también en espacios complementarios de interacción. De manera adicional, 10 egresados mencionaron la econometría como un recurso que exige creatividad en su aplicación, particularmente en el diseño de modelos y la interpretación de datos. Finalmente, destaca el hecho de que 30 egresados identificaron las evaluaciones limitantes como un obstáculo directo para la creatividad, lo que sugiere que los sistemas de evaluación tradicionales restringen la posibilidad de pensar de manera divergente y de explorar soluciones alternativas.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación confirman la importancia de las condiciones pedagógicas e institucionales en el desarrollo de la creatividad, la innovación y el emprendimiento. Diversos autores han señalado que la creatividad se potencia en entornos flexibles y con evaluaciones abiertas (Moreno et al., 2021, p.10), que la innovación se nutre de ideas creativas aplicadas a contextos prácticos (Salinas, 2004, p. 5) y que el emprendimiento universitario suele verse limitado por la falta de capital y de vínculos con el sector productivo (Delgado y Ramírez 2025, p. 8). Nuestros hallazgos coinciden en gran medida con estas afirmaciones, pero además aportan evidencia concreta para el caso de los egresados de Economía de la UTMACH.

En efecto, mientras la literatura enfatiza en las limitaciones estructurales, en este estudio los egresados destacaron de forma reiterada el papel del apoyo institucional como factor decisivo para percibir calidad en su formación, lo que se conecta con la perspectiva de Rivadeneira (2023), quienes señalan que las universidades deben funcionar como ecosistemas de innovación (p. 35). Asimismo, se corroboró que la creatividad está estrechamente vinculada a metodologías activas y actividades extracurriculares, y que la innovación se percibe sobre todo a través de la incorporación de tecnologías y la experimentación pedagógica, resultados que refuerzan lo planteado en la literatura, pero desde una experiencia empírica contextualizada.

Por otra parte, el emprendimiento apareció con menor fuerza en comparación con la creatividad y la innovación, lo que coincide con la advertencia de Delgado y Ramírez (2025) sobre la fragilidad de los procesos de incubación de proyectos (p. 12). Sin embargo, el análisis cualitativo mostró que, aunque aún incipiente, los egresados reconocen el emprendimiento como una meta deseable y alcanzable si la institución logra consolidar apoyos más sólidos, lo que constituye una aportación específica de este estudio al debate sobre competencias transversales en la educación superior.

CONCLUSIONES

El estudio permitió evidenciar que el desarrollo de la creatividad en los egresados se encuentra estrechamente vinculado con la implementación de metodologías activas y la participación en actividades extracurriculares, experiencias que favorecen la generación de ideas originales y la aplicación práctica del conocimiento. Por tanto, como estrategia necesaria se propone la transformación de los sistemas de evaluación tradicionales identificados como limitantes hacia modelos que valoren el proceso, la exploración de alternativas y el pensamiento divergente, integrando de forma sistemática técnicas como el aprendizaje basado en proyectos y el pensamiento visual en todas las unidades de aprendizaje.

En relación con la innovación, los hallazgos reflejaron que los estudiantes la asociaron principalmente con la incorporación de tecnologías y con prácticas pedagógicas experimentales, percibidas como catalizadoras del pensamiento crítico. Para consolidar este hallazgo, se sugiere como estrategia clave el fortalecimiento de los espacios institucionales (laboratorios, centros de innovación) y la capacitación docente continua, con el fin de transformar estas experiencias aisladas en proyectos sostenibles de innovación educativa y profesional con mayor alcance.

El emprendimiento apareció como una competencia en construcción, mencionada con menor frecuencia. Este hecho sugiere que su desarrollo no se limita a la ausencia de iniciativas, sino a un insuficiente conocimiento y aprovechamiento de los programas y apoyos existentes. En consecuencia, una estrategia fundamental es diseñar campañas de difusión y mentoría activa que visibilicen las oportunidades de incubación y financiamiento, al tiempo que se fortalezcan los vínculos universidad-sector productivo para generar redes que concreten las ideas emprendedoras en proyectos viables.

Finalmente, si bien la percepción institucional mostró un balance favorable respecto al respaldo recibido, se concluye que es imprescindible una estrategia de transversalización curricular que integre de forma explícita y articulada la creatividad, la innovación y el emprendimiento en el perfil de egreso del economista. Esto implica

revisar y actualizar los planes de estudio para incluir asignaturas, talleres y proyectos integradores centrados en estas competencias.

