

La Creatividad y el Emprendimiento en la Enseñanza Universitaria de Hoy

Creativity and Entrepreneurship in Higher Education Today

Marjorie Jessenia Calderón Zamora

Magister en Finanzas y Comercio Internacional. Especialista en Diseño Curricular por Competencias. Doctorante en Ciencias Pedagógicas de la Universidad Oscar Lucero Moya de Cuba. Profesora titular de la Carrera de Comercio Exterior, Facultad de Economía, Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Ecuador. Coordinadora de Desempeño Profesor de la Uleam. marjorie.calderon@uleam.edu.ec., marjoriecz@hotmail.com

Para citar este artículo:

Calderon, M. J. (2014). La creatividad y el emprendimiento de la enseñanza universitaria de hoy. Escenarios, 12(2), 64-75.

Recibido: Junio 10 2014

Aceptado: Julio 20 2014

RESUMEN

El objetivo es promover la creatividad en las actividades de los profesores para fomentar el emprendimiento de los estudiantes universitarios, utilizando la tecnología computacional con un enfoque participativo y constructivo por conocimientos, permitiendo participar al estudiante como agentes de cambio en su entorno social y ser creadores de centros de trabajo para otras personas mediante la relación teoría – práctica desde el paradigma interpretativo. Con una investigación a nivel descriptiva, se trianguló la información recolectada mediante una actividad habitual del entorno empresarial, considerando las exigencias de la labor profesional que deben enfrentarse los estudiantes. En este propósito, se propone la aplicación de tareas docentes, por su carácter mediador, son parte fundamental del proceso de enseñanza – aprendizaje, ya que además de estar basadas en casos o situaciones reales, fomenta actitudes estratégicas y motiva a los educandos a indagar en soluciones creativas, así también en la búsqueda de nuevas oportunidades para promover el crecimiento socioeconómico de la sociedad, desarrollando habilidades y actitudes de un emprendedor.

Palabras clave: Creatividad, emprendimiento, tarea profesor, tecnología computacional.

ABSTRACT

The objective is promote creativity in the teaching activities to foster entrepreneurship among university students using computer technologies in a participatory and constructive knowledge, allowing participation to students as agents of change in their social environment and be creators of workplaces to other people by relating theory - practice from the interpretive paradigm. With a descriptive level research, information collected through a regular activity of the business environment, considering the demands of the professional work that students must face triangulated. In this way, the applications proposes teaching duties, for his mediator character, are fundamental part of the teaching - learning, as well as being based on actual cases or situations, encourages strategic attitudes and motivates learners to investigate creative solutions, and seeking new opportunities to promote socio-economic growth of society, developing skills and attitudes of an entrepreneur.

Key words: Creativity, entrepreneurship, teaching task, computer technologies.

Introducción

Las profundas y vertiginosas transformaciones generadas por las tecnologías computacionales y los requerimientos de la globalización constituyen el eje sobre el cual gira el mundo actual. La civilización moderna demanda creación, difusión y apropiación de nuevas

pautas de comportamiento; otra manera de entender la vida y otra sensibilidad que armonice con los fines y deseos de los sujetos involucrados, de lo contrario la conexión social nunca se lograría. Si antes la adopción de nuevas ideas y valores requería de lapsos extensos, ahora los cambios introducidos en los conceptos de tiempo y espacio, permiten acortar plazos.

La enseñanza no está ajena a las posibilidades que abren las denominadas nuevas tecnologías. Los mecanismos primarios de la formación siguen estando, para todos los sujetos de forma particular y para la humanidad en su conjunto. La combinación de las herramientas tecnológicas como los servicios que ofrece el internet, con las aplicaciones de hipermedia y multimedia, debe ser canalizada a través de prácticas adecuadas, capaces de soportar toda esta potencia formativa, sin abrumar ni desbordar al estudiante.

Es en este contexto, que se puede analizar la problemática de realidades educativas, por citar un ejemplo, en asignaturas como la de Comercio Electrónico y su relación en el campo profesional como el comercio exterior, en donde se observa lo siguiente:

- Limitada preparación del estudiante en los cambios tecnológicos, como el desconocimiento del manejo de las herramientas informáticas.
- Escasa iniciativa para concebir nuevos modos de hacer las cosas debido a soluciones ambiguas a técnicas o métodos que se aprendieron y dominaron; es decir, que cuando se aprende un método para obtener un resultado se suele ser muy tradicionalista y a veces reacio a aprender nuevas técnicas o modos de emplearlo, ya sea esto por facilismo o temor a enfrentar cosas nuevas.
- Carencia de recursos didácticos y metodológicos para propiciar un proceso de enseñanza aprendizaje que estimule la creatividad del estudiante.
- Insuficiente creatividad en los estudiantes para enfrentar los problemas que se detectan en los contenidos de clases.
- Poca motivación para emprender en nuevos propósitos que les permita llegar a la autorrealización.

Las referidas insuficiencias conducen a la formulación de problema que se expresa en los términos siguientes:

¿Cómo, a partir de la enseñanza universitaria, se puede contribuir a fomentar la creatividad para el emprendimiento en los estudiantes?

