

Importancia del desarrollo de la creatividad para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial desde el proceso de enseñanza-aprendizaje

VICENTA ROCÍO PIGUAVE PÉREZ*

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

RESUMEN

El objetivo del trabajo es situar la importancia del desarrollo de la creatividad para los alumnos en contextos universitarios, por lo que se presenta un diagnóstico del tema en los estudiantes que aspiran alcanzar niveles superiores de desarrollo personal y de bienestar emocional en entornos sociales cada vez más complejos y competitivos, ante las exigencias del sector empresarial a los profesionales para solucionar de una manera original e independiente los procesos de toma de decisiones, generación de productos y servicios innovadores que les permitan resolver los problemas del medio, como una forma de elevar su calidad de vida.

Este estudio se realizó con estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en la carrera de Ingeniería Comercial a través de una encuesta, y adicionalmente se realizó entrevistas a docentes para complementar la información recogida por la encuesta. Se presenta la síntesis de los resultados así como recomendaciones para encaminar tareas docentes, situándolo como el principal promotor de la creatividad desde el proceso de enseñanza aprendizaje.

Palabras clave: creatividad, formación inicial, proceso de enseñanza aprendizaje.

* Ingeniera comercial. Magíster en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales. Diplomada en Educación Superior por Competencias. Alumna del Doctorado en Ciencias Pedagógicas por la Universidad Oscar Lucero Moya de Cuba. Profesora titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Tutora de maestría en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Contacto: rociopiguave@yahoo.es

Importance of creativity development for Commercial Engineering career students from the teaching-learning process

SUMMARY

The objective of this work is to place the importance of creativity development for students into university contexts, therefore a diagnosis of the issue is presented in the students who aspire to reach higher levels of personal development and emotional health in social environments increasingly complex and competitive, to the demands of the entrepreneurial sector towards professionals in order to solve in an original and independent way, the decision-making processes, products and innovative services generation that solve problems on the field as a way to improve their quality of life.

This study was conducted with students from «Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí» in the career of Commercial Engineering, through a survey and additionally interviews were conducted to professors to supplement the information gathered by the survey. The synthesis of the results and recommendations are presented for routing teaching tasks placing the professor as the main promoter of creativity from the learning process.

Keywords: creativity, initial training, teaching-learning process.

1. Introducción

La creatividad es fundamental en cada ser humano, y uno de los principales agentes de su desarrollo es la educación, cuya función es impulsar el potencial creativo de los estudiantes y ampliar de manera integral y equilibrada los sentimientos con la finalidad de que trasciendan sus formas de vida. Esta no es pasiva, es turbulenta, original y solo se desarrolla con la práctica, reflexionando sobre las transformaciones que se puedan lograr.

Se evidencia el valor de la creatividad a nivel global en los centros de educación superior que se dedican a la investigación de métodos diferentes de enseñanza aprendizaje enfocadas en la formación de una generación de profesionales con capacidad para crear, innovar, motivar, comunicar y resolver problemas de una manera original, por lo que es trascendental este estudio para una oferta educativa diferente y única en el Ecuador.

La carrera de Ingeniería Comercial está difundida a nivel mundial y en los países que se encuentran en la etapa de subdesarrollo es de trascendente valor, ya que por medio de los ingenieros comerciales es que pueden no solo crear nuevas empresas, sino también desarrollar las ya existentes, debido a que el rol de la economía y la administración en el avance de los naciones, es cada vez más importante, dando origen a un alto índice de crecimiento a nivel mundial.

Atendiendo a ello, se formula el problema ¿Cómo contribuir al desarrollo de la creatividad en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial? Los resultados de la investigación orientan al docente universitario para que impulse desde el proceso de enseñanza aprendizaje tareas didácticas que estimulen la creatividad en los alumnos, sumergiendo ciertas acciones tradicionales que han alterado ideas innovadoras, porque la nueva economía es dinámica y cambiante, y exige profesionales preparados académicamente, con una mentalidad estratégica y creativa que revolucione las organizaciones hacia el bienestar de la humanidad.

El objetivo del estudio es fundamentar la importancia del desarrollo de la creatividad en la formación inicial de los estudiantes universitarios, mediante una investigación empírica durante el período académico del año 2011- 2012, en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Uleam) en Ecuador, a través de la aplicación de una encuesta a los estudiantes y una entrevista a los docentes; como una manera de afrontar las dificultades que los alumnos tienen para su desempeño en actividades investigativas, así como incertidumbres para su desempeño profesional como resultado de un proceso de enseñanza-aprendizaje poco estimulante en el contexto ecuatoriano.

2. DESARROLLO

Hay diversas concepciones de creatividad como fenómeno esencial para el desarrollo humano, según lo expresa García (2011, p. 111) «unos la enfocan en función del pensamiento creativo, otros la relacionan con la solución creativa de problemas y otros la asumen como una posición personalógica, que la enlazan al desarrollo de sentimientos, motivaciones». Otros en el contexto de las teorías explicativas diferencian dos grandes planteamientos: «los enfoques personalistas que sitúan la creatividad en la persona, y los interaccionistas que entienden que la creatividad es fruto de la interacción de variables personalógicas y ambientales» (Garigordobil, 2006, p. 1).