En cuanto al objetivo general del estudio, se puede afirmar que fue cumplido satisfactoriamente. No solo se analizó el desarrollo de estas competencias en los egresados, identificando los factores pedagógicos e institucionales que los influyen, sino que los hallazgos obtenidos han permitido proponer un conjunto de estrategias contextualizadas –desde la transformación evaluativa y la capacitación docente hasta la difusión de oportunidades y la transversalización curricular– orientadas a fortalecer la creatividad, la innovación y el emprendimiento en la formación de los economistas de la UTMACH, respondiendo así al propósito original de la investigación.

REFERENCIAS

Aguilar Aguilar, N. L., & Manzano Soto, N. (2018). La mentoría en el nivel universitario: etapas para su implementación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(3), 255-262. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000300255&lng=es&tlng=es.

Agüero Ynca, M. L. (2025). Calidad y gestión educativa en el proceso formativo de estudiantes de maestría. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 11083-11099. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16689

Alcalá Martínez, A. T., & Caballero Beraun, D. M. (2025). Explorando la intención emprendedora y la creatividad. *Revista InveCom*, 5(2), e502010. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12773593>

Cedeño Mejía, J. F., Palacio Hanze, C. L., & Calderón Zamora, M. (2018). Modelo de vinculación universidad - empresa en la formación inicial del profesional en el ecuador. *REFCaIE: Revista Electrónica Formación Y Calidad Educativa*, 6(2), 133–148. <https://refcale.uileam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2568>

Chandrasekar, A., Clark, S. E., Martin, S., Vanderslott, S., Flores, E. C., Aceituno, D., Barnett, P., Vindrola-Padros, C., & Vera San Juan, N. (2024). Making the most of big qualitative datasets: a living systematic review of analysis methods. *Frontiers in big data*, 7, 1455399. <https://doi.org/10.3389/fdata.2024.1455399>

Collazo Siqués, M. (2022). Currículo universitario y calidad de la educación. Aportes teóricos y metodológicos para la investigación de los campos de formación. *Revista Educación Superior y Sociedad*, 34(1), 181-205. <https://doi.org/10.54674/ess.v34i1.538>.

Delgado Melgarejo, B., & Ramírez Urquidy, M. A. (2025). La gestión para fomentar el emprendimiento innovador de estudiantes en universidades públicas estatales de la región centro de México. *Revista Educación Superior Y Sociedad (ESS)*, 36(2). <https://doi.org/10.54674/ess.v36i2.941>

Díaz, E. (2019). Educación para la empleabilidad: enfoque de la investigación educativa. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 10, 221. [10.33010/ie_rie_rediech.v10i19.715](https://www.redalyc.org/journal/5216/521658239014/html/). <https://www.redalyc.org/journal/5216/521658239014/html/>

- Duarte Montenegro, J. E. (2008). Vinculación universidad-sector productivo: Una visión para el desarrollo tecnológico de las organizaciones. *Visión Gerencial*, (2), 317-332. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545879006>
- Espinoza Freire, E. E. (2021). Importancia de la retroalimentación formativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(4), 389-397. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000400389&lng=es&tlng=es.
- Fernández March, A. (2006). Metodologías activas para la formación de competencias. *Educatio Siglo XXI*, 24, 35–56. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/152>
- Fiallos López, N. H., Paucar López, I. D. R., Vega Pérez, Y. J., Jurado Peñafiel, J. A., & Vargas Peña, B. J. (2023). Estrategias para fomentar la Creatividad y la Innovación en el Aula. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 4082-4099. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5631
- Flores de Valgas, F. del R. M., & Rodríguez Rodríguez, A. (2025). El desarrollo de la creatividad en la educación superior y su efecto en el desempeño académico. *Revista Científica de Innovación Educativa y Sociedad Actual "ALCON"*, 5(1), 196–207. <https://doi.org/10.62305/alcon.v5i1.394>
- Galarza, C. M. M., Vivero, C. E., & Menoscal, J. F. (2024). Seguimientos a egresados y su importancia para las instituciones de educación superior. *Sinergia Académica*, 7(3), 73-89. <https://sinergiaacademica.com/index.php/sa/article/view/240>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gregori Giralt, E., & Menéndez Varela, J. L. (2017). La participación de los estudiantes como evaluadores. Un estudio en las titulaciones universitarias de las artes. *Perfiles educativos*, 39(156), 141-158. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000200141&lng=es&tlng=es
- López Martínez, M. T., & López Hernández, S. (2024). Análisis de la Percepción de Egresados de Ciencias de la Comunicación, Universidad del Mar (UMAR) y el Perfil del Profesional. Las Competencias Profesionales. *Espacio I+D, Innovación más Desarrollo*, 13(37). <https://doi.org/10.31644/IMASD.37.2024.a04>
- Martínez, L., Camargo, I. A., Ortiz, F., & Izquierdo, D. (2019). Emprendimiento e innovación, un reto para la universidad ecuatoriana. *Revista Espacios*, 40(21), 16. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n21/19402116.html>
- Melo, A. B., Lozano, D. M., Suárez, L. H., & Moncada, C. D. (2025). Formación para la transformación social: un desafío de la educación superior en Colombia. *Revista Espacios*, 46(1), 177-186. <https://doi.org/10.48082/espacios-a25v46n01p14>