La experiencia como profesora universitaria de la autora le ha revelado la necesidad y la posibilidad de empre-

der acciones que a partir del deseo por aprender que tienen los estudiantes, motivados por la curiosidad, se contribuya a fomentar la creatividad.

El ambiente tecnológico, considerado como el conocimiento y la información sobre los procesos y productos de un tipo de negocio y de las organizaciones que lo produjeron y la utilizan, cada día adquiere más importancia en el desarrollo creativo y social. Por lo que propiciar nuevos conocimientos y destrezas en este campo, puede ser adquirido en los procesos formativos en el cual una persona o grupo de personas configuran una perspectiva diferente de los contenidos, procedimientos y actitudes que ya conocían o habían adquirido previamente en las aulas universitarias. Estar adaptado al mundo tecnológico, no solo demanda de nuevos sistemas y escenarios, sino de instrumentos y métodos para comprender e involucrarse en dichos procesos, requieren además de un espacio para la interacción, la memorización y la creatividad.

Por lo tanto, con la evolución de la tecnología se deben crear estrategias ingeniosas que puedan garantizar la estabilidad y eficacia de una empresa. La educación superior no puede estar al margen del desarrollo acelerado de una industria necesitada de mercados para sus productos que, en última instancia, tendrán una influencia significativa en lo concerniente a métodos y contenidos pedagógicos.

En este artículo se sugiere promover en la educación de los estudiantes universitarios, mediante las tecnológicas computacionales, la cultura emprendedora¹ de generar negocios como una estrategia educativa que, además de propiciar equidad entre los sexos en el desempeño laboral de los profesionistas en formación, sirva para identificar y desarrollar las potencialidades innovadoras, compatibles y productivas de los estudiantes.

1. Referente Teórico

Las sociedades actuales requieren de la creatividad para seguir desarrollándose, especialmente en ámbitos

¹ Conjunto de recursos y herramientas que desde diferentes entidades se ponen a disposición de los usuarios, con objeto de fomentar y facilitar la tarea emprendedora. Tomado de <http://www.educastur.es/>

empresariales, considerada como instrumento para avanzar en la competitividad y mejorar la economía.

La creatividad es el proceso de descubrimiento o de producción de “algo nuevo” que cumple las exigencias de una determinada situación social, en la cual se expresa el vínculo de los aspectos cognitivos y afectivos de la personalidad. Mitjans A. (1995).

Otra concepción basada en los rasgos de la personalidad es la que explica Gardner (2001, p. 129), Los estudios de personas muy creativas indican que éstas tienden a destacar más por la configuración de su personalidad que por su puro poder intelectual. Cuando ya son capaces de realizar obras que se consideran creativas, difieren de sus compañeros en cuanto a ambición, confianza en sí mismos, pasión por su trabajo, insensibilidad a la crítica y por su deseo de ser creativos, de dejar huella en el mundo.

Lastres y Moreno (2002), proponen que para desarrollar el pensamiento creativo y estilos de aprendizaje, se plantee como un primer paso la realización de un diagnóstico del estado del conocimiento empresarial; para ello se pueden utilizar algunas herramientas como mapas, cuestionarios y matrices, que pueden servir para conformar los modelos de negocio y aumentar el nivel de eficacia alcanzado en el comercio electrónico.

Por su parte, De Bono (2006), señala como elementos imprescindibles para el pensamiento lateral para el desarrollo de la creatividad: la libertad de expresión, la ausencia de inhibiciones, estimular nuevas ideas durante el proceso creativo “... en el mundo de los negocios, la creatividad se ha convertido en algo esencial. Esto se debe a que todo lo demás ha llegado a ser una mercancía al alcance de todos”.

Este autor realza la importancia de la imaginación en una organización para la resolución de problemas con un enfoque creativo, siendo entonces las ideas el camino alternativo para romper los esquemas tradicionales, así las posibles soluciones provienen de distintos puntos de vista, usando técnicas adecuadas para obtener respuestas ingeniosas.

Las sociedades actuales requieren de la creatividad para seguir desarrollándose, especialmente en ámbitos empresariales, considerada como instrumento para avanzar en la competitividad y la mejora de la economía, por lo que en relación con las consideraciones expuestas el emprendimiento surge como una actividad estratégica en el proceso educativo del entorno universitario, donde la búsqueda de nuevas formas de desarrollo económico y social requiere de cambios en la estructura curricular, generando efectos positivos.

En este orden de ideas es importante esclarecer el término emprendimiento, que aunque actualmente ha tomado más fuerzas, siempre se ha manifestado en la actividad humana a lo largo de toda la historia, tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, seguidos por el impulso de actuar bajo incertidumbre, tal como lo había hecho Cristóbal Colón.

En esta misma dirección, Thomas, K. (1962) postula que la ciencia avanza de dos formas contrapuestas, dentro de un paradigma y por su reemplazo. En el primer momento estamos en presencia de un período de ciencia normal, en el que la ciencia avanza por la exploración exhaustiva y satisfactoria de un número restringido de fenómenos establecidos por el paradigma vigente. En el segundo momento ocurre una revolución científica, el reemplazo del viejo paradigma por otro nuevo e incompatible con el anterior.