La creatividad es un fenómeno complejo, esencial y cotidiano en todos los seres humanos que resulta determinante en el desarrollo ontogenético. Su valor ha promovido la realización de un sinnúmero de investigaciones para profundizar en sus características y optimizar su desarrollo. Pascale (2005) propone que la creatividad es cualquier acto, idea o producto que cambia un dominio ya existente, o lo transforma en uno nuevo. Entonces la persona creativa es alguien cuyos pensamientos y actos cambian un dominio o establecen una nueva influencia.

Como explica Márquez (2011, p. 1), «la inteligencia humana y la creatividad son recursos imprescindibles de cada pueblo, por ello es preciso que la

sociedad sitúe dentro de sus objetivos priorizados desarrollarlas consciente y científicamente», se hace necesario desarrollarla en los estudiantes universitarios buscando establecer una sociedad progresiva con profesionales creativos, auténticos y con iniciativa.

La creatividad en el sistema educativo es de significativa importancia con relación a las innovaciones, al desarrollo del pensamiento, de los cambios educativos, y a la actitud creadora de los educandos. Por tanto se debe contar con ambientes creativos donde se busque potenciar los procesos educativos no convencionales que estimulen al estudiante a investigar, explorar, conocer, aprender y profundizar un área de conocimiento, aprovechando las posibilidades que ofrece el medio.

Siendo la creatividad fundamental en los objetivos curriculares, es tarea del docente planificar clases dinámicas y no pasivas, donde los estudiantes deben ser imaginativos, que predominen las acciones novedosas, garantizando la adquisición de conocimientos teórico-prácticos y el perfeccionamiento de sus competencias profesionales.

El profesor innovador y creativo posee una disposición flexible hacia las personas, las decisiones y los acontecimientos; no solo tolera los cambios sino que está abierto a ellos más que otras personas; está receptivo a ideas y sugerencias de los otros, ya sean superiores, compañeros o inferiores; valora el hecho diferencial; se adapta fácilmente a lo nuevo sin ofrecer excesivas resistencias; se implica en proyectos de innovación. (De La Torre y Violant, 2002, p. 4)

Con la implementación de tareas o estrategias novedosas el estudiante participa en forma más activa que cuando se emplean metodologías tradicionales en la enseñanza, como señalan Elisondo y Donolo (2011), el docente tiene como actividad primordial encausar el proceso creativo de enseñanza aprendizaje, y, es necesario complementar metodologías de estudio a los efectos de comprender de manera integral el complejo fenómeno de la creatividad.

Por ejemplo, en las investigaciones sobre alumnos talentosos (Pérez, González y Díaz, 2007; Lorenzo y Martínez, 2003), la creatividad es un componente o dimensión de obligada referencia en la identificación y desarrollo de estos estudiantes, la cual hay que promover con estrategias didácticas y tareas docentes que se erijan en retos personales para ellos.

Solar (1992) indica áreas, dimensiones e indicadores con los que se expresa la creatividad: originalidad, fluidez, flexibilidad, elaboración, redefinición, inventiva, análisis, síntesis, sensibilidad a los problemas, por lo que el alumno creativo en el aula debe caracterizarse por la originalidad de sus opiniones,

así como su desempeño debe buscar alternativas novedosas para resolver problemas, donde debe primar el respeto, comunicación, participación, cooperación, humor, el trabajo grupal y libertad de acción, dado que cada estudiante tiene intereses y deseos personales y profesionales, acompañados de ambientes adecuados, personalizados, autónomos y flexibles.

Debido a que el modelo de enseñanza preponderante en el contexto local tiende a reducir la creatividad del alumno a sus posibilidades reales, es esencial conocer el valor para ellos sobre esta temática, como lo expresa Mijants (1995), que la alta motivación profesional, la orientación vocacional bien definida, la valoración adecuada de su individualidad, la actitud activa en la auto superación como persona y profesionalmente, la orientación hacia la creación de forma intencional, hacia la realización y logros de metas, entre otros aspectos, propician la expresión de la creatividad en los alumnos, pero que sin aplicación a la satisfacción de una necesidad presente en el mundo real escasamente trascenderá en la historia.

Las manifestaciones creativas de los educandos deben ser muy tenidas en cuenta por los profesores para su estimulación y no para reprimirlas o subestimarlas, ya que en ocasiones los claustros universitarios no poseen la suficiente profesionalización para saber cómo encauzar la creatividad de sus alumnos de una manera efectiva y adoptan actitudes o decisiones empiristas que en nada contribuyen a su desarrollo personal y profesional.

«Los contenidos del proceso de enseñanza aprendizaje universitario no pueden estar constreñidos a los marcos de las propias disciplinas, programas y planes de estudio porque se convierten en aspectos abstractos, muy teóricos y desarticulados con la vida» (Ortiz y Mariño, 2012, p. 91). Por lo tanto, la creatividad, es el alma de las estrategias transformadoras orientadas al aprendizaje, siendo el alumno el que ha de ir revelando la adquisición de las competencias planificadas en cada una de las carreras, como lo explica (Catalano, Avolio, Sladogna, 2004, p. 39), que «las capacidades que permiten desempeños satisfactorios se forman a partir del desarrollo de un pensamiento científico-técnico reflexivo, de la posibilidad de construir marcos referenciales de acción aplicables a la toma de decisiones que exigen los contextos profesionales».

2.1. Estudios en el contexto ecuatoriano sobre el desarrollo de la creatividad

En el contexto ecuatoriano se ha podido constatar que varios autores han realizado investigaciones sobre la creatividad en cuanto a sus aspectos formativos e instructivos, sobre métodos y técnicas eficaces en la práctica educativa,

logrando importantes aportes científicos para la educación general básica a nivel de bachillerato y de educación superior.