Meneses, G., & Balladare, J. (2022). Desafíos en la innovación curricular en la formación universitaria desde la mirada de los académicos. *Interciencia: Revista de Ciencia y Tecnología de América*, 47(5), 181-190. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8483301>

Mercedes Ávila, M. y Aguirre, C. (2005) El seguimiento de los egresados como indicador de la calidad docente. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 8(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2781857>

Moreno, C., Pérez Mora, R., & García Sánchez, R. (2021). *Creatividad e innovación en educación superior en tiempos de incertidumbre*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/357836392_Creatividad_e_innovacion_en_educacion_superior_en_tiempos_de_incertidumbre

Moreno-Reséndez, A., & Aguilar-Durón, J. (2013). Retos de la universidad pública frente a la necesidad de financiamiento para el desarrollo de sus actividades. *Terra Latinoamericana*, 31(3), 243-255. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57792013000400243&lng=es&tlng=es.

Mucha-Hospinal, L. F., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M. E., & Alania-Contreras, R. D. (2021). Evaluación de procedimientos para determinar la población y muestra: según tipos de investigación. *Desafíos*, 12(1), 50–57. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>

Pokorny, J. J., Norman, A., Zanesco, A. P., Bauer-Wu, S., Sahdra, B. K., & Saron, C. D. (2017). *Network Analysis for the Visualization and Analysis of Qualitative Data*. *Psychological Methods*. <https://doi.org/10.1037/met0000129>

Prieto Castellanos, B. J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>

Rivadeneira-Moreira, J. C. (2023). Innovación y Emprendimiento en Ecuador: Tendencias y Perspectivas. *Revista Científica Zambos*, 2(3), 29-41. <https://doi.org/10.69484/rcz/v2/n3/48>

Rojas, M. P., & Chávez Vera, K. J. (2024). Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios. *Revista InveCom*, 4(2), e040239. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10625673>

Salinas, J. (2004, noviembre). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1037290>

Sánchez Molina, A. A., & Murillo Garza, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147–181. <https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>

Sierra, V., & Velázquez, R. (2022). El seguimiento a graduados: un vínculo entre las instituciones de educación superior y la sociedad. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(1), http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142022000100008&lng=es&tlng=es.

Sigüenza-Orellana, S. C., Álava-Atiencie, N. G., Pinos-Ramón, L. D. y Peralta-Vallejo, X. K. (2022). Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), pp. 56-74. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.04>

Vargas-Hernández, J. G., Pérez-Roldán, A., & Jiménez, A. (2021). Dimensiones de la creatividad en el entorno educativo universitario. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(1), 468-477. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2194>

Varguillas, C. (2006). Análisis cualitativo asistido por computadora: Atlas.ti y Nudist. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 12(1), 138–150. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000100010

Vásquez Montoya, T. M., Gonzales Cortez, E. X., & Jolay Benites, J. A. (2025). Creatividad e innovación en el ámbito educativo: revisión de la literatura en los últimos cinco años. *Revista InveCom*, 6(1), e601104. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15624239>

Veloz Segura, E. A., & Veloz Segura, V. T. (2024). Las tecnologías e innovación educativa, para un acceso equitativo y continuo al aprendizaje. *Journal of Science and Research*, 9(INNOVA 2023), 207–224. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/3076>

Vergara, A. (2023). *Innovación Educativa y Desarrollo de Habilidades en el siglo XXI: Estrategias, Capacitación y Transformación Digital en la Educación*. <https://doi.org/10.21855/librosecotec.99>

UNESCO. (2021). *Reimaginar juntos nuestros futuros: Un nuevo contrato social para la educación*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707>