El surgimiento del nuevo paradigma es resultado de la investigación extraordinaria ante la crisis percibida del paradigma anterior. Este último se enfrenta a la acumulación de problemas sin resolver (o anomalías) que son graves y se relacionan con necesidades sociales apremiantes. Como ambos paradigmas son incompatibles, según Thomas se habla prácticamente en idiomas distintos, para él, la decisión del cambio no es lógica, sino psico-sociológica, en la que pesan factores como la utilidad del nuevo paradigma para resolver problemas de la sociedad, su simplicidad, prestigio y precisión.

Schumpeter (1939), indica que existen innovaciones radicales, definidas como un nuevo producto o proceso que se traslada de la esfera científico-técnica a la técnico-económica e inicia todo un rumbo tecnológico nuevo. Dichas revoluciones conducen a profundos cambios estructurales y transforman el modo de producir, vivir y la geografía económica mundial. Para este autor las innovaciones de los emprendedores son la fuerza que hay detrás de un crecimiento económico.

Por su parte Kirzner (1973) argumenta que la esencia de la actividad emprendedora es “el estar alerta” ante las oportunidades, es descubrir conocimientos y posibilidades que otros no han visto ni pensado. El punto de vista de su teoría es la perspectiva de utilización de los recursos, sin embargo no se encuentran referencias de cómo desarrollarlo para el comercio electrónico desde la formación de pregrado. Este autor también expone que la dimensión de emprendedor es la que permite al ser humano la propia percepción del marco de medios y recursos, que constituye el punto de partida para la maximización; esta es la parte creativa y activa del ser humano, la verdadera parte humana y rica del individuo. Kirzner (1998)

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar uso diferente a algo ya existente y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la comunidad en la que habita, es suficientemente flexible como para adaptar ideas, posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento en una oportunidad. Se puede decir que *un empresario puede y debe ser emprendedor pero no necesariamente un emprendedor es empresario* (Gartner, 1989).

Castells, M. (1999), describe una nueva economía, sociedad y cultura en formación de alta complejidad que se adivina en acontecimientos como: una revolución tecnológica centrada en las tecnologías de la información, el proceso de reestructuración profunda del capitalismo caracterizado por una mayor flexibilidad en la gestión y la interdependencia a escala global de las economías de todo el mundo.

Stevenson (2000) señala “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”, hace además hincapié en el

emprendimiento como un fenómeno relacionado con el comportamiento, analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos. Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa.

Rasheed (2000) expresa que la educación en entrepreneurship puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la auto confianza, la autoestima, la auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en entrepreneurship para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la holgazanería o delincuencia.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se puede decir que un emprendedor es aquel que se esfuerza para realizar sus sueños, y no necesariamente debe ser un creador de empresas, suele estar en los centros de investigación donde se buscan resultados de productos específicos. El emprendedor percibe las oportunidades y las convierte en desafíos, motivado por la búsqueda de un mejor bienestar.

2. Exigencias Actuales

El siglo XXI está marcado por una convergencia entre lo digital, el aprendizaje social y emocional, el talento, las redes sociales y las comunidades de aprendizaje, que constituyen el núcleo central de la formación multidireccional que requiere la universidad de hoy, respondiendo a las transformaciones y a la necesidad de modificar no solo los hábitos y patrones de conducta, sino en la forma de pensar.

A su vez, el creciente uso de las tecnologías informáticas para mejorar el sistema internacional, por parte del público y de las empresas, ha propiciado educar desarrollando la creatividad con miras a fomentar el emprendimiento.

Se debe tener en cuenta que el emprendimiento es parte inherente de la vida del hombre, en cada una de

las actividades que se realizan, aunque muchas veces este se pierde con el conformismo y resignación en cuanto al alcance de objetivos; por lo que esta característica debe ser fomentada a través de la educación y la experiencia. Así la capacidad de emprender se puede formar y perfeccionar.

Ken Robinson, experto en educación creativa y cultural, en la Global Education Forum, (2011), afirma que el sistema educativo no ha cambiado aunque se diseñó para satisfacer las necesidades de hace dos siglos y que el mayor reto al que no enfrentamos es, a su juicio, que no sabemos cómo va a ser el mundo dentro de cinco años, pero debemos educar a los niños hoy. También, anticipó que en un futuro los ordenadores podrán aprender y reescribir su sistema operativo en base a su experiencia y que “a finales del siglo XXI se podrán fusionar los ordenadores con la conciencia humana, con las dudas y consecuencias éticas que ello conllevará”.

Asimismo, precisó que cuando nacemos, somos sumamente creativos, pues es algo intrínseco al ser humano y en cambio el sistema impide el desarrollo de la capacidad creativa; además añadió, que muchas personas pasan por la escuela y no saben cuál es su talento.