Así por ejemplo, Asanza y Rodríguez (2007) realizan un estudio sobre la expresión plástica para dar a conocer la importancia de la creatividad y el valor pragmático que tiene esta materia en los infantes en cuanto a su desarrollo integral, equilibrado y armónico. En la educación escolar existe la ausencia del trabajo creativo y expresivo por el hecho de que en las instituciones educativas no se imparten actividades artísticas, hay pocos profesores especializados en el área y pocas escuelas dedicadas al arte infantil, ocasionando una falta de promoción de las actividades creativas e intelectuales.

Gallo (2007) realiza una propuesta para mejorar el proceso de interaprendizaje en las alumnas de los primeros años de bachillerato a través del desarrollo del pensamiento creativo, sustenta la importancia de crear las condiciones necesarias para estimular la creatividad en los estudiantes, así como la evaluación y desarrollo del pensamiento creativo de los docentes. Es de significativa importancia para proporcionar a los alumnos un medio estimulante en el cual se favorezca el autodescubrimiento de habilidades creativas en el proceso de enseñanza aprendizaje logrando que el alumno tenga el interés de aprender de una manera creativa y original.

Angulo (2009) considera que la publicidad en la ciudad de Quito no se ha desarrollado completamente, que el nivel es muy bajo en comparación a otros países de nivel de excelencia, son las universidades las responsables, debido a que muchos estudiantes no tienen los conocimientos necesarios para desarrollarse en el medio, no existiendo un fortalecimiento de ideas creativas y habiendo temores a presentar ideas innovadoras, condiciones necesarias para mejorar la educación y que esta se dirija a experiencias laborales reales.

Pazmiño (2009), demostró que en las destrezas de los niños no se observa una tendencia de mejora y que los métodos de enseñanza de habilidades básicas en la escuela no están produciendo los resultados esperados, es decir, no se fomenta la creatividad ni uso de técnicas y metodologías dinámicas y creativas.

Sánchez (2009) define propuestas alternativas para mejorar la organización y la calidad del personal administrativo a nivel de facultades de la Uleam, en las que determina que las organizaciones demandan personal que no se limite a dominar técnicas o una rama de su oficio o profesión, sino que estén dotadas de vocación para trabajar en equipo, capacidad para crear, innovar, motivar, comunicar y resolver problemas de una manera original debido a que existen insuficiencias en la atención a los usuarios de la comunidad universitaria, por

lo que se requiere de personal preparado con estos requisitos para satisfacer las demandas de la comunidad universitaria.

Cabrera (2010) presenta un análisis sobre la teoría de la creatividad, desde donde se analizan sus niveles, su proceso y su implicación en el aula, de manera especial en jóvenes en la etapa del pensamiento formal de su desarrollo evolutivo. A través de los resultados obtenidos en la investigación de campo, se plantea la problemática, vigente en la educación ecuatoriana, mediante cuadros comparativos, entre las destrezas propuestas en la Reforma Curricular Consensuada y las destrezas con criterio de desempeño de la actualización curricular, los mismos que finalizan con recomendaciones para asegurar el desarrollo de la creatividad en el aula.

Chumapi (2010) indica que los centros educativos de formación artesanal a nivel de bachillerato y superior, cuentan con el privilegio de acoger en sus aulas a estudiantes con una predisposición especial a la creatividad, misma que debe ser aprovechada, tanto en la apreciación de la belleza y el arte y cómo su uso contribuye a la generación de empleo y recursos, por tanto, plantea la creación de un manual que permita optimizar la capacidad cognitiva y creativa de los alumnos a través de actividades y proyectos que los estudiantes necesitan para su formación ocupacional con una nueva cosmovisión educativa. Trabajo que se planteó debido a la falta de estructuración de contenidos secuenciales, entretenida y didáctica que facilite el aprendizaje de manera creativa.

Loor (2011), revela que los resultados de la falta de creatividad e innovación afectan la productividad de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, produciendo un deterioro en la calidad de los servicios del entorno laboral en el que se encuentran, pues el deseo de obtener una mejor actitud incide en la calidad y eficiencia de sus desempeños. La actitud del recurso humano frente a la creatividad y la innovación en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón Vinces, son elementos muy comunes para mejorar la calidad de atención hacia sus usuarios ayudando así a mantener la fuerza laboral para el desarrollo de sus actividades productivas.

Lema y Lucio (2011) manifiestan que en el estudio sobre el desarrollo de las destrezas lingüísticas para lograr una efectiva intervención educativa en la provincia de Bolívar, constataron que con la utilización del juego y la creatividad, así como de actividades lúdicas, incluyendo aspectos innovadores, se desarrollan las destrezas lingüísticas en el idioma inglés, contribuyendo a elevar el nivel educativo.

