

LABORATORIO LASALLISTA LIEC: PERCEPCIÓN DE CREATIVIDAD 2011-2014

**Área de investigación: Educación en Contaduría,
Administración e Informática**

María Constanza Cubillos Rodríguez.

Universidad de La Salle
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Programa de Contaduría Pública
mcubillos@unisalle.edu.co
conniebuilder@gmail.com

XIX
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Octubre 8, 9 y 10 de 2014 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración



LABORATORIO LASALLISTA LIEC: PERCEPCIÓN DE CREATIVIDAD 2011-2014

RESUMEN.

Este documento es resultado de la investigación “La innovación y el emprendimiento en la Universidad de La Salle:2008-2014”, el cual evidencia desde la perspectiva académica, la relevancia de estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial en el estudiante de hoy de cara a las necesidades que plantea el siglo XXI, de manera que disponga de algunas herramientas que brinde la Universidad orientadas a dar soluciones creativas en su contexto, para ello se presenta en primera instancia una introducción, a continuación el desarrollo de la experiencia que arroja el laboratorio lasallista de Innovación, Emprendimiento y Creatividad –LIEC- desde 2011 a la fecha en la Universidad de La Salle – Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, la cual involucra estudiantes de Contaduría Pública, Administración de Empresas y algunos de Ingeniería.

PALABRAS CLAVE: creatividad, laboratorio LIEC, técnicas de creatividad, estrategias didácticas en creatividad, elementos que bloquean la creatividad.

ABSTRACT

This document is the result of the investigation "Innovation and entrepreneurship at the University of La Salle:2008-2014", which evidence from the academic perspective, the importance of stimulating creativity and develop personal, group and corporate level in the student today ahead of the needs arising from the XXI century, so some tools available to provide the University aimed at providing creative solutions in context, for it appears at first an introduction, then the development of Lasallian experience that throws the Innovation, Entrepreneurship and Creativity lab -LIEC-, from 2011 to date in La Salle University - Faculty of Management and Accounting, which involves students of Accounting, Business Administration and some engineering.

KEYWORDS: Creativity, LIEC Lab, creativity techniques, teaching strategies in creativity, elements that block creativity, reactivity, innovation, entrepreneurship, creativity techniques, teaching strategies in creativity.



LABORATORIO LASALLISTA CIE: PERCEPCIÓN DE CREATIVIDAD 2011-2014

*Cualquier modo de mirar el mundo, es sólo uno entre muchos.
Edward de Bono*

INTRODUCCIÓN

El concepto de “Creatividad” resulta ser actualmente una de las expresiones más utilizadas en el campo académico de la formación profesional universitaria, el cual va de la mano de la innovación. Para nadie es un secreto que el estudiante universitario requiere entrenamiento en creatividad para que desde hoy y el día de mañana plantee soluciones creativas a las problemáticas que generan las nuevas tendencias de la economía del siglo XXI. Cada día las empresas requieren ser más competitivas para sobrevivir en el mercado, es así como la creatividad se convierte en una clave para dar ese valor agregado, ese valor diferencial, ese elemento que responda a las necesidades y expectativas del cliente, ese elemento innovador en los productos y servicios de las empresas que quieren competir.

Las cifras de desempleo en Colombia evidencian la necesidad de ser competitivos y de crear empresa, lo cual surge en primera instancia de la creatividad, atraviesa la innovación y concluye en la generación de un negocio informal o en la creación de empresa.

A continuación se muestran algunos desarrollos relacionados con el concepto de creatividad asociada a la innovación y a los emprendedores, las características de las personas creativas, el contexto, la metodología utilizada en aula y sus principales resultados, conclusiones y bibliografía.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

Este apartado incluye inicialmente desde la perspectiva educación y formación las necesidades de talento humano que reclama el siglo XXI, el rol de la Universidad en el proceso, específicamente la estrategia utilizada en la Universidad de La Salle, el fundamento teórico del aprender haciendo, relevante en ésta investigación. A continuación despliega la relación Innovación – Creatividad para terminar el concepto de creatividad y las capacidades creativas, así a continuación dar curso a la metodología y los principales resultados.

Educación y Formación.

La calidad de las personas se ha convertido a través del tiempo en una exigencia mayor si se pretenden desarrollar las regiones de los países. Reclama un talento humano más capacitado y talentoso para vincular Universidad – Empresa – Estado.

Para Berumen (2006), el logro de la competitividad se alcanzará mediante el desarrollo de actividades asociadas a la calidad, eficacia y eficiencia de los factores relacionados con la competitividad donde los actores principales son el gobierno, el sector productivo, la Universidad y los Centros de Investigación.



Es allí donde la Universidad ocupa un lugar importante; en palabras del consejero presidencial para la economía y competitividad, la universidad debe hacer cambios importantes en la fundamentación, los contenidos de programa y la forma de animar los procesos de aprendizaje. El sistema apoyado en pilares como la robótica, la automatización, la informática, la telemática y la internacionalización de la sociedad ha dado cambios clave en las competencias y habilidades requeridas para crear, desarrollar, manipular y consumir nuevas tecnologías, una formación que requiere gran capacidad de abstracción, pensamiento sistémico no reduccionista, experimentación (aprendizaje basado en la construcción y deconstrucción de saberes adquiridos) y trabajo en equipo. (FODESEP, ICFES, ICETEX, CONSEJO BRITÁNICO, COIMBRA GROUP, 1997)

De manera similar, el estudio Tuning arroja como una de las demandas más importantes el cambio de visión del profesorado sobre educación, en dónde el estudiante disfruta de mayor libertad y autonomía, valiéndose de la ventaja de un aprendizaje y trabajo en red con conexión directa con el entorno real, requiere de estrategias de enseñanza-aprendizaje basadas en el diálogo, la participación, la creatividad y la movilidad. Como resultado de un análisis prospectivo la competencia se intensificará por la globalización y las ventajas competitivas de las empresas se derivan de la innovación, la creatividad y las redes de información. (Esqueneti, 2013)

Desde la perspectiva institucional, la Universidad de La Salle determinó estrategias curriculares que forma parte del Proyecto Educativo Institucional –PEI-, el cual incluye planes de acción en el Plan Institucional de Desarrollo –PID- y se ejecuta en el currículo.

Una de la estrategias, denominada “Predicción de la enseñanza transformadora” se fundamenta en didácticas que propicien integralmente el fundamento investigativo y experimental según el nivel de formación del estudiante. Dentro de las dinámicas fundamentales se encuentran: el desarrollo de proyectos, la simulación y modelación, el seminario y los laboratorios. (CASTRO, GIRALDO A., & ÁLVAREZ O., 2010)

La Universidad de La Salle, aborda la creatividad a través del desarrollo de sus procesos de emprendimiento desde sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión. La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, en su proceso de redimensión curricular ha incluido en su 4º semestre el espacio académico denominado “Emprendimiento, Creatividad e Innovación” del cual forman parte cinco (5) profesores atendiendo catorce (14) grupos de estudiantes de los programas académicos de Administración de Empresas y Contaduría Pública.