En el mismo encuentro de Global Education Forum (2011), Carlos Barrabés, presidente de Barrabés Internet, puntualizó que el mundo de hoy es muy complejo y no es para todos. La nueva manera de aprender no es recibiendo, sino interactuando. Lo más importante es tener capacidad emprendedora, no para montar una empresa, sino para dirigir tu vida.

En relación con las consideraciones anteriores, se puede inferir que las personas llevan a cabo el proceso creativo en forma intencional y que puede plantearse la mejoría de la calidad de la educación universitaria, pues el emprendimiento presume nuevos requerimientos conceptuales y metodológicos, que permitan dar otro enfoque a la forma de dirigir una causa optimizando las operaciones de las instituciones educativas.

La utilización de la tecnología, es un reto para los profesores de hoy, por lo que la creatividad ofrece nuevas oportunidades para direccionar un actuar competente

en los diversos escenarios de este entorno. Para avanzar en este objetivo se deben superar inconvenientes que no permiten el óptimo desarrollo de los jóvenes universitarios en esta área.

Esta tendencia presupone cambios en el proceso formativo, que implican la independencia, la creatividad y la reflexión, pero sobre todo libertad, actuando o no sin interferencias, presiones, ni constricciones; por lo que la elaboración de una concepción teórica permitirá determinar las potencialidades de los futuros profesionales mediante un conjunto de tareas docentes, vistas estas como la forma de organización del proceso formativo, que mediante estructuras didácticas conducen secuencias de acciones que no solo dependen de la clase, y que puedan estar dirigidas a fomentar el emprendimiento.

Al ser la tarea docente mediadora para favorecer la creatividad en los estudiantes, se presentan algunas definiciones de autores que relacionan las tareas con los conocimientos y habilidades para la búsqueda de soluciones en un contexto determinado.

Fraga (1997) considera que la tarea docente “es una actividad orientada durante el desarrollo de la clase, dirigida a crear situaciones de aprendizaje. Una situación de aprendizaje es una condición que provoca el profesor, el texto de estudio, los medios tecnológicos o el propio proceso del trabajo profesional, para motivar la actividad del estudiante en función del logro del objetivo formativo”

Por su parte, Álvarez de Sayas (1992), menciona que “(...) Las Tareas Docentes entendida como célula del proceso docente educativo, es aquel que se realiza en cierta circunstancia pedagógica con el fin de alcanzar un objetivo de carácter elemental de resolver un problema planteado por el alumno al profesor (...)”.

Álvarez (1992), señala además, que en ellas están presentes las funciones didácticas y que están condicionadas por la categoría del estudiante.

Por su parte otros autores cubanos, (1984), consideran que las tareas docentes están influenciada por el tipo de asignatura.

Para Gutiérrez (2001) la tarea docente es entendida como célula básica del aprendizaje, y la menor unidad del proceso docente educativo, donde se concreta la interrelación dinámica entre los componentes personales y personalizados.

Concepción & Rodríguez (2005) emplean otra designación, la de tarea escolar, que constituye una situación de aprendizaje que debe resolver el estudiante como medio para la apropiación de los contenidos y valores. Esta es el núcleo del trabajo independiente de los estudiantes. El profesor elabora la tarea, la orienta y la controla, como medio de enseñanza. El estudiante la resuelve como medio de aprendizaje.

En las diferentes concepciones de Tareas Docentes se observa algunos criterios utilizados que particularizan la tarea dependiendo de la función que este le otorgue en la clase, sin embargo coinciden en plantear que las habilidades que se desarrollen son estructuras psicológicas del pensamiento, siendo necesario la ejecución de la acción mediante el dominio de operaciones esenciales, necesarias e imprescindibles para la búsqueda de soluciones.

3. Contexto Universitario

Las exigencias laborales, implica que los estudiantes universitarios interactúen en un ambiente que favorezca la integración de los saberes, con miras hacia una preparación en su desempeño profesional, adjudicando conocimientos que permitan una mejora en la práctica, generando ideas novedosas, que bien aprovechadas suelen ser el origen del emprendimiento, forjando caminos originales que buscan dar solución a un problema social, como es la escasez de empleo.

Se puede advertir entonces que algunos emprendimientos se suelen dar por necesidad, por buscar un sustento económico. Pero hay otros que surgen luego de tener una formación universitaria, y aplican sus conocimientos en el mundo real. Sea cual sea el escenario que conlleve al emprendimiento es el camino que transite el que lo validará como emprendedor.

Estas aseveraciones implican que la universidad debe dotar de nuevos conocimientos y procesos a los estudiantes, por lo que los profesores deben estar al tanto de los cambios que exigen las sociedades, esto es la globalización, los avances tecnológicos, las mismas personas, lo que conlleva a una transformación de ideas ingeniosas en el proceso formativo para estar a la par con lo que exige el entorno y buscar la calidad educativa.

La formación permanente del profesorado está encaminada a formar profesionales para el trabajo y no para el empleo, la enseñanza debe estar encaminada a la aplicación de conocimientos en la práctica, donde la actitud emprendedora es la meta formativa a lograr, esto sin duda alguna va de la mano con el desarrollo creativo de cada estudiante, por lo que los métodos y uso creativo de ciertos instrumentos que complementan la educación en el aula, son la fórmula principal para fomentar el emprendimiento.