Al terminar de abordar el estado del arte sobre las investigaciones en creatividad es pertinente valorar, a modo de resumen, los aportes de los diferentes autores mencionados, reafirmando la pertinencia de este problema en

la formación de profesionales y a la vez, la necesidad de seguir estudiándolo al no haberse investigado suficientemente su estimulación desde el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior en el contexto ecuatoriano, como se enfatiza:

Dentro de la construcción de una cultura empresarial basada en la práctica permanente de la creatividad y la innovación, es fundamental que el triángulo —empresa, Estado y universidad— empiece ya a funcionar; pues mucho se ha hablado, en Ecuador, de la interacción de los actores antes señalados, pero muy poco se ha actuado. El momento que se pase del discurso a la acción, en esta materia, se construirá el camino de un tejido empresarial altamente competitivo nacional e internacional. (Araque, 2012, p. 61)

Sin embargo, a nivel del contexto ecuatoriano no se encuentran resultados científicos desde la enseñanza aprendizaje universitario donde se construya un proceso, estrategia o tareas docentes para desarrollar la creatividad en estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, particularmente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, que propicie la realización y logros de metas de los alumnos.

2.2. Diagnóstico de la importancia del desarrollo de la creatividad para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial en el contexto ecuatoriano

2.2.1. Contextualización y antecedentes

Debido a la importancia de esta carrera es fundamental analizar su origen en 1903 en la Ecole de Commerce Solvay, Universidad Libre de Bruselas. Con el tiempo la carrera se difundió por varios países de Latinoamérica como Argentina, Colombia, Nicaragua, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú, Bolivia, El Salvador, Puerto Rico, República Dominicana, Guatemala, entre otros, lo que se evidenció en la malla curricular de estas universidades, así como actualmente ocurre en las cien academias reconocidas como más prestigiosas del mundo, entre ellas Estados Unidos, Inglaterra, Japón, Francia, Canadá, Israel, Suiza, Australia, Alemania, Dinamarca, Finlandia, Italia, Países Bajos, Noruega, Rusia, Escocia, Singapur, Corea del Sur y Suecia. (El Centro Mundial de Universidades, 2013).

En Ecuador, la carrera de Ingeniería Comercial y Empresarial tiene antecedentes directos en el sistema de educación superior ecuatoriano, con la Universidad Central de Ecuador, posteriormente en la Estatal de Guayaquil en el año 1962, cuando en la Facultad de Ciencias Económicas se crea la

Escuela de Administración en Negocios y Contabilidad, debido a que en el país se notaba un creciente desarrollo de las empresas públicas y privadas, pero existía la carencia del elemento humano preparado para dirigir, administrar y lograr un desarrollo económico armónico en la actividad comercial, industrial y de servicio.

En la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de la ciudad de Manta - Ecuador, se crea esta carrera a partir del 9 de marzo de 1968. Actualmente ha tenido un crecimiento significativo, y ha logrado formar a más de mil titulados debido a que hoy la apertura de mercado y las fuerzas competitivas exigen del manejo eficiente de los recursos, de una toma de decisiones acertada, de un direccionamiento efectivo del recurso humano, de la capacidad creativa e innovadora de los empleados para proponer productos y servicios que demande la economía local, y no solo de grandes inversiones en tecnología moderna e infraestructura.

En esta Facultad, se reflexiona que los ingenieros comerciales no se han podido desempeñar en el campo laboral de la forma esperada y de acuerdo con su perfil profesional, por consiguiente optan por trabajar en otros puestos ajenos a la profesión para poder generar los ingresos económicos necesarios. Dato que se analiza mediante las estadísticas publicadas por el Banco Central del Ecuador (2013) sobre el reporte trimestral del mercado laboral durante el primer trimestre y que ubicó a la provincia de Manabí en el 4,4%; lo que demuestra que existe una población que tiene problemas para encontrar un trabajo fijo. Asimismo un estudio realizado por el Departamento de Investigación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí sobre el campo ocupacional de los egresados y graduados en el período 1997-2007, demostró que el 58% de ellos estaba ejerciendo su profesión y el 42% se encontraba en otras ocupaciones distintas a lo que estudiaron. En esta estadística, la carrera de Ingeniería Comercial alcanzó el 55,1% de los graduados que trabajan en áreas distintas, estableciendo así que se requiere una formación idónea de profesionales creativos para que puedan emprender negocios y empresas que mejoren su calidad de vida (Uleam, 2007).

En una investigación realizada por Pérez y Piguave (2000) a doce empresas comerciales, manufactureras, industriales y de servicios, con objeto de analizar el desempeño laboral de los egresados de la carrera de Ingeniería Comercial, se encontró que el 65% de los encuestados valoraron solo como «buena» a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, debido a que los profesionales llegan con vacíos, tantos teóricos como prácticos; el 35% la consideraron como «regular», y ningún gerente opinó que era «excelente» como centro de educación superior. Considerando las características y necesidades de las empresas

opinaron que a los profesionales de esta carrera les hace falta creatividad e iniciativa técnica, por lo que preferían contratar profesionales o egresados de otras universidades, como por ejemplo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), de la Escuela Superior Politécnica del Ejército (Espe), de la Universidad Católica de Quito (Puce), entre otras, porque egresan mejor preparados académicamente, así como contratan profesionales muy competentes de otros países.

2.2.2. Metodología del estudio

Para cumplir con el objetivo, se realizó una investigación empírica, en la cual se aplicó un análisis estadístico de los resultados para la construcción de nuevos conocimientos. Se consideró como variable dependiente el desarrollo de la creatividad de los estudiantes como efecto del empleo de distintas técnicas de enseñanza. Para recoger la información se aplicó una encuesta a los estudiantes y una entrevista a los docentes. La encuesta permitió conocer el nivel de importancia de los estudiantes sobre el desarrollo de la creatividad en su formación inicial. La entrevista individual se empleó con la finalidad de conocer el criterio de los profesores, sobre la temática desde el proceso de enseñanza aprendizaje.

Participaron en el estudio 237 alumnos matriculados en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. La muestra fue intencional y se obtuvo información de la población conformada por estudiantes de los cuatro cursos de la Unidad Académica correspondiente al tercer y cuarto semestre, del período académico de octubre del año 2011 a febrero del año 2012.

2.2.3. Resultados

a. Análisis de los datos aportados por la encuesta a alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial

Se encuestó a 237 estudiantes de esta carrera según una muestra intencional.

Se les consultó qué es más importante en su proceso de formación profesional para su futuro desempeño laboral competente, a lo que el 42% de los encuestados indicó que la orientación hacia la creatividad es un aspecto clave, sobre todo cuando se está instaurando trascendentales cambios en la educación superior ecuatoriana, y por parte de los empresarios requieren profesionales creativos, que asuman riesgos, investiguen nuevas posibilidades, dispuestos a aprender e incluso superar las expectativas existentes, crear iniciativas, interesantes y tomar decisiones firmes que trasciendan para el éxito de las organizaciones.

Año	Paralelo	Cantidad	Año	Paralelo	Cantidad
Primer semestre	A	25	Sexto semestre	A	37
Segundo semestre	A	37	Sexto semestre	C	50
Segundo semestre	B	43	Séptimo semestre	A	43
Segundo semestre	C	41	Octavo semestre	A	17
Segundo semestre	D	64	Octavo semestre	B	38
Segundo semestre	E	53	Octavo semestre	C	21
Segundo semestre	F	52	Noveno semestre	A	26
Tercer semestre	A	55	Décimo semestre	A	32
Cuarto semestre	A	44	Décimo semestre	B	29
Cuarto semestre	B	26	Décimo semestre	C	28
Cuarto semestre	C	37	Quinto año	A	65
Cuarto semestre	D	44	Quinto año	B	60
Cuarto semestre	E	32	Quinto año	C	65
Quinto semestre	A	37	Alumnos totales		1071

Tabla 1. Estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Semestre 2 de octubre 2011 a febrero de 2012. Elaboración propia.

Muestra de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial para la investigación	
Tercer semestre A	55
Cuarto semestre A	44
Cuarto semestre B	26
Cuarto semestre C	37
Cuarto semestre D	44
Cuarto semestre E	31
Total	237

Tabla 2. Muestra intencional

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

Los estudiantes consideran importante que los docentes desarrollen la creatividad en las distintas asignaturas porque es la base de la innovación para crear e implementar nuevos productos, tecnologías o procesos; porque para innovar se necesita estar siempre atento a las nuevas necesidades, a los nuevos gustos, a las nuevas modas y a las tendencias; de tal manera que se pueda aprovechar o reaccionar ante estas.

Sobre las estrategias que motivaría a los alumnos a estar en el aula de clases, el 27% de los estudiantes consultados indicaron que son las simulaciones virtuales, por cuanto un aula inteligente desarrolla el pensamiento de los alumnos (inteligencia y creatividad). Por lo tanto, para ellos es importante que se planifiquen tareas auténticas en un espacio multiuso y tecnológicamente equipado, lo que les permitirá experimentar calidad educativa.

Por lo que el 52% de los alumnos expresó que para que se mejore el proceso de enseñanza aprendizaje el docente debe organizar actividades con uso de tecnologías, puesto que en la unidad académica no se ha contado con las aulas debidamente equipadas ni los docentes han aplicado transformaciones de su enseñanza. Por lo que es de suma importancia que el docente de carreras administrativas incluya tareas innovadoras como stand en aula de clase, videos de emprendedores de negocios, proyectos de investigación sobre la economía local, evaluaciones con equipos externos, estudio de casos sobre empresas del medio, entre otros. La necesidad de transformar la educación superior coherente con las nuevas exigencias de una sociedad en vertiginoso proceso de cambio es un sentimiento compartido por los estudiantes de esta carrera.

Se infiere que los docentes deben transformarse en guías del aprendizaje, tutores y promotores de debates sobre la realidad local, generando y poniendo a disposición materiales para consulta, investigación y estudio, talleres de casos prácticos, que permitan que los estudiantes desarrollen las capacidades y potencialidades necesarias para concretar la producción compartida.

Manifestó el 83% de los alumnos la importancia de utilizar técnicas grupales en el aula porque mejoran su aprendizaje, ya que la interacción de los integrantes incrementa las potencialidades en la apropiación de conocimientos y de resolución de problemas, lo que supera las posibilidades de los alumnos por sí solos.

Un 52% de los alumnos manifiesta que liderar equipos y resolver problemas complejos es una tarea que debe ser iniciada por los docentes, así como un 28% exteriorizan que siendo un profesional creativo puede desarrollar su propia empresa o negocio, porque tendría la competencia para visualizar oportunidades del mercado, otros valoran cómo articular los recursos necesarios

para poner en marcha una actividad empresarial y así disminuir las altas tasas de desempleo que afrontan los profesionales de esta carrera.

La comunicación docente alumno debe ser motivante y afectiva, así lo manifestó el 91% de los estudiantes consultados, porque se descubren sus necesidades, ya que muchos de ellos son trabajadores y realizan un gran esfuerzo para obtener un título profesional. Sin embargo, existen docentes en la carrera que no consideran las necesidades de los alumnos e imponen sus propios criterios.

Para lograr alumnos cada vez más creativos, con un amplio espectro de posibilidades, se debe tender a que los docentes lo sean. Por ese motivo se realizaron entrevistas a docentes, cuyos resultados se presentan a continuación.

b. Análisis de los datos aportados por la entrevista a docentes de la carrera de Ingeniería Comercial

Mediante entrevista a diez docentes se consultó los años de experiencia como profesor universitario: el 40% tiene entre uno a cinco años de experiencia docente, de lo que se infiere que hay cierta experiencia en el claustro.

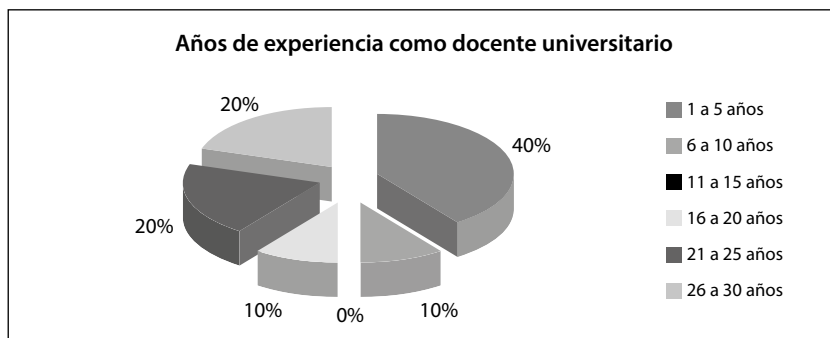


Figura 1. Capacitación pedagógica

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

Además, los docentes consideran más importante en la formación del profesional la actualización de conocimientos de forma adecuada porque están formando personas que aplicarán conocimientos en las empresas, pero les hacen falta niveles de capacitación pedagógica.

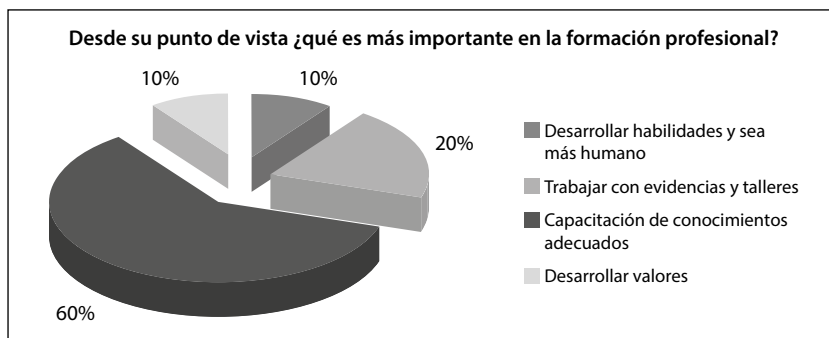


Figura 2. Aspectos de formación profesional

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

El 50% de los docentes no ha tenido ninguna preparación profesional sobre didáctica, solo han recibido orientaciones de cómo realizar los sílabos (programas) y las nuevas disposiciones que exige la Ley de Educación Superior, pero no como proceso permanente.

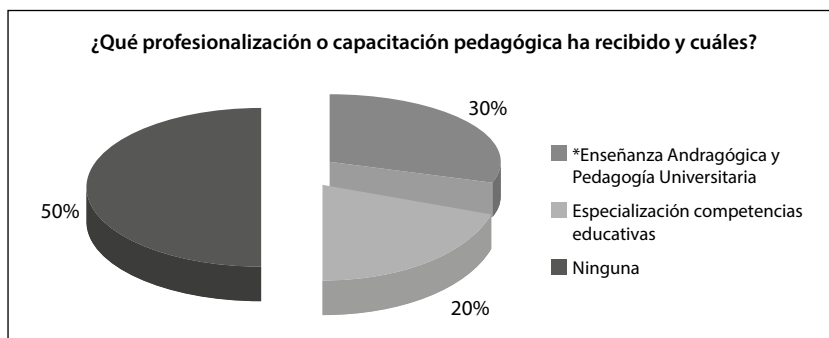


Figura 3. Capacitación pedagógica

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

En esta carrera administrativa hay pocos docentes que contribuyen al desarrollo de la creatividad de los estudiantes mediante trabajos de investigación, consultas, exposiciones, tareas, preparación del docente, talleres de casos prácticos que permitan a los estudiantes confrontar sus experiencias, donde expresen sus opiniones, o talleres motivacionales; por lo que al estudiante solo le motiva estar en aula de clases por su propia actitud de superación.

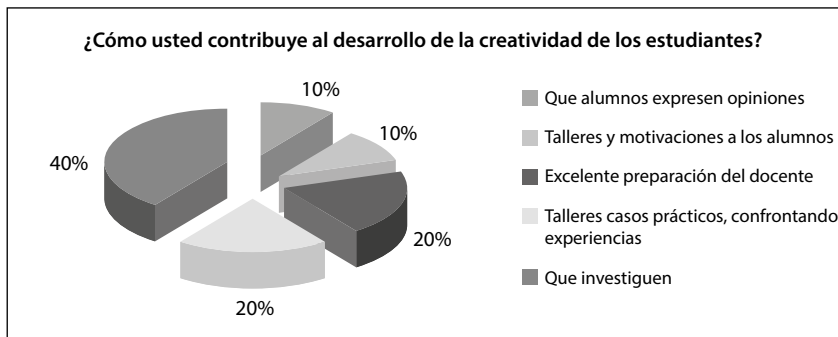


Figura 4. Desarrollo de la creatividad de los estudiantes

Fuente: Datos de Secretaría de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

Estos datos revelan que la mayoría de los docentes están insuficientemente capacitados para estimular la creatividad de sus alumnos al realizar tareas poco significativas y empíricas, basadas solamente en su experiencia profesional.

CONCLUSIONES

Importantes estudios concluyen el valor de la creatividad, pero en Ecuador, específicamente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, aún no se define dentro de los objetivos curriculares, convirtiéndose actualmente en un desafío para la docencia de modo que resulte relevante su aplicación para la incorporación eficiente de los egresados en el campo laboral.

Los estudiantes, valoran significativamente que la creatividad constituye una cualidad esencial en la formación inicial del Ingeniero Comercial para un desempeño competente. Habría que pensar en su incorporación en los planes de estudio, aprovechando que la educación superior en el Ecuador se encuentra en proceso de importantes transformaciones, y que la creatividad es fundamental para los profesionales que construirán una sociedad más justa y solidaria hacia el buen vivir.

Se constatan deficiencias en el desarrollo de la creatividad desde el proceso de enseñanza aprendizaje, que influyen negativamente en el desempeño profesional de los egresados. Existen diversas acciones didácticas por parte de los profesores para estimular la creatividad de los estudiantes, pero de forma aislada, espontánea, sin una fundamentación científica y, por tanto, sin ningún impacto formativo en los estudiantes.

Los profesores de esta carrera carecen de una profesionalización docente para sistematizar, desde el proceso de enseñanza aprendizaje, el desarrollo de la creatividad de los estudiantes. Ciertos estudiantes asisten a clases únicamente con expectativas de recibir información, quedando fuera del espacio del aula universitaria una dimensión central de la construcción significativa que es el desarrollo de la creatividad.

RECOMENDACIONES

La creatividad es primordial para cada persona, innovando su medio, por lo que ha sido objeto de investigaciones a nivel mundial, teniendo marcado interés en contextos universitarios, por lo que es necesario que desde los centros de educación superior a nivel local exista interacción entre la empresa-estado y universidad, con la finalidad de construir una cultura empresarial altamente competitiva, basada en la práctica permanente de la creatividad e innovación.

El ambiente globalizado al que se enfrentan las empresas obliga a que el desempeño de los profesionales de carreras administrativas sea altamente creativo, por lo que los alumnos de esta carrera necesitan conocer el mercado, las motivaciones y hábitos de compra de los consumidores, las estrategias de la competencia, las tendencias del entorno, esto traerá la generación de nuevas ideas, productos o servicios y tomar las decisiones correctas acelera que las autoridades, docentes, alumnos y administrativos focalicen sus esfuerzos en desarrollarla como parte de los objetivos curriculares.

Es apremiante el uso de metodologías dinámicas y diferentes, que despierten el interés de aprender de los alumnos, que propicien el desarrollo de vivencias afectivas positivas, que orienten el comportamiento protagónico en la actividad a realizar mediante un clima favorable que promueva una comunicación afectiva entre profesor y alumnos, una valoración adecuada de la individualidad, y una orientación hacia la creación intencionada de logros de los estudiantes. Los alumnos requieren que las clases sean oportunidades para expresarse, pensar, aprender, descubrir y crear, interactuar con los demás, intercambiar puntos de vista, reconocer las propias capacidades y posibilidades. Que el docente complemente tareas distintas, que perfeccione aquellas tareas típicas y permita a los estudiantes reflexionar sobre situaciones novedosas.

Se debe programar un ciclo de capacitación sobre la temática, para que los docentes tengan conocimientos profundos, actualizados, diversos y estimulen la creatividad en los alumnos porque el sector empresarial exige calidad de profesionales que introduzcan grandes ideas y toma de decisiones acertadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo, P. (2009). *Análisis de la creatividad vs la creatividad extranjera en los festivales de publicidad*. Tesis de grado licenciatura en Publicidad. Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito-Ecuador.
- Araque, W. (2012). *Creatividad e innovación, claves para la competitividad*. p. 28. Ekos Negocios. Ecuador.
- Asanza Y., Rodríguez L. (2007). *El desarrollo de la creatividad e imaginación a través de las técnicas grafo-plásticas en la educación preescolar del Liceo Naval de Manta, en el período 2006-2007*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Educación, especialidad Educación Parvularia. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Ecuador.
- Banco Central del Ecuador (2013). Reporte trimestral del mercado laboral. Desocupación Urbana en las provincias de Guayas, Manabí y Pichincha. <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/imle201303.pdf>. Fecha de consulta: 10 abril 2013.
- Cabrera, F. (2010). *El pensamiento creativo desde la Reforma Curricular Ecuatoriana. Estudio en la etapa de las operaciones formales (8o, 9o y 10o) año de educación básica*. Tesis previa la obtención del grado de Magister en Educación y Desarrollo del Pensamiento. Universidad de Cuenca-Ecuador.
- Catalano A., Avolio S. Sladogna M. (2004). *Diseño Curricular basado en normas de competencias laboral, conceptos y orientaciones metodológicas*. Banco Interamericano de Desarrollo. Capítulo II. p. 39. Primera edición. Buenos Aires, Argentina.
- Chumapi A., Mites L. (2010). *El empleo de la técnica del migajón, aplicada a la realización de objetos decorativos artesanales para el hogar, que contribuya a la formación artística y emprendedora de las estudiantes de la Unidad Educativa Artesanal Caranqui de la ciudad de Ibarra*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación, mención Artesanías Artísticas. Universidad Técnica del Norte. Imbabura-Ibarra, Ecuador. La página del idioma español. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/423/1/fecyt%20944%20preliminares.pdf>. Fecha de consulta: 21 de septiembre 2012.
- De La Torre S., Violant V. (2002). *Estrategias creativas en la enseñanza universitaria. Proyecto EDIFID: Estrategias didácticas innovadoras para a formación inicial docente*. (pp. 4-5). Sentipensar. Universidad de Barcelona-España.
- El Centro mundial universitario (2013). *Las cien mejores universidades del mundo*. La página del idioma español. <http://www.lanacion.com.ar/1598259-las-100-mejores-universidades-del-mundo>. Fecha de consulta: 15 de julio 2013.

- Elisondo R., Donolo D. (2011). *Los estímulos en un test de creatividad. Incidencia según género, edad y escolaridad.* (pp. 62-63). Boletín de psicología No.101. Argentina. La página del idioma español. <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N101-4.pdf>. Fecha de consulta: 13 de noviembre 2012.
- Gallo, P. (2007). *Incidencia del pensamiento creativo para mejorar el proceso de interaprendizaje de las alumnas de los primeros cursos de bachillerato en Comunes del colegio ciudad de Paute, período lectivo 2006-2007.* Tesis de grado de licenciatura en pedagogía. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca – Ecuador.
- García, G. (2011). *Reflexiones acerca de la inteligencia y la creatividad.* Compendio de Pedagogía. p. 111. Editorial Pueblo y Educación. La Habana Cuba.
- Garigordobil, M. (2006). *Explicaciones teóricas contemporáneas del origen y desarrollo de la creatividad humana.* p. 1. Recrearte. Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco. La página del idioma español. <http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte05/Seccion1/TeoContemp.htm>. Fecha de consulta: 11 de octubre 2012.
- Lema J., Lucio H. (2011). *El juego y la creatividad en el desarrollo de las destrezas lingüísticas para lograr una efectiva intervención educativa en el idioma inglés de los estudiantes del noveno año de educación básica del Colegio Nacional 10 de Enero del Cantón San Miguel provincia de Bolívar, Ecuador en el período lectivo 2010-2011.* Tesis de Grado en Ciencias de la Educación. Universidad Estatal de Bolívar- Ecuador.
- Loor, N., Maridueña R. (2011). *Actitud del recurso humano frente a la creatividad y la innovación en las cooperativas de ahorro y crédito del cantón Vinces»* Tesis tercer nivel título Ingeniero Comercial. Universidad Técnica de Babahoyo. Provincia de los Ríos- Ecuador.
- Márquez, A. (2011). *El desarrollo de la creatividad y el talento.* (pp. 1-5). Instituto Superior Pedagógico Frank País- ISP de Santiago de Cuba. La página del idioma español. <http://www.fundacionemiliamariatrevisi.com/desarrollo-creatividad.htm>. Fecha de consulta: 13 septiembre 2012.
- Mijants, A. (1995). *Creatividad, personalidad y educación.* Editorial Pueblo y educación. Ciudad de La Habana, Cuba.
- Ortíz, E., Mariño M. (2012). *El proceso de enseñanza-aprendizaje universitaria desde una concepción psicodidáctica.* Editorial Académica Española. Capítulo II. España.
- Pascale, P. (2005). Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi. Revista Arte, Individuo y Sociedad. Volumen 16, 61-84.

- Pazmiño, S. (2009). *Modelo de gestión de una fundación: para la mejora de la educación primaria del Ecuador a través de la tecnología y el estímulo a la creatividad*. Tesis Maestría en Administración de Negocios. Universidad San Francisco de Quito.
- Pérez Luján, González, M. y Díaz, A. (2007). El talento: antecedentes, modelos, indicadores, Condicionamientos, estrategias y proceso de identificación. Una propuesta desde la universidad cubana y el enfoque histórico-cultural. *Revista Iberoamericana de Educación*, 9. España. Disponible en: www.rioei.org (Fecha de acceso: 01-06-2014).
- Pérez, S., Piguave V. (2000). *Vinculación de la Facultad Ciencias Administrativas de la ULEAM con el Sector Externo*. Tesis de Grado Obtención título de Tercer Nivel Ingeniero Comercial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí-Manta. Ecuador.
- Sánchez Macías (2009). *Propuestas alternativas para mejorar la organización y la calidad del personal administrativo a nivel de facultades de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí*. Tesis obtención título de Tercer Nivel Ingeniero Comercial. Manta-Ecuador.
- Solar, R. M. (1992). *Creatividad y docencia universitaria*. Centro de Desarrollo Universitario-CINDA. Manual No.1. Santiago, Chile.
- Uleam (2007). *Estudio del campo ocupacional de los egresados y graduados en el período 1997-2007* de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Departamento de Investigación-Uleam. Manta-Ecuador.

Fecha de recepción: 27-IX-2013

Fecha de primera evaluación: 16-XII-2013

Fecha de segunda evaluación: 24-I-2014

Fecha de aceptación: 27-I-2014