El programa académico de Contaduría Pública enmarca como valor agregado “la formación de contadores públicos con espíritu emprendedor, aptos para la conformación, gestión y consolidación de entidades a través de las cuales presten sus servicios profesionales” (Facultad de Ciencias Administrativas y Contables – Currículos Redimensionados, No. 38, 2010, p. 116).

El programa académico de Administración de Empresas declara a su egresado como “un profesional emprendedor, creador de empresas, líder proactivo...”. (Facultad de Ciencias Administrativas y Contables – Currículos Redimensionados, No. 38, 2010, p.49).



Desde otra perspectiva; la pedagógica, Dewey pensaba que lo ofrecido por el sistema educativo de su época no proporcionaba a los ciudadanos una preparación adecuada para la vida, la educación no debía ser meramente una preparación para la vida futura, sino que debía proporcionar y tener pleno sentido en su mismo desarrollo y realización. Mostró el sentido práctico para planificar y desarrollar un currículum integrado de las ocupaciones en ciclos temporales cortos. Ve la educación como una unión entre la teoría y la práctica, para que de esta manera los alumnos puedan llegar a conclusiones sobre los distintos temas en discusión según sus propias creencias y no por lo que autoritariamente otros les digan que tienen que hacer. En otras palabras “Aprender Haciendo” (Pedagogía, 2011)

La innovación y la creatividad

La innovación involucra creatividad, dado que toda innovación se inicia en la generación de ideas “Puede afirmarse que la creatividad de los individuos y los equipos en una empresa u organización es un punto de partida para la innovación”. (Edwards, M., 2012). A la aplicación de la idea creativa en el mercado se le denomina “innovación”, a través de lo que tipifica el Manual de Oslo como un nuevo producto, proceso, mercadotecnia u organización (modelo de negocio). (Manual de Oslo, 2005, p. 23) La innovación debe interpretarse como la combinación de la tecnología dura y la tecnología blanda, es decir, la relacionada de una parte con inversiones e infraestructura, de otra con el cambio en la gestión y la organización misma y en general de los intangibles del conocimiento y la creatividad. La innovación es el resultado de ambos aspectos, el conocimiento como insumo primario del proceso, y la *creatividad* como la capacidad para dotar ese conocimiento con un valor nuevo y de utilidad en los mercados y en la sociedad en su conjunto.

Figura 1. Los motores de la innovación: Conocimiento y Creatividad



Fuente: IMADE

Este modelo pone en evidencia la importancia de diversos aspectos en el proceso de innovación, donde la creatividad se encuentra determinada por las capacidades y actitudes

personales, a su vez condicionadas por el entorno, implicadas en ella dimensiones económicas, sociales y culturales.

Conceptos de creatividad

En la tabla dada a continuación se muestran algunas definiciones de creatividad:

Tabla 1. Conceptos de Creatividad

Autor	Concepto
Gagné	Puede reconsiderarse como una <i>forma de solucionar problemas</i> mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy diferentes de conocimientos
Piaget	Está inserta en los procesos de asimilación y acomodación del aprendizaje. El pensamiento creativo es propio de los procesos asimilativos, que no son otra cosa que la <i>transformación subjetiva de la realidad</i> .
Vygostki	<i>Actividad combinatoria e imaginativa</i> que difiere de la actividad mental memorística y reproductiva. Es cualquier actividad humana cuyo resultado no es la reproducción de aquello que ha sucedido tras la experiencia, sino la creación de nuevas formas o actividades.
Watson	El comportamiento obedece a diversas <i>asociaciones entre estímulos y respuestas</i> , las respuestas de un individuo, por más originales o creativas que parezcan, siempre están relacionadas con sus experiencias previas. El conductismo plantea además, que la creatividad debe seguir la pauta estímulo-respuesta-refuerzo.
De Prado	Es todo lo que representa apartarse de las modas, procedimientos, métodos, formas y contenidos conceptuales preconcebidos en las culturas.
May	Requiere que la persona asuma una <i>actitud</i> de apertura consciente hacia las experiencias, una actitud de tolerancia hacia la ambigüedad y flexibilidad en relación con las creencias, hipótesis y percepciones de los demás.
Rogers, Alderfer y McClelland	Las fuentes de la creatividad son: necesidad de autorrealización y crecimiento o logro. Cuando el individuo ha satisfecho necesidades fisiológicas y de seguridad es cuando dispone de suficiente autonomía y madurez como para manifestar su creatividad a plenitud.

Fuente: La autora a partir de Tarapuez y Lima, Snarch, Murcia y Varela



La creatividad y la creación destructiva

Schumpeter por la estrecha relación que establece entre la creatividad y la economía, presente en el siglo XX en su planteamiento de “**creación destructiva**”, proceso que describe rutas bajo planteamientos viejos de hacer cosas, los cuales son replanteados, reemplazados por nuevas rutas donde el protagonista es el “emprendedor innovador”. “Se trata de un individuo fuera de lo común por su vitalidad y por su energía sin límites, que se arriesga y no se deja vencer por fracasos temporarios.” Es aquel creador de mercados para los inventos de los genios; “se destaca por su perseverancia y por su ambición, por su empuje en creación de empresas y proyectos emprendedores”. Edwards, M. (2012). Diferentes a los denominados por ella “emprendedores a secas”, es decir no innovadores y no creativos.

Las capacidades individuales de las personas creativas

Varela (2008) referencia unas características comunes asociadas a las personas creativas, dentro de las cuales se pueden resumir en características intelectuales, personales y la preponderancia del lóbulo derecho. Las primeras, las intelectuales: asociadas a la fluidez, humor, optimismo, originalidad, flexibilidad y tolerancia a la ambigüedad entre otras. Las segundas, personales tales como: independencia, autonomía, inconformismo, alto nivel energético, centro de control interno, sensibilidad y fuerte motivación por el trabajo y las últimas, asociadas al manejo de formas, relaciones espaciales y reconocimiento de patrones, pensamiento integrador y sintético, divergencia, imaginación, múltiples respuestas. En otras palabras, se asocia a las funciones características no verbales, sintéticas, concretas, analógicas, no temporales, no racionales, espaciales, intuitivas y holísticas. (p. 250-257)

Para Ken Robinson (2009) son destrezas necesarias para el siglo XXI, las cuales deben desarrollar en los centros educativos: el riesgo, perder el miedo a estar equivocados, pues si no se está dispuesto a equivocarse nunca saldrá con ideas originales, dice: “al crecer no adquirimos creatividad, sino que crecemos perdiéndola”.

Zhao y Seibert (2006) indagaron sobre la relación entre personalidad y las condiciones del emprendimiento y categorizan las variables de personalidad a partir de cinco factores, una de ellos la apertura a nuevas experiencias que caracterizan a una persona como creativa, innovadora, imaginativa y reflexiva.