Es necesario entonces desarrollar habilidades cognitivas y emocionales en cada nivel de la carrera universitaria, además de una conciencia social que de la mano con tareas docentes que conlleven al desarrollo creativo ayuden a impulsar el emprendimiento.

Lo antes dicho, combinado con el resultado de la integración de tecnologías y los conocimientos, complementado asimismo con las habilidades y experiencias que se adquieren en el tiempo, deben ser el objetivo clave de cualquier estrategia que contemple como fin principal el bienestar social.

El estudio de las competencias esenciales y el modo en que se cruzan la tecnología, la experiencia, la habilidad y el conocimiento para formarlas, permite a estos componentes el aporte de materias y contenidos básicos, que den coherencia y sentido a las acciones formativas que acrecienten la creatividad.

El modelo educativo tradicional se ha enfocado en el aprendizaje del alumno, en donde el profesor cumplía la función de transmisor y al estudiante se le exigía memorización, temiendo un rol pasivo. En ese mismo

marco, el contenido de la enseñanza consiste en un conjunto de conocimientos y valores sociales acumulados por las generaciones adultas que se transmiten a los alumnos como verdades acabadas; generalmente, estos contenidos están disociados de la experiencia de los alumnos y de las realidades sociales.

La disciplina como medio para educar, el predominio de la memoria, el currículum centrado en el maestro y los métodos verbalistas de enseñanza; influyó notablemente en los procesos de enseñanza y en los sistemas educativos, donde su función es explicar claramente y exponer de manera progresiva sus conocimientos. Es por ello que la educación pasó a ser reactiva, empujando a los estudiantes a recibir información, que muchas veces no entienden porque la tienen que recibir. (<http://es.scribd.com/doc/50572422/MODELO-TRADICIONAL-1>)

Es así que la universidad de hoy busca generar confianza en los futuros profesionales, sobre sus pensamientos y sobre el camino que recorre, con la idea clara de alcanzar el objetivo que se han definido confiando en ponerse de pie cuantas veces sea necesario y tomando decisiones en pro de lograr ese objetivo muy a pesar que los demás le digan que esté equivocado. Es en ese proceso que surge el emprendimiento, en la exploración, en la necesidad de querer crear algo nuevo, original, buscando ver relaciones de causalidad que otros no ven y son estas relaciones que le dan la confianza de poder alcanzar el objetivo siguiendo un camino diferente al que el resto toma.

4. Metodología

La actuación metodológica se evidenció en la asignatura de Comercio Electrónico, considerando la experiencia que tiene la autora en dicha disciplina, se materializa el aprendizaje en el desarrollo de las tareas docentes, por su carácter integrador y direccional, como un medio para la búsqueda de soluciones de una acción específica.

A manera de ejemplo, se concibió una actividad propia de un determinado contexto, compuesta por cuatro etapas:

Asignatura: Comercio Electrónico, Temática: Proceso de Compra en Internet.

La primera etapa, denominada de *encuadre*, pretende enunciar los lineamientos generales para organizar la actividad, para lo que se podrán tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Presentar la actividad.
- Definir la orientación y normatividad de la actividad.
- Añadir información que se considere complementaria.
- Aclarar interrogantes relacionadas con la actividad.

Los aspectos anteriores deben permitir conocer el marco dentro del cual se desarrollará la actividad, así como la concepción de pasos para guiar procesos creativos, todo ello relacionado con la satisfacción de las necesidades de los usuarios de internet.

La segunda etapa, denominada de *búsqueda de Información*, pretende desarrollar habilidades investigativas en la búsqueda de información documental acerca de los factores determinantes en el proceso de compra para lo que se pondrán tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Indagar sobre los antecedentes de las tiendas virtuales.
- Revisar los términos y condiciones para la compra de un producto o servicio.
- Identificar puntos de información que debe tener un sitio web.
- Determinar si el sitio es seguro para prevenir un fraude.

El desarrollo tecnológico transformó las funciones de la lógica y el control del proceso productivo, es por eso que en esta fase a partir de un proceso se detectará los antecedentes y aspectos relacionados con la seguridad en el internet, de modo que permita decidir si es o no pertinente hacer la compra en dicho sitio.

En la tercera etapa, denominada de *comparación*, se pretende realizar un análisis comparativo de las tiendas virtuales para determinar una mejor opción, para lo que se pondrá tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Recolección de información.
- Hallar algunas necesidades específicas identificadas.
- Encontrar un presupuesto establecido.
- Diferenciación de precio y la calidad.

En correspondencia con los aspectos anteriores se crean situaciones posibles en el proceso de compra, apoyándose en vivencias propias y en la sustentación de los informes de comparación de los sitios web, lo que sin duda alguna requiere mayor exigencias al calificar un contenido y saca a relucir la importancia del trabajo intelectual.

La cuarta etapa, denominada *toma de decisiones*, pretende determinar las medidas adecuadas en el curso del proceso creador generando un aumento de confianza y motivación para incursionar en los negocios en línea, para lo que se pondrán tener en cuenta los siguientes aspectos:

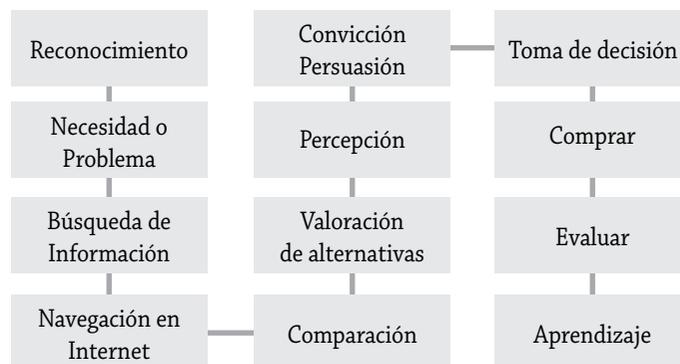
- Identificar lo que los alumnos creen su meta deseada.
- Relación con el producto sentimentalmente dentro de su vida.
- Motivación o disparador emocional que les haga tomar la decisión de compra.
- Comparar la meta deseada con la meta alcanzada.

En esta etapa se descubre la lógica de los pasos anteriores, que permitieron tomar la decisión que para ellos es la más acertada, en este aspecto se podría decir que a través de la práctica tecnificada se da solución a un problema común en el proceso de compra del usuario en internet.

Tal como se ha visto en el ejemplo anterior, se puede deducir la importancia que tiene esclarecer el proceso en un trabajo de clases, que si bien es cierto es una actividad que se realiza comúnmente, puede ser considerada como muestra para fomentar el emprendimiento mediante soluciones innovadoras en situaciones que son parte de la vida cotidiana, para lo cual cada profesor desde la asignatura que imparte, puede contribuir a desarrollar las habilidades creativas en los estudiantes universitarios, preparándolos además para nuevos retos en su futura vida profesional.

En el siguiente esquema se puede apreciar la actividad antes mencionada:

Proceso de Compra Venta



5. Resultados y Análisis

Tomando como antecedente que el estudiante vive una serie de circunstancias que le llevan a buscar formas creativas para desenvolverse en su día a día, se consideran varias aproximaciones que pueden ayudar a desarrollar la creatividad y el emprendimiento en la universidad de hoy:

- Hoy en día la educación debe desarrollar la pasión y el interés de quienes forman la comunidad educativa, dando un espacio para ser ellos mismos, estableciendo alianzas entre alumnos y profesores, transformando la forma de adquirir conocimientos.
- La motivación como conductora del comportamiento, no sólo en el estudiante sino también en los profesores, haciendo participe a los procesos afectivos (emociones y sentimientos), los procesos cognoscitivos (pensamiento, memoria, etc.) y las tendencias (voluntarias e impulsivas) despertando el interés para plantear y lograr metas.
- Cambiar la forma de educar, por un aprendizaje basado en el entusiasmo, considerando los cambios tecnológicos.
- El profesor de hoy debe disponer de determinadas habilidades que le permitan convertirse en diseñadores del aprendizaje para poder desarrollar con garantías su desempeño profesor y conseguir que el estudiante crea que puede cambiar la sociedad, y se incentive a la búsqueda de los problemas globales.

- Los profesores deben planificar sus clases considerando la inteligencia emocional, la capacidad colaborativa, la confianza, la integridad y los valores.
- Hacer énfasis en las capacidades que permiten destacar a los estudiantes en determinadas áreas. Cuántas más puntuaciones altas se tienen en todas las áreas que componen la base del emprendimiento, como la iniciativa, mayores serán las posibilidades de triunfar.

En el ambiente universitario es fundamental la vinculación de los saberes teóricos con la realidad social, por lo tanto el valor que se dé a los conocimientos empíricos son muy importantes, por ejemplo en los negocios se requiere conocer países, empresas, tiendas modernas, proceso de elaboración de producto terminado, lo que puede a su vez convertirse en un colaborador de primera a la hora de llevar la teoría a la práctica.

La educación de hoy, frente a las exigencias laborales de un mundo globalizado, lo que busca es generar curiosidad por el conocimiento, y soluciones prácticas, para lograr un crecimiento de la personalidad del estudiante y desarrollar sus capacidades creadoras acorde a la diversidad de problemas que se presentan en la sociedad; propiciando que los profesores apliquen tareas creativas, en donde se relacionen la tecnología y los contenidos pertinentes necesarios para desenvolverse eficientemente en la sociedad, y actúen consecuentemente con la práctica; fomentando el emprendimiento.