De otra parte, en Weighmuth High School consideran que más que los profesores utilicen Google, infotrac, youtube, office, moodle, discovery education, blogger, computadores, cámaras de video, adobe photoshop, el currículo básico; necesitan repensar los currículos, programas de estudio, cómo enseñan a escribir, trabajar con la ética del estudiante, **necesitan dar solución creativa a los problemas**, desarrollar el pensamiento crítico, colaborar y trabajar en equipo. Para ello deben contar con un profesor entusiasta, receptivo y con alto grado de tolerancia (López, 2005)



METODOLOGÍA UTILIZADA

Es una investigación de campo, cuyo contexto es el aula de clases que utiliza información de la fuente de manera directa, in situ, sobre la creatividad de los estudiantes de cuarto semestre del espacio académico de “Emprendimiento, Creatividad e Innovación”, espacio interdisciplinar, donde participan estudiantes de Administración de Empresas, Contaduría Pública e Ingenierías, el resultado evidencia los avances de creatividad durante el semestre, el cual se evalúa con la ayuda de una encuesta de percepción dirigida a los estudiantes al finalizar el semestre. El aula de clase es el Laboratorio Lasallista LIEC, el cual utiliza salas de sistemas dotadas con computador por estudiante, video beam por sala, acceso a Internet, aula virtual, blog y simuladores de nómina y cálculos contables para el concepto de negocio.

La encuesta pretende indagar sobre qué tan útil resultaron los conceptos de creatividad impartidos, las técnicas para la generación de ideas y solución de problemas, el pensamiento gráfico, así como la creatividad en la práctica al construir durante el semestre la idea y el concepto de negocio y al finalizar el semestre la auto-evaluación del nivel de creatividad y la auto-identificación de elementos que bloquean total o parcialmente la creatividad.

Para el desarrollo de la metodología, se determinaron cuatro fases: primera, identificación de concepto, métodos, técnicas reconocidos de parte de los estudiantes (primer día de clases); segunda, trabajo de creatividad desarrollado en las primeras cinco semanas; tercera, aplicación de la creatividad entre las semanas seis a quince y cuarta, encuesta de auto-evaluación “encuesta de percepción de la creatividad” como parte de la evaluación del curso. Se establecieron las actividades a realizar entorno a las temáticas dadas buscando apalancar el desarrollo de la creatividad en los estudiantes para que den solución creativa a los problemas del diario vivir en los respectivos contextos del individuo, con un énfasis particular en *creatividad empresarial*. Se citan a continuación para cada temática las actividades realizadas y las estrategias didácticas utilizadas en la siguiente tabla.



Tabla 2. Actividades y estrategias didácticas por temática abordada

Tema	Actividad	Estrategia
Introducción al curso, Concepto de Creatividad	Representación gráfica del concepto mediante un dibujo, análisis del video y la lectura.	Aula Virtual - Glosario con 23 conceptos, video y lectura
Métodos y técnicas de creatividad	Realización de juegos de creatividad	Realización de juegos de creatividad.
	Aplicación de técnicas de creatividad.	Clase magistral. Aula Virtual - Mapas conceptuales de métodos y técnicas de diagnóstico y para generación de ideas, lecturas (2)
Pensamiento Gráfico	Desarrollo de mapas sobre técnicas de creatividad para generación de ideas.	Aula Virtual - técnicas para generación de ideas, desarrollo de mapas mentales, conceptuales, perceptuales, lectura y preguntas frente a las ilusiones ópticas.
	Presentación de ilusiones ópticas	
La creatividad en los negocios	Trabajo de equipo creatividad empresarial	Juego de roles mediante un concurso Videos.
Concreción de idea de negocio	Trabajo en equipo (equipo de concepto de negocio)	Seis sombreros para pensar.
Desarrollo de Concepto de Negocio	Desarrollo de todas las fases del concepto de negocios a través de trabajo de campo. Metodología CANVAS.	Aprender haciendo, aprendizaje colaborativo y el basado en problemas.
		Clase magistral. Tutorías. Aula Virtual – Documentos, videos en español y algunos en inglés.
Percepción del estudiante	Diligenciamiento de encuesta vía web por parte del estudiante	Diseño, Desarrollo y Aplicación de encuesta vía web

Fuente: La autora

Las actividades realizadas en creatividad se desarrollaron en las primeras cinco semanas del semestre y después de la evaluación del examen final se solicitó de manera voluntaria el diligenciamiento del instrumento vía web por parte de los estudiantes, con el propósito de identificar sus apreciaciones frente a: técnicas de generación de ideas, técnicas para



solución de problemas, pensamiento gráfico, la calidad y utilidad de las estrategias didácticas utilizadas, los elementos que bloquean total o parcialmente la creatividad y terminar con la creatividad del estudiante una vez efectuado el proceso de desarrollo en el aula; resultados que se muestran a continuación de manera sintética.

EXPERIENCIA Y RESULTADOS

En ese contexto, a continuación se presentan experiencias de trabajo resultantes del laboratorio lasallista de Innovación, Emprendimiento y Creatividad –LIEC- en lo relativo a creatividad desde 2011 a la fecha.

Como resultado de mediciones del período ya enunciado se encontró que la población estaba compuesta así:

Figura 1a. Distribución de estudiantes por programa académico: 2011-2014

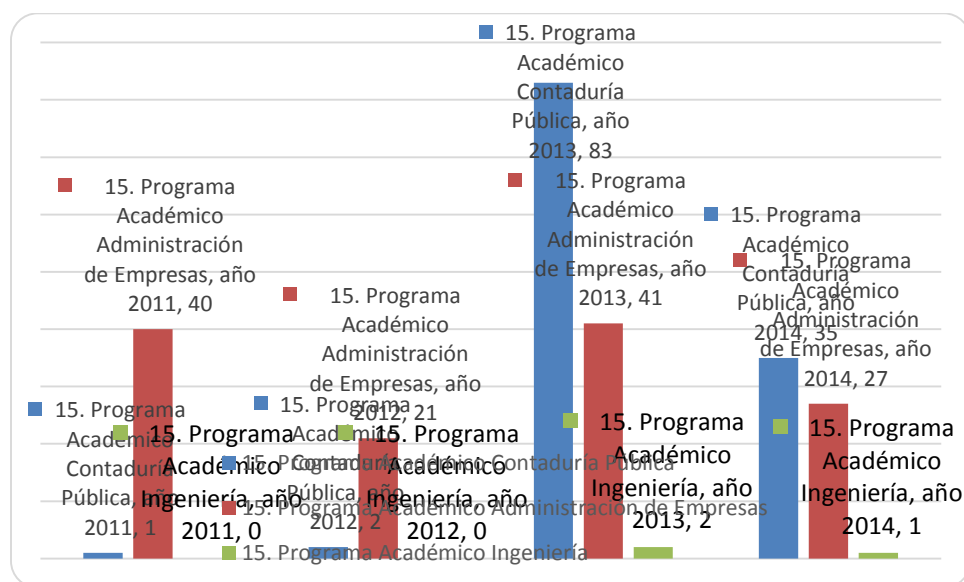
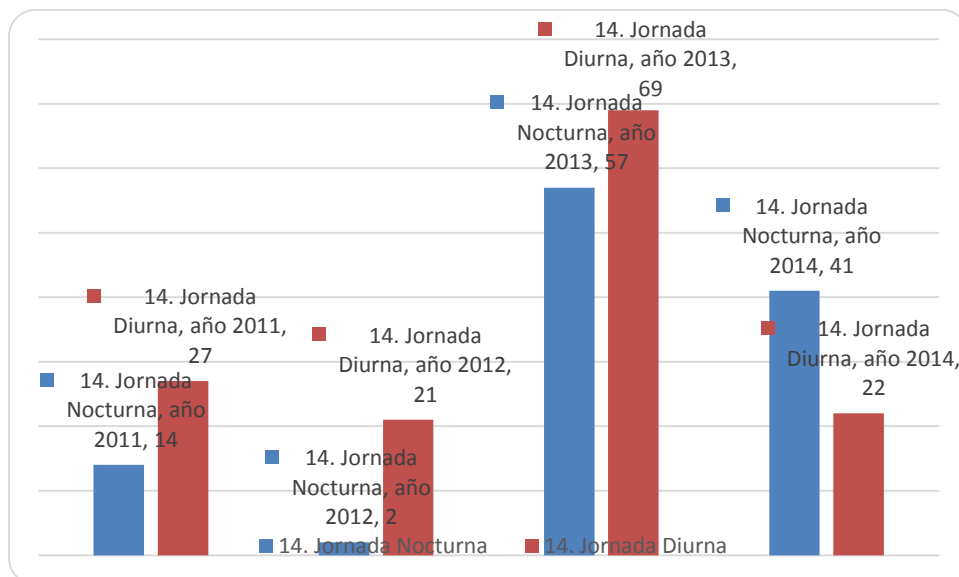
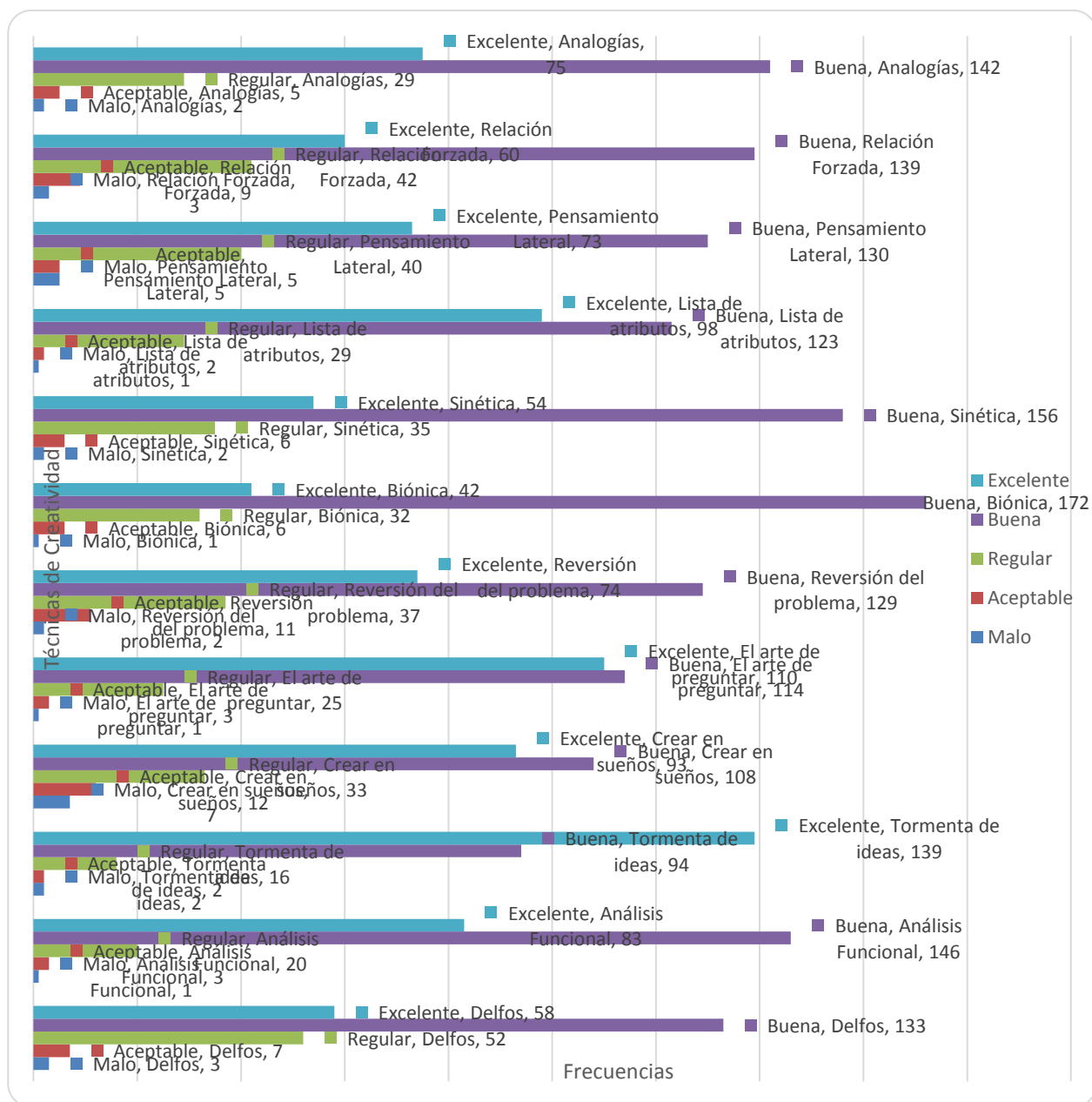


Figura 1b. Distribución de estudiantes por jornada: 2011-2014



En lo relacionado con las técnicas para solución de problemas clasifican de excelente en su orden: tormenta de ideas, crear en sueños, el análisis funcional, el arte de preguntar, reversión del problema, analogías, para terminar con pensamiento lateral, técnica Delfos, sinética y biónica; clasifican como buena: la relación forzada y las ya incluidas como excelentes; en oposición, sólo un estudiante considera como mala técnica crear en sueños; categorizan como aceptables biónica, reversión del problema y relación forzada, como se observa en la Figura 4.

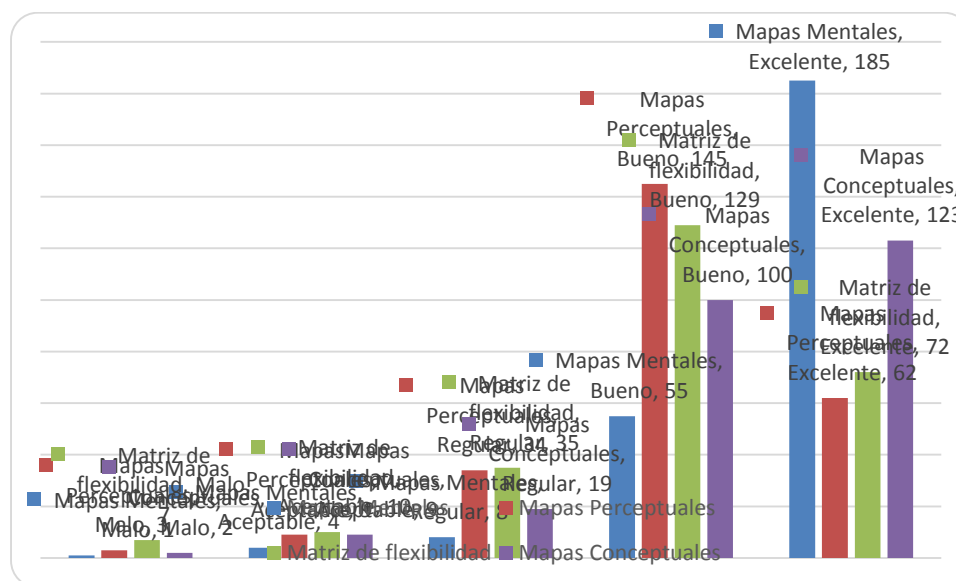
Figura 4. Técnicas para la solución de problemas



Fuente: Autora

Definitivamente en lo concerniente al pensamiento gráfico privilegian los mapas mentales, los siguen mapas conceptuales, los mapas perceptuales dejando al final la matriz de flexibilidad – motivación.

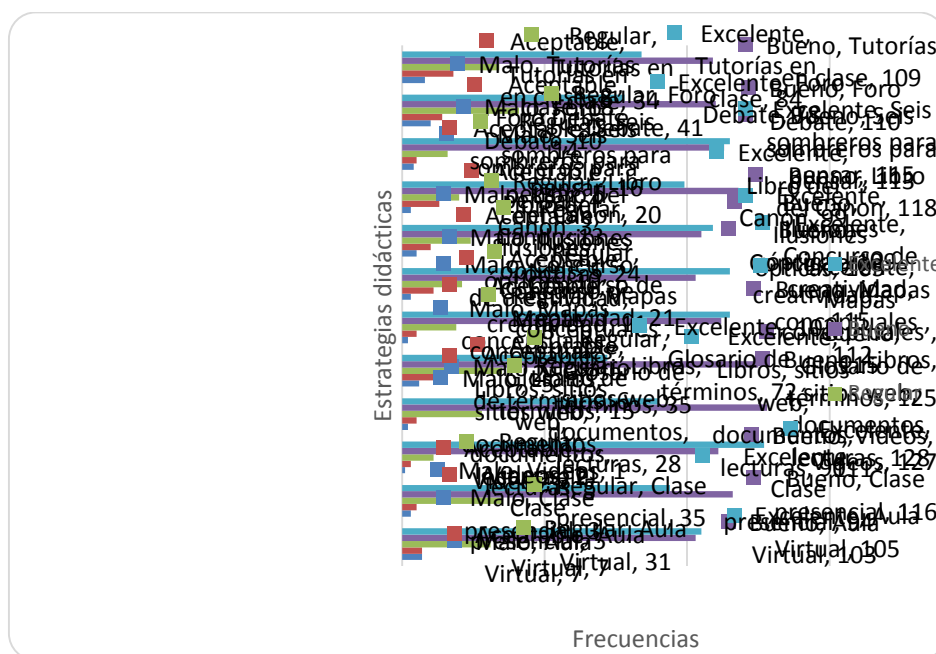
Figura 5. Pensamiento Gráfico



Fuente: Autora

De otra parte, al tratar las estrategias didácticas utilizadas, se puede observar que en todos los casos tienen evaluación de excelente, de todas maneras se evidencia una predilección por el concurso, seguido con igual peso por las ilusiones ópticas y el foro – debate, mostrando en último lugar los libros, sitios web, documentos y lecturas, todo evidente en la Figura 6.

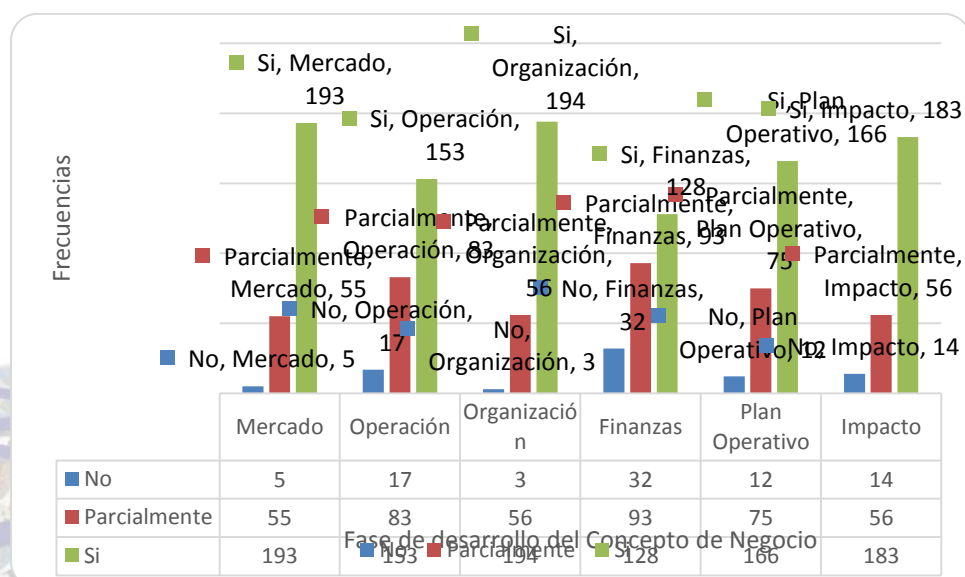
Figura 6. Estrategias didácticas utilizadas (calidad, utilidad)



Fuente: Autora

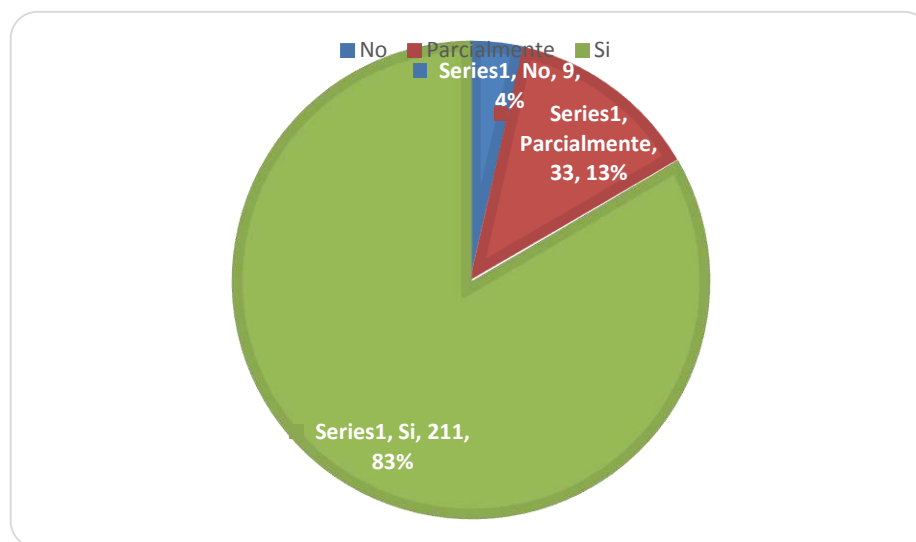
En la Figura 7. Se ilustra la percepción del estudiante como parte de su auto-evaluación en lo relativo al desarrollo de cada una de las fases del Concepto de Negocio, el cual se efectuó en el segundo corte del mismo semestre académico, aquí también se incluye la tabla de datos con tres puntuaciones a saber: si fue creativo, no lo fue o lo fue parcialmente.

Figura 7. Creatividad en la práctica en las fases de realización del “Concepto de Negocio”



En la Figura 8. Se ilustra la percepción del estudiante como parte de su auto-evaluación en lo relativo a la sustentación del Concepto de Negocio, el cual se efectúa en el tercer corte del mismo semestre académico con tres puntuaciones a saber: si fue creativo, no lo fue o lo fue parcialmente. Es importante resaltar que se buscan pares evaluadores externos para la sustentación respectiva, de manera tal que el estudiante se vea enfrentado a presentar y sustentar su concepto de negocio de manera creativa y segura.

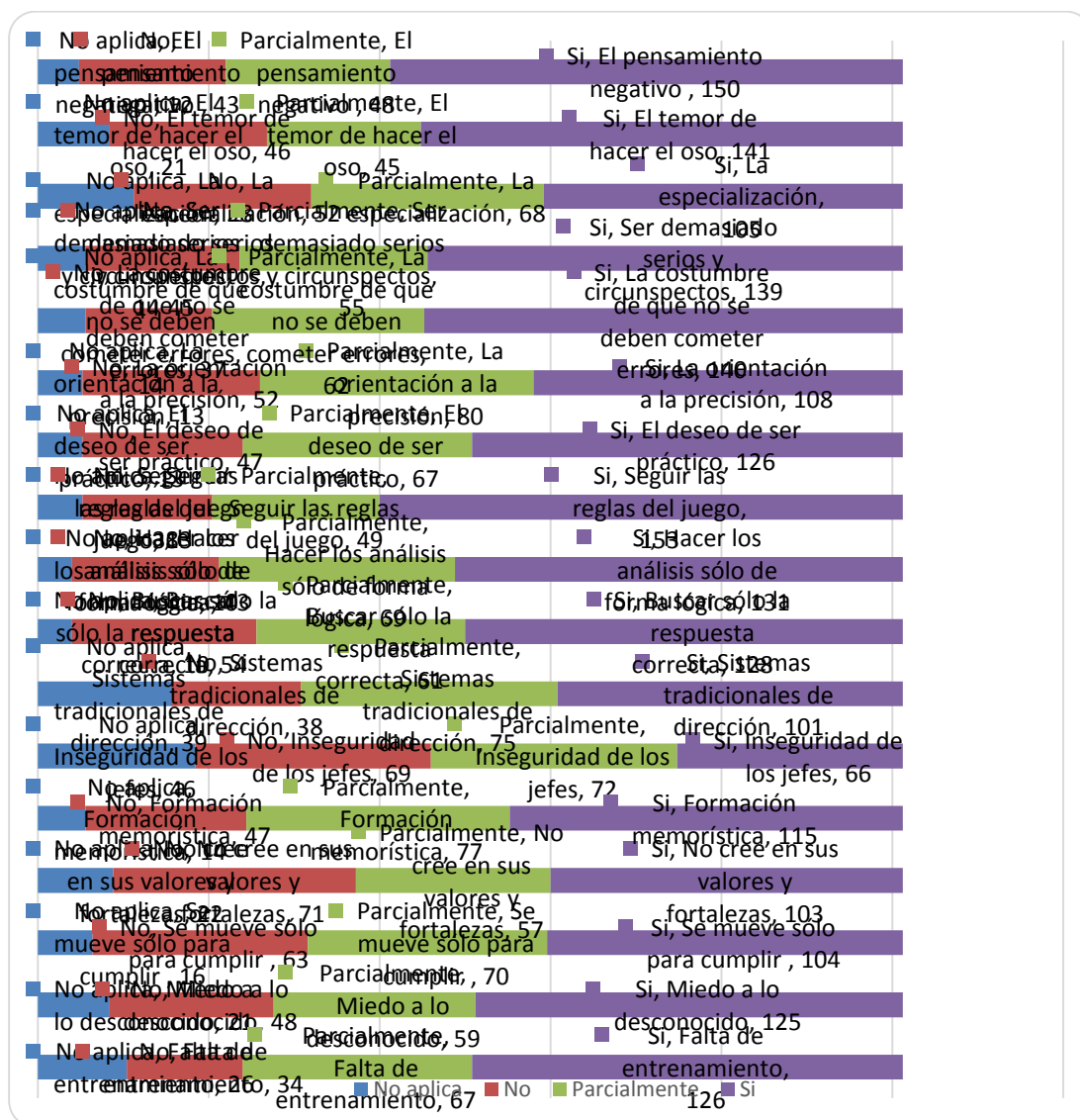
Figura 8. Creatividad en la práctica en la sustentación del “Concepto de Negocio”



Fuente: Autora

Quedaría fragmentada la información frente a la creatividad, si no se tiene en cuenta aquello que genera bloqueo total o parcialmente frente al desarrollo de la misma, información que se puede apreciar a continuación en la Figura 9.

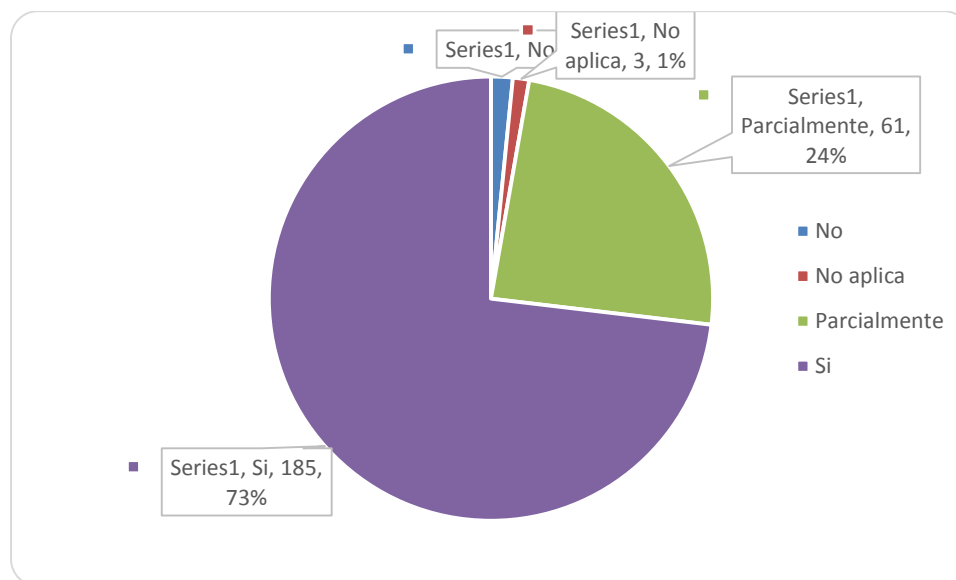
Figura 9. Elementos que bloquean total o parcialmente la creatividad.



Fuente: Autora

Una de las preguntas finales es frente al concepto de Creatividad. ¿Los 23 conceptos presentados fueron suficientes para interpretar las diferentes perspectivas? El diagrama de pastel presentado permite visualizar que el 97% si lo considera, según se muestra en la siguiente figura.

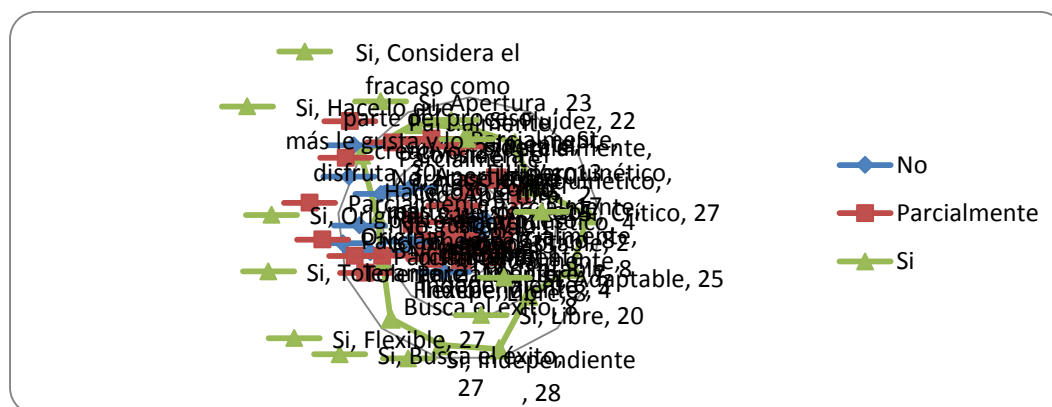
Figura 10. Suficiencia para interpretar los 23 conceptos de creatividad abordados



Fuente: Autora

En lo relativo a la auto-percepción del nivel de creatividad del estudiante después de aplicado el proceso de temáticas, actividades y estrategias utilizadas por parte del profesor, enmarcadas en las más reconocidas características de las personas creativas, según se puede visualizar en la Figura 11 a continuación.

Figura 11. Creatividad del estudiante

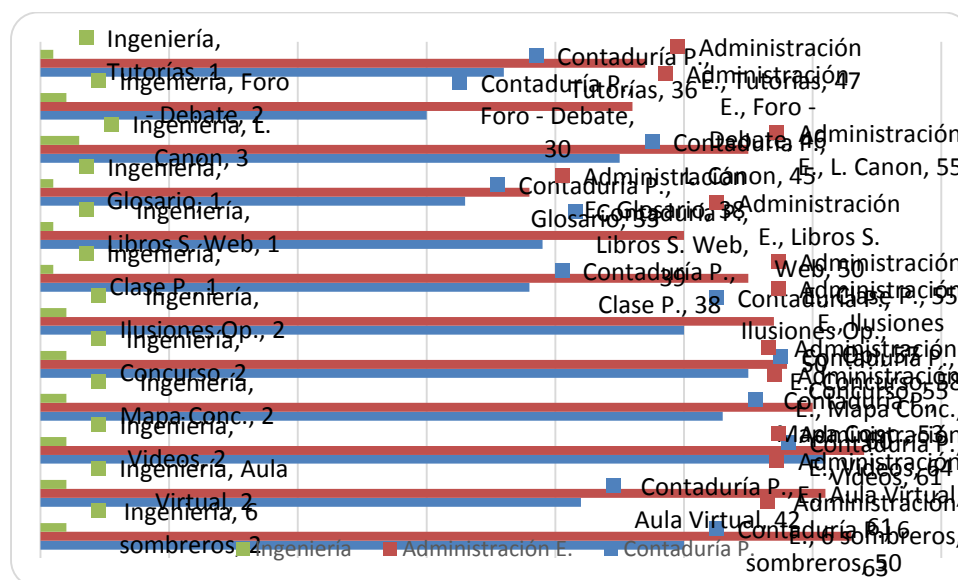


Fuente: Autora

Al efectuar el cruce entre las variables a través del coeficiente de correlación de Spearman entre el programa académico y las estrategias didácticas evaluadas en excelente de parte de los estudiantes, se evidencia en los resultados una predilección por el uso de videos, seguido por la actividad 6 sombreros para pensar, aula virtual, mapas conceptuales,

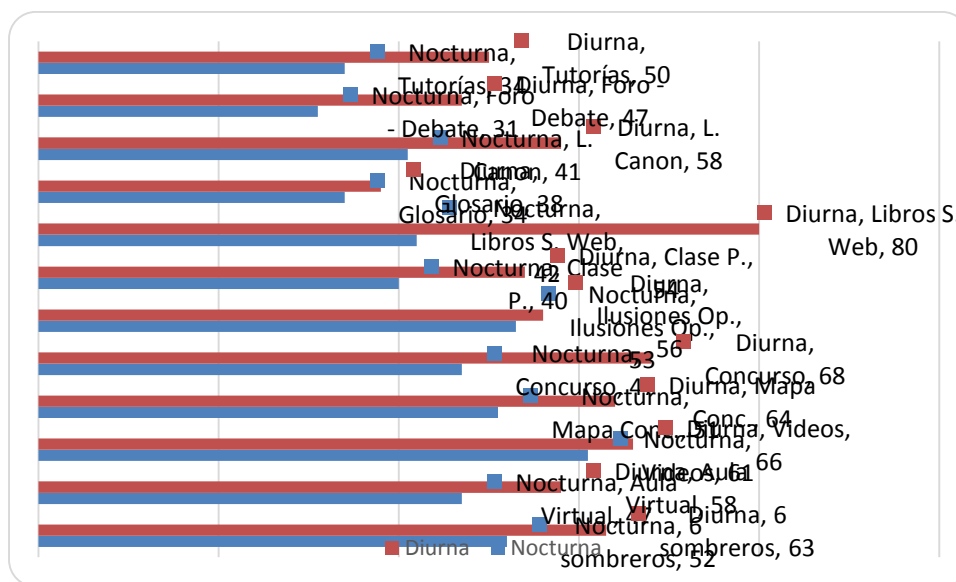
concurso, dejando en los últimos lugares el glosario y los libros, lecturas y sitios web; es de notar que todas las actividades han tenido evaluación de excelente en los tres programas académicos.

Figura 12. Programas Académicos Vs. Estrategias didácticas evaluadas en “excelente”



Fuente: Autora

Como análisis final se incluye el cruce entre las variables jornada Vs. Estrategias didácticas evaluadas en excelente, utiliza el coeficiente de correlación de Spearman, el cual permite visualizar algunas diferencias entre jornadas, por ejemplo, el uso de libros, lecturas y sitios web, el concurso y el libro del canon es preferido por los estudiantes de jornada diurna, las estrategias restantes mantienen igual proporción, es aquí donde se hace necesario para el profesor enfatizar el uso de las estrategias de acuerdo con la jornada de estudio.

Figura 13. Jornada (turno) Vs. Estrategias didácticas evaluadas en “excelente”

Fuente: Autora

Aportes del espacio académico fuera del laboratorio:

“El desarrollo de esta materia me ayudó a desarrollar nuevos perfiles tanto académicos como laborales que me ayudan a desarrollar las varias problemáticas que se pueden presentar en el transcurso de la academia y la vida laboral.” (Parra Richard, Administración de Empresas, Jornada Nocturna)

“las técnicas de creatividad aumentan las perspectivas en la solución de problemas ya que se analizan desde diferentes puntos de vista (Merchán Vargas Ruth Myriam, Contaduría Pública, Jornada Nocturna)

“Gracias a la clase pude notar muchos aspectos positivos y descubrir por decirlo así la facilidad por ejemplo: el manejo de un grupo, el generar ideas de ser original al momento de estar en una situación de presión etc.” (Salazar Osorno Julio César, Administración de Empresas, Jornada Diurna).

“Pienso que la perspectiva de mi creatividad ha cambiado sustancialmente”. (Ortegón Romero Guillermo Alejandro, Administración de Empresas, Jornada Diurna)

Posibilidad de mejora

“...se debe argumentar con más fuerza los conceptos aplicados y reforzar quizás con más horas en el espacio académico que le permitirán reconocer y estipular la creación de nuevos proyectos.” (Olarte Díaz Camilo Andrés, Administración de Empresas, Jornada Diurna)

CONCLUSIONES

Para la Universidad es relevante estimular y desarrollar la creatividad en sus estudiantes de forma tal que den respuesta a las necesidades que le plantea el siglo XXI, soluciones creativas en su contexto. La economía requiere **“empreendedores innovadores”**, individuos fuera de lo común por su vitalidad y energía sin límites, arriesgados y que no se dejen vencer por fracasos temporales, que se destaquen por su perseverancia, empuje en creación de empresas y proyectos emprendedores.

Son características comunes asociadas a las personas creativas: fluidez, humor, optimismo, originalidad, flexibilidad, tolerancia a la ambigüedad; independencia, autonomía, inconformismo, alto nivel energético, control interno, sensibilidad y fuerte motivación por el trabajo e imaginación.

La Universidad necesita repensar los currículos, programas de estudio, pues necesitan dar solución creativa a los problemas. Para ello deben contar con profesores entusiastas, receptivos y con alto grado de tolerancia (López, 2005)

Como resultado los estudiantes registraron argumentos alentadores frente al desarrollo del proceso creativo en el espacio académico “Emprendimiento, creatividad e innovación” también registró posibilidades de mejora.

Dentro de los elementos que bloquean la creatividad se encuentran en los primeros lugares: el pensamiento negativo, hacer análisis sólo lógicos, el deseo de buscar la respuesta correcta y la falta de entrenamiento en creatividad.

Al hacer los cruces de variables utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, con jornada y programas académicos Vs. Didácticas utilizadas con evaluación de excelente, no se encuentran diferencias sustanciales entre programas académicos, dado que las cifras se mantienen en proporción; en cambio al hacerlo entre jornadas se evidencian preferencias diferentes en las didácticas, entre ellas el uso de libros, lecturas y sitios web, las dinámicas con el libro del canon; actividades que requieren más tiempo, del cual no disponen los estudiantes de la jornada nocturna, quienes llegan a sus clases después de ocho horas de trabajo en su mayoría.

Finalmente, al contrastar los elementos teóricos relacionado con la pedagogía “Aprender Haciendo” y la práctica, se encuentra coincidencia en la propuesta y en los resultados encontrados después de aplicar en el aula las estrategias y desarrollar las actividades de creatividad durante cinco semanas a manera de instrucción y en el resto del semestre aplicándolo, se corroboran los conceptos de creatividad de Schumpeter y la necesidad evidente de cambiar didácticas de parte de los profesores y cambiar procesos curriculares en los diferentes niveles de aplicación en la universidad, de acuerdo con las necesidades del estudiante del siglo XXI; el asunto es que es un esfuerzo que debe ser integrado en los diversos espacios académicos como elementos reforzador.



“La pregunta es la más creativa de las conductas humanas.”

Alex Osborn

BIBLIOGRAFÍA.

1. AFUAH, A. (1999). *«La dinámica de la innovación organizacional. El nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad»*, Oxford University Press, México D.F. Cap. 2 y 16.
2. BATTINI, P. (1994). *«Innovar para Ganar»*, Limusa Noriega editores, México D. F.
3. BERUMEN, S (2006). *«Competitividad y Desarrollo local en la Economía Global»*, ESIC, Madrid, España. Cap. 2 y 5.
4. CASTRO, M. L., GIRALDO A., L., & ÁLVAREZ O., C. P. (2010). *El currículo: estrategias para una educación transformadora*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Salle.
5. CENTRO EUROMEDITERRÁNEO DE CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN (2008).
6. COMISIÓN EUROPEA (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Brussels.
7. CUERVO, A. (1991). *«Rentabilidad y Creación de Valor en la Empresa»*, Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Barcelona.
8. CUERVO, A. (2003). *«La Creación Empresarial»*, cit. en *«De Empresarios y Directivos»*, Creación de Empresas Entrepreneurship, Univ. Autónoma de Barcelona, pp. 49 - 73, Barcelona.
9. DE BONO, E. (2010). *<<Creatividad: 62 ejercicios para desarrollar la mente>>*. PAIDÓS: Barcelona – España.
10. DRUCKER, P. (1999). *«Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI»*. Harvard Business Review, Harvard Business Scholl Publishing, Agosto.
11. EDWARDS, M. (2012) *<< Creatividad: Herramienta para la innovación y el emprendimiento>>* en *Innovación: Blog sobre invención y creatividad de tendencias21*. http://www.tendencias21.net/innovacion/Creatividad-herramienta-para-la-innovacion-y-el-emprendimiento_a36.html. septiembre/23/2012



12. ESQUENETI, C. (2013). Tuning. Educación Superior en América Latina. Reflexiones y perspectivas en administración. Bilbao, España: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
13. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR <<GEM>> (2011). Reporte anual Bogotá: 2010 – 2011.
14. KING, N & ANDERSON, N. (2002). «Cómo Administrar la Innovación y el Cambio». Trad. Rodriguez, E. Thomson, Madrid.
15. MURCIA, H (2010). <<Creatividad e Innovación para el Desarrollo Empresarial>>. Ediciones de la U: Bogotá D.C. – Colombia.
16. PEDAGOGÍA. (2011). Obtenido de <http://pedagogia.mx/john-dewey/>
17. PORTER, M. (1991). «La Ventaja Competitiva de las Naciones», Javier Vergara Editor S.A., Argentina.
18. PRADA, R. (2003). <<Creatividad e Innovación Empresarial>>. Ediciones TECNOPRESS: Bogotá D.C. – Colombia.
19. ROBINSON KEN (2009) <<¿Matan las escuelas la creatividad parte I?>>. <http://www.youtube.com/watch?v=nPB-41q97zg>
20. ROBINSON KEN (2009) <<¿Matan las escuelas la creatividad parte II?>>. <http://www.youtube.com/watch?v=1rYVMMkmJJI&feature=related>
21. RODRÍGUEZ (1997) << Mil ejercicios de creatividad clasificados>>. MC GRAW Hill: Naucalpan de Juárez – México.
22. SNARCH, A. (2010) <<Creatividad Aplicada: Cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial>>. ECOE Ediciones: Bogotá D.C. (p. 99-124)
23. VALDÉS, L. (2006). «Innovación, El Arte de Inventar el Futuro». Norma, Bogotá.
24. ZHAO H., SIBERT S. (2006) <<The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta analytical review>>. Journal of applied psychology Vol. 91 No. 2 (p. 259-271)