De igual forma no es necesario convertirse en un experto informático, pero si conocer las herramientas ofimáticas más habituales y el manejo apropiado del internet; es decir el uso correcto y responsable, lo que permite obtener mayor información y a su vez posibilidades de emprendimiento en el alumno, y a su vez el profesor podrá hacer uso de aplicaciones de la Web 2.0 ó mediante plataformas virtuales que motiven al estudiante a desarrollar sus habilidades creativas. Un profesor no puede estar al margen del desarrollo tecnológico, porque entonces los estudiantes de hoy llevarían la ventaja, pues ellos se desenvuelven fácilmente en un ambiente tecnológico, es ahí donde

el profesor debe orientarlos para que el uso de estas herramientas no sea por un simple impulso, sino de manera consiente y responsable.

5.1. Rasgos personológicos de un profesor universitario creativo

Son muchos los problemas que actualmente aquejan a los futuros profesionales, uno de ellos es la falta de empleo que suele ser una situación difícil para los universitarios que se preparan para obtener una mejor estabilidad económica; es ahí donde el profesor surge con ideas creativas, que requieren de la didáctica para llevarlas a cabo en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Es muy probable que el profesor no tenga la solución inmediata a las situaciones que se presenten, por lo que la búsqueda de nuevas formas o herramientas dependerá en gran parte de la imaginación y creatividad que se demuestre a la hora de buscar soluciones eficaces y viables; es entonces que la capacidad de tomar decisiones es fundamental para llevar a cabo sus planteamientos didácticos, a esto se suma sus capacidad de gestión para solicitar las herramientas y medios necesarios para un mejor desempeño profesor.

Muchas serán las ocasiones en que las ideas creativas no sólo surgirán del pensamiento del maestro, sino también de los propios alumnos, que aunque a veces parezcan un poco alocadas o imposibles de efectuar, éste debe estar abierto a cualquier posibilidad de mejoras en el aprendizaje del alumno, y reflexionar la viabilidad de las propuestas antes de ejecutarlas o no.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, la relación directa entre maestro, alumno y entorno permite el surgimiento de nuevas incógnitas que tendrán todo tipos de respuestas a ser valoradas y plantear nuevos procesos de forma lógica en función del desarrollo creativo del estudiante que conlleve a un aprendizaje eficaz y duradero.

6. Conclusión

Los cambios globales, significan una permutación profunda en el desarrollo de las fuerzas productivas y

trae consigo una nueva dinámica en diferentes ámbitos de la vida social; en este sentido se hace especialmente notable la repercusión que tiene sobre la gestión de la información.

Las instituciones de la educación superior no pueden ignorar el hecho de que para cumplir el encargo social que se le formula deben tener muy en cuenta los avances tecnológicos, así como los logros científicos.

El emprendimiento presupone cambios en el proceso formativo, que implican la independencia, la creatividad y la reflexión, pero sobre todo libertad, actuando o no sin interferencias, presiones, ni constricciones; puesto que las exigencias laborales, implica que los estudiantes interactúen en un ambiente que favorezca la integración de los saberes.

La educación universitaria ha sido particularmente impactada por el cambio radical que ha tenido lugar tanto la ciencia como la tecnología.

Se hace imprescindible que los egresados universitarios cuenten con la preparación suficiente para desempeñarse con eficiencia y eficacia en la sociedad actual; ello supone el desarrollo de la creatividad para fomentar el emprendimiento.

El desarrollo de las habilidades creativas permite a los estudiantes universitarios obtener beneficios mediante la búsqueda de oportunidades y generar cambios en la sociedad, ya que no solo se piensa en terminar una carrera y buscar un empleo, los profesionales buscan nuevas formas de emprender y de convertir una idea algo realizable, que además les permita mantener un ritmo constante de crecimiento y creación.

Los profesores universitarios deberán concebir tareas para favorecer el proceso de formación adjudicando conocimientos que permitan una mejora en la práctica, y que permitan además desplegar la creatividad de los estudiantes incitándolos a emprender de una forma cada vez más dinámica en este mundo globalizado.

El profesor que pretende desarrollar la creatividad, ha de ser creativo y para ello no solo debe apoyarse

en sus conocimientos acerca de la ciencia, la técnica y la electrónica en particular, sino, que debe también dominar aquellos saberes de la pedagogía y la didáctica que le permitan desarrollar la docencia en función del encargo social que deberá cumplir.

La elaboración de un sistema de tareas docentes implica la búsqueda de formación integral y de soluciones prácticas, para lograr un crecimiento de la personalidad y desarrollar sus capacidades creadoras acorde a la diversidad de problemas sociales que se presentan; propiciando que los estudiantes aprendan las relaciones de la ciencias, tecnología y sociedad, y actúen consecuentemente con la práctica; fomentando el emprendimiento.

Las tareas docentes destinadas a desarrollar la creatividad para fomentar el emprendimiento deben ser flexibles, abiertas, contextualizadas y cambiantes como cambiante es el entorno en que deberá desarrollar su actividad el futuro profesional.

La motivación emocional está centrada en la construcción de una relación entre alumno – profesor en el escenario educativo, y cliente – empresa en el ámbito comercial. Es decir, no existe ninguna otra estrategia que tenga mejores resultados que la de entablar acercamientos a partir de un dialogo, tratando de crear una relación de persona a persona que construya confianza naturalmente, cubriendo necesidades o preguntas que los demás demandan.

Una de las armas más poderosas para alcanzar el éxito y la excelencia es el esfuerzo, que se confirma como una de las mayores y más poderosas herramientas para triunfar una vez que se emprende, el perseguir un objetivo y estar motivado para conseguirlo con dedicación y fuerza.

El pensamiento crítico, la creatividad, la comunicación, la innovación, es espíritu emprendedor, la inteligencia emocional, la capacidad colaborativa, el amor y los valores, la confianza y la integridad configuran esas raíces en las que se basa el aprendizaje en la universidad y que, a veces, los profesores se olvidan de planificar o no les dedican el tiempo necesario.

Referencias

- Álvarez de Zayas, C. M. (1992). *La escuela en la vida*. Cuba. Editorial Pueblo y Educación.
- Carpio, C. (2008). *Análisis conceptual de las teorías de la creatividad y proposición de un modelo interconductual*. México: UNAM.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. (Vol. 1) Madrid: Siglo Veintiuno Editores.
- Colectivo de Autores, (2012), *La Revolución Científico-Técnica en el mundo actual*. Ecured, enciclopedia virtual cubana. Recuperado de http://www.ecured.cu/index.php/Revoluci%C3%B3n_Cient%C3%ADfico_T%C3%A9cnica.
- Concepción, R. y Rodríguez, F. (2005). *Rol del profesor y los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje*. Cuba. Ed. Holguín.
- De Bono, E. (2006). *El Pensamiento Lateral*. España. Editorial Paidós Ibérica S.A. ISBN 968-853-233-9.
- Formichella, M. (2004) *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina. Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA.
- Fumero, A. y Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange de España, (1° edición) Recuperado de http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp
- Gardner, H. (2001). *La inteligencia reformulada. Las inteligencias múltiples en el Siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Concepción, R. (1989). *El sistema de tareas como medio para la formación y desarrollo de conceptos relacionados con las disoluciones en la enseñanza general media*. Tesis de grado en opción al título de Doctor en Ciencias Pedagógicas. Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona". La Habana.
- Florida, R. (2005). *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, Nueva York, HarperCollins.
- Fraga, R. (1997). *Metodología de las áreas profesionales*. La Habana, Material mimeografiado. – ISPETP.
- Gibb, A. (2002). *In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative deconstruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge*. *International Journal of Management Reviews* 4(3): 213-231.
- Global Education Forum, (2011) *Un nuevo modelo educativo para el siglo XXI*. Encuentro de expertos en educación y nuevas tecnologías. Madrid – España
- González, A. (1990). *Cómo propiciar la creatividad*. La Habana. Editorial Ciencias Sociales.
- Gutiérrez, M. (2001). *Los componentes del proceso pedagógico y su dinámica*. Soporte magnético, Universidad Pedagógica "Félix Varela" Villa Clara.
- Kirzner I. M. 1998. *El empresario* *Lecturas de Economía Política*, Madrid. Unión Editorial. Vol. 1.
- Lastres Segret, J. A.; Moreno Sanabria, R. C. (diciembre, 2002). *La influencia de las tecnologías digitales sobre la e-economía*. Comunicación presentada a la III Bienal Iberoamericana de la Comunicación. Universidad de Las Américas. Puebla, México
- Matley, H. & J. Mitra (2002) *Entrepreneurship and Learning: The double act in triple helix*, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, vol. 3. No. 1
- Mitjans, A. (1995). *Creatividad, personalidad y educación*. Ciudad de la Habana, Cuba. Editorial Pueblo y Educación.
- Modelo Tradicional, (anónimo) Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/50572422/MODELO-TRADICIONAL-1>
- Pérez A. I. (2012). *Educarse en la era digital*. Madrid, Ediciones Morata.
- Pérez A. I. (2011). *Aprender a enseñar en la práctica*. Barcelona, Editorial GRAO.
- Rasheed H. S. (2000). *Developing Entrepreneurial Potential in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation*. University of North Carolina at Wilmintong. Emerald Group Publishing Limited.
- Rasheed, H.; Rasheed, B., (2004) *Developing Entrepreneurial Characteristics in Minority Youth: The Effects of Education and Enterprise Experience*. *Ethnic Entrepreneurship: EEUU*. Structure and Process. 4, 261-277. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1496729>
- Rose, J. (1978); Fernández E., S. (traductor). *La Revolución Cibernética*. México, D.F. Edición 1ª ed.
- Robbins, S. (2006). *Comportamiento Organizacional*. Brasil. Editorial Pearson Prentice Hall.

Silvestre, O., & Zilberstein, J. (2002). *Hacia una didáctica desarrolladora*. Cuba. Editorial Pueblo y Educación.

Schumpeter, J. S. (1939). *Business Cycles: a theoretical and statistical analysis of the Capitalist Process*.

(Vol. 2) New York: McGraw Hill. Shionoya. Análizado por Carlota Pérez, 1986. Caracas, Venezuela.

Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won*. Recuperado el 15 de septiembre 2012 de www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf