



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración

Incorporación de la Capacidad de Formación de Habilidades Creativas en los
Estudiantes de la FCA

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro en Administración especialidad Alta Dirección

Presenta

María Alejandra Isla Maciel

Santiago de Querétaro, Febrero 2023



Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales
de Información



Incorporación de la Capacidad de Formación de
Habilidades Creativas en los Estudiantes de la FCA

por

María Alejandra Isla Maciel

se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Clave RI: CAMAN-81653



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Contaduría y Administración

Incorporación de la Capacidad de Formación de Habilidades

Creativas en los Estudiantes de la FCA

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestro en Administración con especialidad Alta Dirección

Presenta:

María Alejandra Isla Maciel

Dirigido por:

Dra. María Elena Díaz Calzada

SINODALES

Dra. María Elena Díaz Calzada

Presidente

Dra. Ma. Luisa Leal García

Secretario

Dr. Martín Vivanco Vargas

Vocal

Dr. Antonio G. Castañeda Ríos

Suplente

Mtra. Olga Beatriz Vidal Herrera

Suplente

Dr. Martín Vivanco Vargas

Director de la Facultad

Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña

Director de Investigación y Posgrado

Centro Universitario
Santiago de Querétaro
Febrero 2023

RESUMEN

El presente estudio muestra la incorporación de la Capacidad de Formación de Habilidades Creativas en los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro. Para llevar a cabo la investigación se eligió un método cuantitativo, con un diseño no experimental, tipo de estudio de campo, descriptivo, transversal. Se optó por una muestra no probabilística que quedó conformada por 355 alumnos y ex alumnos, estudiantes de las diversas licenciaturas, se aplicó un cuestionario de 10 preguntas y así conocer la pertinencia de la creatividad en su desarrollo profesional. Se concluyó que la hipótesis es verdadera y que hay que considerar la implementación de talleres, actividades y proyectos específicos para incentivar y promover la creatividad en los futuros profesionistas de la FCA

(Palabras clave: Habilidades Creativas, innovación, educación, Estudiantes, FCA, Capacidad, Formación).

SUMMARY

The present study shows the incorporation of the Creative Abilities Training Capacity in the students of the Faculty of Accounting and Administration of the Autonomous University of Querétaro. To carry out the research, a quantitative method was chosen, with a non-experimental design, type of field study, descriptive, cross-sectional. A non-probabilistic sample was chosen that was made up of 355 students and ex students, students of the various degrees, a questionnaire of 10 points was applied and thus to know the relevance of creativity in their professional development. It was concluded that the hypothesis is true and that it is necessary to consider the implementation of workshops, activities and specific projects to encourage and promote creativity in future professionals of the FCA.

(Key words: creative skills, innovation, education, students, FCA, ability, training)

DEDICATORIAS

A mis hijos Bruno y Cassandra, a mi papá José Luis, a mi hermano José Luis a Gerardo.

Agradezco a mi familia y amigos por siempre estar.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro, en especial a la Facultad de Contaduría y Administración por todo el apoyo para la realización de este documento.

Agradezco a todas las personas que amablemente me orientaron y me ayudaron, a los docentes cuyo conocimiento me fue transmitido y al personal administrativo que fue muy paciente y siempre amable durante el desarrollo de mi Maestría.

“Donde todos piensan igual, nadie piensa demasiado”.

Auguste Rodin

INDICE

	Página
Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Frase	v
Índice	vi
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	x
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO TEÓRICO	4
2.1 Antecedentes	4
2.1.1 Habilidades Creativas	12
2.1.2 Caracterización de los estudiantes de la FCA	14
2.1.3 Investigaciones relacionadas con el tema	22
2.1.4 Marco Conceptual	26
3. CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN	34
3.1 Antecedentes de la facultad	34
3.2 Población	35
3.2.1. Características de ingreso	36
3.3 políticas	36
3.4 objetivos	36
3.5 misión	37
3.6 visión	37
3.7 estrategia	38

3.8 estructura organizacional	38
4. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN	41
4.1 Justificación	41
4.2 Planteamiento del problema	42
4.2.1 Investigación Cuantitativa	43
4.2.2 Pregunta de investigación	46
4.3 Objetivos	46
4.3.1 Objetivo general	42
4.3.2 Objetivos específicos	46
4.4 Definición del universo	47
4.4.1 Tamaño y tipo de la muestra	47
4.5 Definición de variables	48
4.6 Hipótesis	49
5. METODOLOGÍA	50
5.1 Diseño del estudio	50
5.2 Tipo de estudio	50
5.3 Instrumento	51
5.4 Procedimiento	51
5.5 Procesamiento de la información	52
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
6.1 Resultados de encuesta a 355 alumnos y ex alumnos de la FCA	53
6.2 Discusión	64
6.2.1 Datos generales	64
6.3 Habilidades Creativas	65
6.4 Comprobación de hipótesis	67

PROPUESTAS Y CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS	70
Apéndice A Abreviaturas	77
Apéndice B Cuestionario de preguntas aplicadas	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
Tabla 1 FODA	43
Tabla 2 Tipos de pensamiento	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
FIGURA 1 Fórmula para un aprendizaje de éxito	6
FIGURA 2 Anatomía cerebral: Lóbulos y estructuras internas del encéfalo	10
FIGURA 3 ¿Qué es esto?	12
FIGURA 4 Organigrama FCA	38
FIGURA 5 Proyecto ABACO	39
FIGURA 6 Presentación	47
FIGURA 7 Sexo	53
FIGURA 8 Edades	53
FIGURA 9 Vínculo	54
FIGURA 10 Licenciatura	55
FIGURA 11 FCA lo propicia	56
FIGURA 12 ¿Qué tan creativo?	57
FIGURA 13 ¿Dónde?	58
FIGURA 14 Grado	59
FIGURA 15 Negocios	60
FIGURA 16 Técnica	61
FIGURA 17 Innata	62
FIGURA 18 Abiertas	63

1. INTRODUCCIÓN

En aras de mantener un espacio educativo apegado a las demandas sociales como son la innovación, la productividad y la competitividad, es necesario formar a los estudiantes con competencias creativas.

El propósito de las escuelas es dotar a los estudiantes de herramientas que les permitan entender y establecer directrices para ser profesionistas a la altura de la demanda del mercado laboral.

El presente documento pretende identificar si los estudiantes cuentan con herramientas que generen e incentiven la creatividad y en consecuencia se beneficie su desarrollo profesional y personal para adentrarse en el mercado globalizado, cada vez más competitivo y cambiante.

Mediante este estudio se plantea la hipótesis que si se imparten en clases actividades académicas que desarrollen la capacidad creativa, saldrán ideas, beneficios académicos, se practicará la originalidad, se facilitará la adaptación al cambio, se desarrollará el pensamiento abstracto, entre otros muchos beneficios.

Mi experiencia como docente en FCA de más de siete años, mi labor en otras instituciones académicas y mi experiencia profesional en el área de Recursos humanos tanto en instituciones privadas y públicas, donde he tenido la oportunidad de contratar profesionistas recién egresados me “han sembrado la cosquilla” de saber si en las Universidades se está propiciando el desarrollo de la creatividad en los alumnos; y para defender mi punto, y este es que hay una gran oportunidad en el desarrollo de la creatividad entre los alumnos, lo basaré en mis percepciones pero ya validadas con un ejercicio de cuestionamientos directos a un grupo representativo de alumnos y ex

alumnos de FCA.

Como parte de la metodología cuantitativa se utilizó la técnica de cuestionario, el mismo que se les realizó a diversos alumnos que cursan en FCA diferentes licenciaturas y son de diferentes niveles. Con el enfoque metodológico mencionado se optó por una muestra no probabilística constituida por 355 alumnos y ex alumnos, estudiantes de las diversas licenciaturas.

La FCA de la UAQ es una facultad que tiene como principal objetivo brindar una oferta académica a jóvenes para que estén preparados para hacer frente a un entorno competitivo ya sea regional, nacional y hasta internacional.

La FCA promueve el desarrollar de sus alumnos en ámbitos que apoyen el desarrollo de empresas con conocimientos técnicos y con una formación integral con una perspectiva analítica y/o empírica y con un enfoque estratégico.

Es imprescindible que los egresados cuenten con una estrategia para hacer frente al status quo y no sólo depender de metodologías ya desarrolladas, sino que se sientan capaces de desarrollar las propias.

Es por eso que es necesario incorporar un plan de capacidades de formación de habilidades creativas en las aulas.

Con estas herramientas los alumnos practicarán actividades y acciones que permitan mejorar sus capacidades cognitivas, mejorar su ingenio, generar nuevas ideas para fortalecer su pensamiento crítico-reflexivo.

La FCA se debe ocupar en lograr una “creatividad viable, con una metodología articulada” (Carrasquilla, 2006).

La hipótesis de este documento (la cual fue comprobada) sugiere que la habilidad creativa se debe fomentar y poner en práctica en la FCA pues es una actividad que se va a aplicar constantemente en la vida profesional, además de ser un requisito muy importante que es valorado por las organizaciones a la hora de seleccionar personal, al momento de solucionar problemas y en los negocios en general para ser original, propositivo e innovador.

La habilidad creativa es fundamental en cualquier institución de educación superior por varias razones. Y sólo por nombrar algunas está el fomento a la innovación, ya que esto es un motor clave para la generación de nuevos negocios e ideas que propicien la mejora continua. Las ideas creativas generan nuevos productos, servicios y procesos que pueden revolucionar una industria ofrecer algo único y valioso a sus clientes.

En un entorno universitario, el pensamiento creativo es fundamental para abordar desafíos actuales y futuros en el campo de la ciencia, la tecnología y las humanidades. La creatividad permite encontrar soluciones originales y pensar fuera de los límites convencionales, lo que impulsa el progreso y el avance en diversas disciplinas.

La FCA se especializa en perfiles enfocados a los negocios, y las habilidades creativas son esenciales para las organizaciones porque proporciona una ventaja competitiva para adaptarse a los cambios y encontrar soluciones originales a los desafíos que enfrentan.

Durante el desarrollo de la investigación del presente documento, se pudo

comprobar que la mayoría de los estudiantes en activo, como de los ex alumnos, consideran importante esta práctica.

En una de las preguntas se solicitan posibles alternativas de solución y varios alumnos sugieren mecanismos formales con metodologías para fomentar y propiciar la habilidad del pensamiento creativo.

En el entorno empresarial actual, caracterizado por una complejidad creciente y competitividad, es necesario que las escuelas de negocios se adapten y preparen a los estudiantes de manera efectiva para enfrentar los desafíos que enfrentarán en el mundo laboral. Sin embargo, existe una brecha entre las habilidades tradicionalmente enseñadas en las escuelas de negocios y las demandas del mercado laboral actual.

El paradigma empresarial ha evolucionado, y ya no basta con tener un conocimiento técnico sólido y habilidades analíticas. Las empresas buscan profesionales que sean capaces de pensar de manera creativa, encuentren soluciones innovadoras a los problemas y se adapten rápidamente a los cambios. Estas habilidades creativas son esenciales para la resolución de problemas complejos, la toma de decisiones estratégicas y la generación de ideas disruptivas que impulsan el crecimiento y la competitividad empresarial.

Sin embargo, muchas escuelas de negocios aún se centran en enfoques de enseñanza tradicionales y están orientados principalmente hacia la transmisión de conocimientos teóricos y habilidades técnicas. Esto limita el

desarrollo de las habilidades creativas de los estudiantes y no los prepara adecuadamente para las demandas cambiantes del mercado laboral.

Por lo tanto, surge la implementación de habilidades creativas en FCA para adaptarse y proporcionar a los estudiantes las herramientas y el ambiente propicio para desarrollar habilidades creativas. Sería tema de un análisis multidisciplinario de las diferentes academias analizar el contexto empresarial, los métodos y enfoques pedagógicos para promover estas habilidades y que esto agregue valor curricular a los egresados.

Responder a estas preguntas y abordar este problema permitirá a la FCA formar profesionales más completos y preparar para enfrentar los desafíos empresariales actuales, así como fomentar la innovación y el espíritu emprendedor en las futuras generaciones de líderes empresariales.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El concepto de creatividad se ha tornado multidimensional, ya que se puede aplicar en los negocios, en el arte, en la mercadotecnia, en la industria, en la política etc. ya que en un entorno cambiante como el que hoy vivimos nos obliga a adaptarnos, a innovar, a solucionar, así que las empresas, las instituciones y la sociedad en general se ve involucrada. Que mejor que las instituciones educativas participen en esta encomienda.

Existen instrumentos para identificar un diagnóstico cuantificable del nivel de creatividad. Se han identificado 14 indicadores relevantes (Gordon,1963; Osborn,1963; Parnes,1973; Melhorn, G. y Melhorn, H.,1982; De Bono, 1986; De la Torre,1982; Guilford,1991; Rogers,1991; Torrance,1992;) entre los que se encuentran: originalidad, motivación, pensamiento técnico, inventiva, innovación, autoestima, fluidez, iniciativa, racionalización, flexibilidad, sensibilidad, elaboración, divergencia e independencia.

La creatividad no puede generarse de inmediato, requiere tiempo, estimulación y desarrollo.

Relación creatividad y la educación

Bloom (1956) "Recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear"

"Educar para transformar" (Julián Betancourt Morejón)

Algunos de los aspectos para desarrollar la creatividad en el aula que propone Miguel Angel Casillas aprovechando el momento y las áreas que tiene la escuela simultáneamente a los programas escolares. Se requiere ver a la creatividad como un elemento cotidiano en el aula, que interactúa enriqueciendo las experiencias de aprendizaje que se presentan en el salón de clases, como lo considera Marzano (1997) en sus dimensiones del aprendizaje: un hábito mental productivo.

Robert Sternberg y Tood Lubart mencionan seis recursos que apoyan la creatividad que son: La inteligencia, el conocimiento, los estilos de pensamiento, la personalidad, la motivación y el contexto medioambiental.

Mackinnon, 1959 La creatividad es una habilidad crítica en los días actuales, dadas las características de complejidad, incertidumbre, turbulencia, cambio, progreso y competición que caracterizan al mundo del trabajo y a la sociedad.

Las universidades transfieren el conocimiento de diferentes formas, estimulan el emprendimiento, los proyectos interdisciplinarios, el desarrollo de investigaciones y cada quien colabora y agrega al conocimiento.

“La idea de que la ciencia es un esfuerzo creativo es innegable. Las ideas científicas son creaciones de la mente... esto aplica incluso en el trabajo científico cotidiano, como el descubrimiento y la resolución de problemas, la formación de hipótesis y el modelado, el pensamiento nativo / creativo, son fundamentales...” (Hadzigeorgiou et al., 2012).

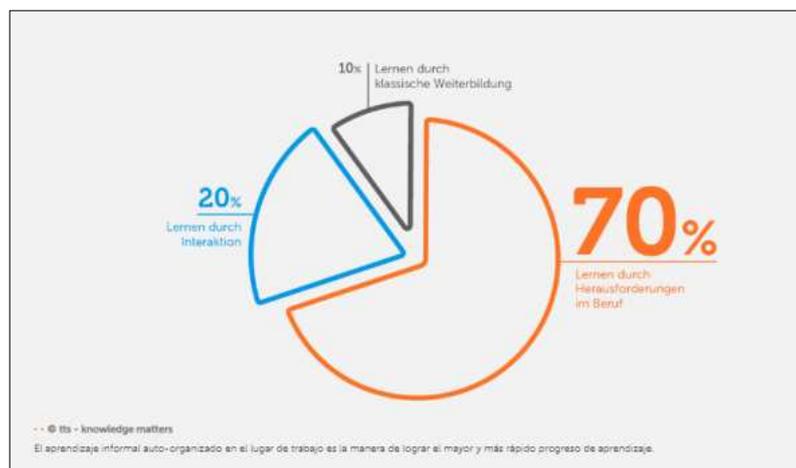
La academia ha sido responsable en gran medida del desarrollo económico y social propiciando y alentando a los alumnos al emprendedurismo para dinamizar el comercio, pero por otra, todo esto se apoya en análisis científicos que aportan información a los investigadores.

Para incentivar esta habilidad, debe hacerse poco a poco, iniciando por las bases como la teoría para dar un marco conceptual con referencias y posteriormente practicándolo de varias maneras.

Un setenta por ciento del aprendizaje se produce trabajando, un veinte por ciento, practicando la teoría y un diez por ciento adquiriendo nuevos conocimientos, esto es lo que afirma Charles Jennings es especialista en Aprendizaje y Desarrollo del Capital Humano y quien fue Chief Learning Officer en Reuters y Thomson Reuters, donde desarrolló estrategias globales de aprendizaje y rendimiento.

Figura 1

Fórmula para un aprendizaje de éxito (2020)



Fuente: <https://insights.tt-s.com/es-es/70-20-10-es-esta-la-formula-para-un-aprendizaje-de-exito>

Afirma en sus estudios que las actividades rutinarias generan la “estrechez mental”, pero las actividades relacionadas con la creatividad ayudan a resolver problemas económicos, procesos, de comunicación que siempre agregan valor.

El creativo puede no encontrarle lógica a algo o puede no tener mucha información de la cual echar mano o captar alguna idea, pero puede generar nuevas.

El Coeficiente Intelectual es un test que miden aspectos intelectuales, estos se basan en que cada pregunta tiene una sola respuesta correcta, mientras que el creativo pone mayor atención en una solución adecuada ante el planteamiento de un problema.

Existen varios estudios que sugieren que desde la infancia existe un potencial creativo pero que se va debilitando en las aulas, en el hogar por recibir ciertas programaciones y metodologías no creativas, de tal manera que esta capacidad se va inhibiendo y en el hogar experiencias que están organizadas de forma no creativa, que poco a poco van inhibiendo tal potencialidad. Un factor que se debe mantener y propiciar es la curiosidad y la capacidad de asombro para que sea un caldo de cultivo y motivar la creatividad.

“El objetivo principal de la educación es crear personas capaces de hacer cosas, no simplemente repetir lo que otras generaciones han hecho - personas creativas, inventivas e investigadoras” (Ginsberg & Oppen, 1969, p. 5, cit in Hadzigeorgiou et. Al, 2012).

La creatividad debe incentivarse, ya que es como un músculo, que si no se utiliza se debilita. En las aulas se practica mucho el desarrollo de proyectos, esto da forma a nuevos conceptos, productos o servicios. De esta manera se hace uso de los elementos en el contexto real, generando ideas y practicando la creatividad. Este tema no es sólo de algunas disciplinas, esto aplica a cualquier ámbito.

Las recomendaciones y prácticas comprobadas por Raudespp son:

1. Tener tiempo para pensar y leer sobre temas que no sean propios para resolver un problema.
2. Guardar recortes o notas que consideres interesantes
3. Hacer varias investigaciones o consultas de un tema
4. Identificar variables clave y aislarlos
5. Plantear varias alternativas de solución con respecto a un problema
6. No descartar ideas que parezcan descabelladas
7. Cuestionar los límites del problema
8. Hacer un análisis exhaustivo de las variables
9. Registre las ideas y las maneras posibles de solucionar el problema
10. No desanimarse con posibles fallas
11. No se aferre a una idea o estrategia, rompa paradigmas
12. No sea muy crítico
13. Genere cuotas de ideas. Ejemplo más de 4 o 5 según sea el caso
14. Si ve que no hay avance, deje descansar la mente y realice otra actividad
15. Evite conflictos si aun no encuentra la solución
16. Cuando tenga ya la idea, sea humilde a la hora de recibir críticas
17. Analice y estudie las críticas

Por otro lado Vergara J., (2015): menciona que los contenidos de cada materia son saberes vivos y útiles, necesarios para resolver problemas o hacer crecer iniciativas y proyectos 15 grupales. Para ello, es preciso que se comprendan y no solo se reproduzcan de forma automática.

Los conceptos teóricos no entregan recetas concretas para la aplicación en la sala de clases, pero las buenas teorías pueden usarse en forma flexible y creativa por los docentes en sus planificaciones y prácticas educativas. (OCDE 2010).

En los casos de las áreas contables y financieras de la FCA Los docentes deben utilizar problemas profesionales de carácter heurístico, para facilitar el proceso de desarrollo de la creatividad profesional.

El conocer, no garantiza nada, es necesario asociar los conocimientos y ejecutarlos, practicarlos, para de esa manera lograr la habilidad o destreza, esto de manera conjunta con la voluntad de hacer las cosas que está relacionada con las actitudes, por eso es necesario para ser creativo, se debe practicar. Para ello las aulas deben dar libertad (con cierto margen de maniobra) y confianza para que el alumno no tenga miedo de fallar.

Cuando existe esta confianza y libertad, se pueden obtener logros y avances, de lo contrario se causará frustración y desmotivación.

El aprendizaje debe ir de la mano con orientación y aporte de nuevas ideas con procesos colaborativos para compartir el conocimiento

El aprendizaje debe ir de la mano con orientación y aporte de nuevas ideas con procesos colaborativos para compartir el conocimiento

- **Relación entre creatividad e inteligencia**

Estos dos conceptos no necesariamente van juntos, no son sinónimos. Existen personas inteligentes poco creativas y personas creativas con un Coeficiente Intelectual bajo. (Guilford, 1959)

Independientemente que las competencias que deben tener los egresados de la FCA sobre conocimientos, es indispensable propiciar y acrecentar tanto la inteligencia como la creatividad, ambos conceptos tienen cierta superposición y están relacionados en varios aspectos de la negociación, la toma de decisiones y la solución de conflictos.

La inteligencia generalmente se refiere a la capacidad cognitiva de una persona para comprender, razonar, resolver problemas y adquirir conocimiento, a menudo mediante pruebas de coeficiente intelectual . Por otro lado, la creatividad se refiere a la capacidad de generar ideas originales, útiles y novedosas, y de combinar conceptos y elementos de manera innovadora.

Algunas teorías sugieren que la inteligencia es un factor importante para la creatividad. La capacidad de procesamiento mental, la memoria, el pensamiento crítico y la flexibilidad cognitiva, todos ellos asociados a la inteligencia, pueden proporcionar una base sólida para el desarrollo de ideas creativas. La inteligencia puede ayudar a identificar patrones, establecer conexiones entre ideas aparentemente no relacionadas y resolver problemas complejos, lo que puede alimentar la creatividad.

Sin embargo, también se ha observado que la creatividad no está completamente determinada por la inteligencia. Las personas pueden ser altamente creativas sin tener un coeficiente intelectual excepcionalmente alto, y viceversa. La creatividad también está influenciada por factores emocionales, motivacionales y ambientales, como la pasión por un campo específico, la apertura a nuevas experiencias, la tolerancia al riesgo y el entorno que fomenta la creatividad.

- **Barreras que frenan la creatividad**

Hay que evitar estar encasillados en una idea o generar ideas preestablecidas con respecto a algún fenómeno u objeto. Este modelo mental se enraiza por experiencias anteriores y de lo que se trata es ver el problema desde distintos ángulos.

Factor tiempo, miedo al ridículo o a la crítica, la ley del mínimo esfuerzo, el miedo al cambio, demasiado pensamiento vertical o lógico, que no exista seguridad psicológica para crear, donde el sujeto no se sienta a prueba o presionado, no contar con receptividad para captar el mensaje.

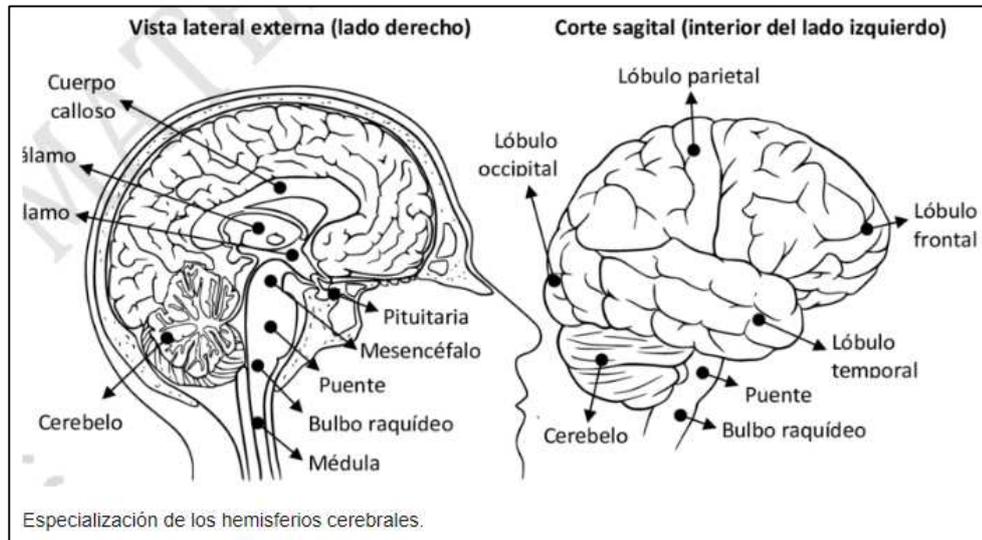
A las instituciones de educación les corresponde no frenar estas habilidades, por el contrario, incrementarlas y propiciarlas.

Los 2 hemisferios

El pensamiento lógico, la razón, un tipo de pensamiento sistemático, objetivo potencia el hemisferio izquierdo, en cambio un pensamiento artístico, creativo y menos estricto, nos permite fortalecer el hemisferio derecho.

Figura 2

Anatomía cerebral: Lóbulos y estructuras internas del encéfalo
(2017).

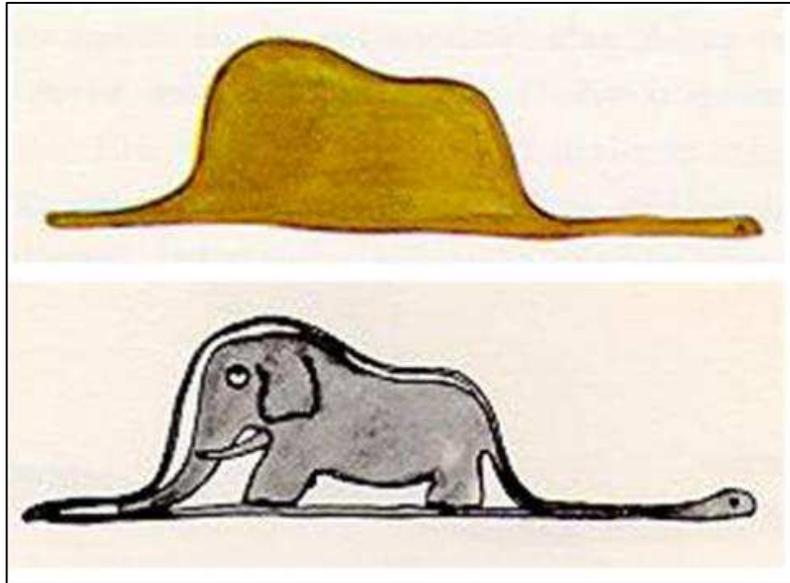


Fuente: https://www.researchgate.net/figure/Figura-8-Especializacion-de-los-hemisferios-cerebrales_fig2_322682412

Un ejemplo muy clásico está en el libro *el principito* de Antoine de Saint Exupéry, cuando de niño el piloto dibuja una boa comiendo un elefante, y nadie entiende el dibujo, piensan que es un sombrero. Este pensamiento no es tan estructurado y “sale de la caja” o sale de lo que se espera.

Figura 3

¿Qué es esto? El principito, Antoine de Saint-Exupéry (1973)



2.1.1 Habilidades Creativas

Existen varios tipos de habilidades creativas que se pueden practicar para ser más creativos. Utilizadas en combinación, pueden ser eficaces para ayudar a pensar de forma diferente sobre un problema en específico o una tarea cualquiera. Investigaciones como las realizadas por JP Guilford en la década de 1950 y posteriormente replicadas, han demostrado que se pueden diseñar ejercicios y técnicas específicas para mejorar el pensamiento divergente, entre otro tipo de actividades para fomentarla se encuentran:

- Hacer conexiones

Una persona creativa, encuentra conexiones entre diferentes ideas y a menudo éstas se producen cuando se piensa activamente en un problema o la tarea.

- Hacer preguntas

La persona creativa a menudo permite desafiar el conocimiento aceptado o convencional; cuestionando por qué se hacen tareas de determinada manera. Esto permite buscar mejores maneras de hacer dicha tarea o revisar los procedimientos para hacerlos más relevantes.

- Realización de observaciones

Siempre será posible descubrir nuevas formas de hacer las cosas, observando, fomentando un pensamiento crítico y formando juicios.

- Red de contactos

Cuando se es creativo podemos echar mano de nuestros conocidos, colegas, compañeros, etc., para hacernos de nuevas ideas, la diversidad siempre enriquece y fomenta la creatividad.

- Experimentar

Las personas creativas observan el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar, para desarrollar esta habilidad se deberá seguir trabajando en un problema, ajustando y replanteando las ideas hasta que se localice una solución.

Hay numerosas investigaciones que respaldan la noción de que existen varios tipos de habilidades creativas que se pueden practicar para desarrollar y mejorar la creatividad. A continuación, te mencionaré algunas de ellas:

Fluidez: La fluidez se refiere a la capacidad de generar una gran cantidad

de ideas. La investigación ha demostrado que practicar técnicas de generación de ideas, como el brainstorming, el pensamiento lateral o la asociación libre, puede aumentar la fluidez y la capacidad de generar ideas originales.

2.1.2 Caracterización de los estudiantes de la FCA

Para poder determinar por carrera, la necesidad de la creatividad, se enlistan los conocimientos y atributos que se aplicarán en la praxis. Esto según el perfil del egresado.

Esta información se obtuvo directamente de la página de la Facultad, donde está un apartado que menciona los programas de cada una de las carreras. A continuación se nombran las características de cada una de las carreras que oferta la FCA.

Contador

Usar y aplicar la tecnología con un enfoque internacional en un ámbito competitivo y ético.

Desarrollar habilidades para la aplicación de costos, finanzas, sistemas, auditoría, contabilidad financiera y administrativa y control fiscal.

Dirigir negocios a través de una correcta planeación, organización y control de los recursos con los que cuenta la organización.

Asesorar a personas físicas y morales en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Negociar y guiar a los equipos de trabajo hacia la consecución de los objetivos organizacionales.

Ser líder para emprender nuevos proyectos de negocios

Actuaría

Diseñar productos de seguro de vida, personas y daños

Diseñar planes de pensiones y jubilaciones

Investigar la aceptación o demanda de un producto en el mercado.

Diseñar sistemas de crédito

Reestructurar la seguridad social al manejar fondos de retiro programados y rentas vitalicias

Proponer y evaluar modelos de pronóstico, así como indicadores sobre los movimientos de población en los aspectos de natalidad, mortalidad y migración, considerando causas y efectos económicos, políticos y sociales

Realizar estudios económico-financieros

Elaborar programas de producción, minimizando costos y maximizando utilidades

Optimizar inventarios

Administrar recursos humanos, materiales y/o financieros

Realizar proyectos de inversión para la elaboración de presupuestos

Tomar decisiones acertadas bajo situaciones de incertidumbre

Capacidad de desempeñarse en cualquier tipo de organización.

Capacidad de aplicar el proceso administrativo de planeación, organización, dirección y control, para de diseñar, implementar y evaluar planes estratégicos.

Capacidad de optimizar la rentabilidad y funcionamiento armónico de los factores de una organización; humanos, financieros, tecnológicos, de

mercado y de conocimiento, para la toma de decisiones.

Administración

Capacidad de alcanzar los objetivos trazados por la organización,

Dirección de negocios a través de una correcta planeación, organización y control de los recursos

Uso y aplicación de la tecnología

Aplicación de métodos cuantitativos y cualitativos para el diagnóstico y solución de problemas organizacionales

Elaboración de proyectos de emprendedurismo

Elaboración de proyectos de trabajo y de investigación

Capacidad para asumir riesgos en la toma de decisiones

Habilidad para negociar y guiar a los equipos de trabajo hacia la consecución de los objetivos organizacionales

Liderazgo para emprender nuevas opciones de trabajo

Trabajo en equipo multidisciplinarios e interdisciplinarios

Habilidades para el análisis de las situaciones administrativas y económicas del país y del mundo

Administración Financiera

Elaboración de estrategias económico financieras

Facultad de análisis para poder predecir los resultados de los cambios en las variables económicas y financieras del país y las organizaciones

Facultad para ofrecer consultoría, asesoría, información financiera, reportes contables e informáticos, con expertise en las áreas bursátil, bancaria, corporativa y gubernamental.

Gestionar, obtener y destinar de los fondos, activos y pasivos que un individuo u organización

Valida propuestas y argumentos de los análisis cuantitativos y cualitativos que apoyen la realidad regional, nacional e internacional.

Economía Empresarial

Analizar el entorno y seleccionar variables que incidan en el objeto de estudio.

Manejar paquetes de software básicos con la finalidad de poder entregar informes, escritos, registrar bases de datos y realizar análisis de estadística descriptiva e inferencia.

Preparar presentaciones profesionales sobre reportes, análisis, etc.

Sistematizar, clasificar y codificar información socio-económica.

Aplicar principios y técnicas de estadística descriptiva y probabilidad a problemas económicos.

Realizar ejercicios de Prospectiva y Planeación eficaces.

Hacer inferencia estadística con el objeto de hacer análisis económico en materia de prueba de hipótesis, tales como prueba de medias, Chi cuadrada y anova.

Dominar y aplicar los conocimientos de econometría a problemas y análisis económicos con la finalidad de descubrir la relación entre variables y/o hacer pronósticos.

Aplicar e interpretar los resultados de inferencia estadística con la finalidad de generar propuestas para resolver problemas económicos.

Desarrollar análisis en materia de Prospectiva y Planeación.

Realizar proyecciones financieras.

Realizar análisis económico de la oferta y demanda de productos y servicios.

Realizar análisis económico del funcionamiento interno de una organización privada o pública, así como del entorno en que se desenvuelve.

Interpretar y evaluar aspectos macroeconómicos, así como su influencia en las organizaciones privadas y públicas.

Interpretar y evaluar la economía mundial con la finalidad de conocer y pronosticar sus efectos sobre la macroeconomía y microeconomía nacional.

Asesorar a empresas en el diseño e implementación de sus estructuras organizacionales, pronósticos financieros y estrategias de operación.

Realizar estudios de mercado para instituciones y organizaciones.

Analizar el impacto económico de las leyes en materia ambiental.

Desarrollar pensamiento creativo, crítico y reflexivo, así como el uso de nuevas tecnologías.

Generar nuevas habilidades intelectuales que le permitan aprender a aprender, generar investigación y/o desarrollo.

Desarrollar una actitud emprendedora, con iniciativa, creativa e innovadora.

Capacidad de liderazgo, de adaptación al trabajo en equipo, en grupos interdisciplinarios y resolución de problemas económicos en cualquier organización.

Gestión y desarrollo de empresas sociales

Capacidad de articular y movilizar condiciones intelectuales y emocionales en términos de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas, necesarias para el desempeño de una determinada función o actividad, de manera eficiente, eficaz y creativa, conforme a la naturaleza del trabajo.

Turismo cultural y natural

Reconocerá fortalezas y debilidades en su campo de estudio y operación para generar soluciones considerables a los diversos contextos personales, colectivos, económico-ecológicos y culturales del país y la región turística y gastronómica que se trate.

Promoverá el conocimiento y la divulgación del turismo cultural y natural.

Desarrollará la planeación y programación cultural estratégica para disponer de los bienes y servicios turísticos.

Desarrollará habilidades personales en iniciativas y trabajo de colaboración con una perspectiva emprendedora sobre el desarrollo de nuevos productos, bienes y servicios.

Contribuirá críticamente a la interpretación y mejora tanto de la percepción como de los productos de las realidades de su disciplina.

Identificará áreas de oportunidad y amenazas al patrimonio cultural y natural para destrabar el flujo del desarrollo comunitario al tiempo que se aliente y sostenga el compromiso social.

Dispondrá de los criterios personales formados en su desempeño académico para la puesta en operación del quehacer profesional al servicio colectivo de la gestión del turismo cultural y natural.

Implementará criterios y prácticas para el fomento de una cultura creciente del visitador y los correspondientes beneficios para las localidades receptoras.

Negocios y Comercio Internacional

Deduce y sintetiza información con base en métodos cuantitativos y cualitativos.

Relaciona, comprende y expresa ideas de manera apropiada.

Hace uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación de acuerdo al contexto.

Toma decisiones con base en el razonamiento lógico y herramientas numéricas, buen manejo de fórmulas, resolución de operaciones y planteamientos matemáticos.

Define y establece objetivos organizacionales con visión internacional, para concretar negocios respetando la libertad y diversidad de los actores involucrados.

Planea estratégicamente, investiga y analiza estudios de mercado y estados financieros.

Desarrolla nuevos negocios y modelos de negocio, con base en el conocimiento de la política e instrumentos de comercio exterior, así como de estructuras comerciales de diferentes países.

Soluciona problemas específicos de empresas del mercado global, diseñando y desarrollando estrategias de logística y de comercio que respeten los tratados y la operación aduanera.

Negocia de manera eficiente las diferentes oportunidades en los mercados internacionales, para favorecer el aprovechamiento de los recursos organizacionales al menor costo.

Negocios Turísticos

Capacidad de análisis y síntesis, la toma de decisiones, habilidades para la investigación, capacidades individuales y destrezas sociales, habilidades gerenciales y las habilidades para comunicarse en un segundo idioma.

Diseño de estrategias, procesos, optimización de recursos y cumplimiento de objetivos.

Estructurar planes estratégicos en empresas y organismos turísticos, alineados a la filosofía organizacional y con base en los recursos existentes.

Administrar la operación de servicios turísticos, mediante la implementación de procesos y estándares de calidad.

Controlar procesos a través de sistemas de evaluación y el análisis de indicadores para la toma de decisiones, orientadas a la mejora continua de

las organizaciones turísticas.

Desarrollar proyectos turísticos dentro del marco de la sustentabilidad, impulsando el trabajo en redes sociales, a partir de las características y necesidades de la región y de las organizaciones.

Diseñar productos turísticos con base en las necesidades del mercado, los recursos internos disponibles y los factores externos que contribuyan a la rentabilidad de las empresas.

<https://fca.uaq.mx/index.php/programas>

2.1.3 Investigaciones relacionadas con el tema

En épocas tan cambiantes como esta, el mercado laboral se está volviendo cada vez más exigente y busca personal calificado en aspectos vinculados al conocimiento, la tecnología, con habilidades técnicas y creativas.

Según un estudio del Instituto McKinsey (Lund et al., 2021), los salarios están relacionados con las habilidades sociales, emocionales, y tecnológicas.

En este entorno de retos es necesario que las universidades juegan un papel muy importante y se requiere que se alineen al entorno demandante de gente creativa, en la que sepa resolver y crear. Las organizaciones públicas como las privadas, requieren gente que sepa improvisar con lo que tiene y que sepan adaptarse.

A nivel internacional, el proyecto de la OCDE Ambientes Innovadores de Aprendizaje (ILE por sus siglas en inglés) se ha buscado material para mejorar el aprendizaje, para ello publicó el libro La Naturaleza del aprendizaje: investigación para inspirar la práctica, basado en hallazgos de la investigación

sobre diferentes aspectos del aprendizaje y sus aplicaciones y es una base de conocimiento poderosa para el diseño de ambientes de aprendizaje para el siglo XXI.

Enfoques basados en la investigación Los estudiantes necesitan oportunidades para desarrollar habilidades cognitivas de orden superior. Un contexto importante para hacer esto es a través de enfoques basados en la investigación en proyectos complejos, proyectos significativos que necesitan un compromiso sostenido, colaboración, investigación, gestión de recursos, y desarrollo de un desempeño o producto ambicioso. Los enfoques relevantes incluyen:

- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje basado en problemas

(ibídem)

- **Instituciones representativas de la Creatividad en LATAM**

La FCA puede tomar como referencia instituciones que cuenten con experiencia aplicando modelos que fomenten la creatividad con resultados favorables.

En los últimos años, las universidades que enfatizan la creatividad han implementado diversas mejoras en sus programas para fomentar y desarrollar esta habilidad entre los estudiantes. Algunas de estas mejoras incluyen:

1. Espacios creativos, donde se fomenta el arte, laboratorios de diseño, salas de Marketplace y otros entornos que permitan la inspiración.
2. Cursos y programas específicos: Las universidades han introducido

cursos y programas académicos diseñados para promover la creatividad en diferentes disciplinas. Estos programas pueden incluir cursos de escritura creativa, arte y diseño, música, teatro, cine, emprendimiento y resolución de problemas, entre otros. Además, algunas universidades ofrecen programas interdisciplinarios que combinan diversas áreas de estudio para fomentar la colaboración y la generación de ideas innovadoras.

3. Métodos de enseñanza innovadores: Las universidades han adoptado enfoques de enseñanza más creativos para involucrar a los estudiantes en el proceso de aprendizaje. Esto puede incluir métodos como el aprendizaje basado en proyectos, el uso de tecnología interactiva, la colaboración en equipos multidisciplinarios y el fomento del pensamiento crítico y la resolución de problemas.

4. Eventos y actividades extracurriculares: Las universidades organizan una variedad de eventos y actividades extracurriculares que fomentan la creatividad, como concursos de emprendimiento, exposiciones, presentaciones y conferencias de expertos en campos creativos. Estas oportunidades permiten a los estudiantes mostrar y desarrollar sus habilidades creativas en un entorno más amplio.

5. Colaboración con la industria y profesionales creativos: Muchas universidades establecen alianzas y colaboraciones con la industria y profesionales creativos para brindar a los estudiantes la oportunidad de interactuar con expertos del campo. Esto puede incluir programas de pasantías, conferencias y charlas de invitados, mentorías y proyectos conjuntos con empresas o instituciones culturales. Estas conexiones con el mundo real proporcionan a los estudiantes una perspectiva práctica y les ayudan a desarrollar habilidades relevantes para el campo creativo.

En general, las universidades están reconociendo cada vez más la importancia de fomentar la creatividad en sus programas académicos.

Un caso real que podemos mencionar sería El Master Internacional de Creatividad Aplicada Total, cuenta con un promedio anual de 40 alumnos. Maneja un nivel de interés y satisfacción personal y profesional por encima de 8 puntos, en una escala de 0 a 10. Los alumnos desarrollan acciones, programas y cursos en sus países, siguiendo los aprendizajes del micat.

Se realizó un evento panamericano de creatividad y juegos en empresa, celebrado en Belo Horizonte, Brasil, organizado por la Consultora María Rita Gramigna, alumna del micat, donde participaron como ponentes 25 personas del micat, entre alumnos y profesores.

Así mismo en la Universidad de Cuyo, en Mendoza, Argentina, la cual cuenta con diez alumnos del micat, está desarrollando la especialización en Creatividad y Expresión, e imparten seminarios de creatividad en casi todas las carreras. Otro ejemplo es la FAAP, de Sao Paulo, Brasil, con profesores que se han formado en el micat de la Universidad de Santiago de Compostela.

No se puede dejar de mencionar científicos cubanos como Albertina Mitjans Martínez, América, González, Alicia Minujín Zmud, Martha, Martínez Llantada, Fernando González Rey, Lizardo García Ramís, Felipe Chibás Ortiz, Gerardo Borroto Carmona, Wildo Baró Baró quienes se han dedicado a la investigación de la creatividad y han aportado investigaciones significativas en esta rama.

Existe un Master Internacional de Creatividad Aplicada Total, el Proyecto

Educrea, la Universidad de Santiago de Compostela se convierte en centro de referencia obligada de la creatividad iberoamericana, un equipo de más de 50 expertos en creatividad.

Ejemplos de instituciones con estudios en creatividad de manera profesional en México, podemos citar al Centro de Estudios e Investigaciones de Creatividad Aplicada Guadalajara, Jalisco, en la cual se imparte el Diplomado de Creatividad en la Educación surge en 1995, la cual está consciente de que la educación no solo depende de cambios organizativos y curriculares, o de apoyos económicos y técnicos, sino de una cultura e integración de una escuela inclusiva que responda a las necesidades educativas de todos los alumnos. En este proyecto hubo que enfrentar problemáticas como las dificultades de aprendizaje por carencia o falta de empleo de habilidades de pensamiento creativo y reflexivo.

En el diplomado tenía como objetivo preparar profesionales competentes que realizaran cambios innovadores y creativos en el aspecto educativo y que logaran romper barreras psicológicas tanto mentales como emocionales.

La Creatividad requisito de las organizaciones

Las organizaciones buscan la originalidad, la innovación y ante este imperativo se potencia la iniciativa de favorecer la libre expresión.

En la antigüedad, los artesanos constituían un gremio muy respetado y valioso, posteriormente la civilización avanzó y en las escuelas se daba el aprendizaje que permitía a las personas formar parte de un gremio con mayor reconocimiento y prestigio, esto crea la profesionalización de los haceres.

Existen varias causas por las que las empresas no invierten en la

creatividad, a pesar de todo lo mencionado y favorable del tema. Algunas de estas son:

El miedo al fracaso: Esto porque muchas veces los errores conllevan tiempo y altos costos así que se decide no invertir, en realidad las empresas deberían considerar parte de su presupuesto, pero esto no es así. Es un hecho que no todas las ideas son exitosas.

Automatización: Esto trae como consecuencia que los procesos sean muy sólidos y automatizados, de esta manera no se puede dar pie a nuevas ideas o a la mejora y hace que los empleados se desmotiven, además genera rutina, esto hace que los empleados caigan en su zona de confort ya que todo se hace siempre igual.

La falta de tiempo: Cuando los empleados están saturados de trabajo, con múltiples actividades hacen que el personal esté estresado, esta situación inhibe la creación de ideas.

A este respecto Henri Poincaré, prestigioso polímata dice que "Inventar consiste precisamente en no construir combinaciones inútiles sino en construir sólo las que pueden ser útiles, que no son más que una ínfima minoría. Inventar es discernir, es elegir".

En el estudio realizado por Ernst & Young en 2010 cuyo título es Connecting Innovation to Profit, subraya que las empresas que incentivan la creatividad, tienen mejores resultados. Las empresas deben elaborar planes con gente que vaya un paso más adelante y logre ser original.

Otro estudio que menciona la importancia de la creatividad en las organizaciones es The IBM CEO Survey, donde se les preguntó a más de mil

quinientos ejecutivos de alta dirección de mas de 55 países, de diferentes giros donde mencionan la integridad, la visión y la gestión son capacidades que son muy importantes en el liderazgo, pero que la creatividad juega un papel prioritario.

2.1.4 Marco Conceptual

Para poder estudiar la viabilidad, factibilidad y conveniencia de introducir la creatividad en la FCA habría que desarrollar un plan.

Plan: Es la parte que permite considerar las acciones que permitan lograr un fin o un propósito. Esto permite contar con una mayor certidumbre a la hora de ejecutar lo que se plantea. De esta manera podemos definir lo que se espera en un futuro a corto, mediano o largo plazo.

Hay que plantear con precisión lo que se requiere, considerando tiempos, costos, nivel de calidad, y todas las posibles variables que se requieran para cumplir el objetivo.

Según Rodríguez Cairo, Boa García y Cárdenas Lucero un plan se define como un documento que constituye un instrumento de la planificación del carácter orientador en el que se precisan los grandes objetivos generales y metas a obtener, así como las acciones para su ejecución.

Para planificar es necesario analizar las distintas variables que nos van a permitir llegar al objetivo como lo son los recursos financieros, humanos, técnicos y materiales.

Plan estratégico: Es indispensable desarrollar un plan en cualquier aspecto de nuestra vida, y aún más en el aspecto profesional e institucional. Esto permite tener una visión más amplia y tomar decisiones después de haber

contemplado varios escenarios y considerar varias acciones para contrarrestarlos. Esto permite tener una mayor ventaja y no improvisar corriendo el riesgo de que las cosas salgan mal. Permite tener varias alternativas favoreciendo a la estadística en incurrir en menor número de errores.

“Al generar la idea de negocios, se inicia por conformar un plan de negocios estratégico, que es la base para determinar programas, proyectos, funciones y actividades o tareas” (Cipriano Luna González A., 2016, s.p.).

Henry Mintzberg (1992) cita cinco posibles dimensiones de la planeación estratégica para hacer negocios, Arnoldo Hax (1994), analizó seis de ellas y Alberto Pena añade algunas nuevas y las eleva a ocho.

1. Estrategia como anticipación
2. Estrategia como decisión
3. Estrategia como método
4. Estrategia como posición y como ventaja
5. Estrategia como marco de referencia
6. Estrategia como perspectiva y como visión
7. Estrategia como discusión lógica de acción
8. Estrategia como relación con el entorno.

Proyecto: En el presente documento se pretende elaborar un proyecto como posible alternativa de solución para que los alumnos de la FCA cuenten con una metodología y un abanico de opciones para ser más creativos.

“Se entiende como el esfuerzo organizado y enfocado a cumplir las actividades operativas mediante la materialización y ejecución de los programas y planes. Los proyectos pueden tratarse de uno o varios que forman el programa según se trate. Por último, están las funciones y tareas que deberán llevarse a cabo para que el proyecto se desarrolle, así como el programa y el plan” (Cipriano Luna González, A. (2016,s.p.).

Creatividad: “Es la facultad de crear, de hacer, nacer o darle vida a algo, en sentido figurado. Me gusta especialmente esta definición, ya que nos habla de algo que empieza a ser y que a partir de ese momento puede ser prolijado por uno o por un ciento, ramificándose, echando retoños... cayendo incluso en el olvido, aunque ya nada será igual que antes.” (Senén Barro Ameneiro Santiago de Compostela, marzo de 2018, s.p.)

“En primer lugar, la palabra crear se refiere a buscar intencionalmente, encontrar y mostrar algo antes no conocido, una novedad sea física o intelectual... Cualquier trabajo, bien sea en un negocio, o bien en una profesión, puede y merece ser creativo; todo progreso humano procede de la creatividad y, a su nivel, las empresas son bien conscientes de ello.” Trillas, E. (2018). El desafío de la creatividad. Murcia, Spain: Universidad de Santiago de Compostela.

La palabra creatividad deriva del latín creare que significa dar origen a algo nuevo, hacer algo que aún no existe. Esto puede emplearse para dar solución a algo, para crear alternativas y es una herramienta muy necesaria en cualquier ámbito.

“Es un proceso de pensamiento estratégico que se utiliza para descubrir nuevas ideas o nuevas asociaciones entre ideas existentes y que se

alimentan de la reflexión constante e inconstante. Hasta el siglo XX se pensaba que la creatividad era un don, una potencialidad, inherente a unos cuantos y no algo que todos logramos aprender y adoptar. Fue Alex Osborn quien ubicó la creatividad como ciencia aplicada y consecuentemente, en algo útil para los negocios.” (Cipriano Luna González, A.,2016, s.p.).

Dice Gutiérrez Colmener que son 7 variables las que suelen utilizarse para medir la intensidad de la capacidad creativa: la fluidez, la flexibilidad, la elaboración, la originalidad, la motivación, la tolerancia a la ambigüedad y la perseverancia.

Es indispensable contar con fuentes de información, misma que genera conocimiento al ser cruzada en ideas y genera alternativas.

Educación y creatividad: Gutiérrez Colmener sugiere que es necesario tener una actitud abierta, quitar prejuicios para no limitarse, ser observador, ser neutral y no ser tan radical, ser valiente y alimentar la curiosidad.

Ya lo decía Erich Fromm, “los seres humanos sentimos un deseo inherente y profundamente arraigado de ser: expresar nuestras facultades, ser activos, relacionarnos con otros, escapar de la prisión del egoísmo”.

Rainer Funk retoma las notas de Fromm sobre la creatividad vinculada a la productividad.

Sociedad del Conocimiento: Este término se ha ido fortaleciendo en la discusión actual en aspectos inherentes a las ciencias sociales.

“Se trata de un concepto que aparentemente resume las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna y sirve para el análisis de estas transformaciones. Al mismo tiempo, ofrece una visión del

futuro para guiar normativamente las acciones políticas.” (Karsten Krüger, 2006,s.p.)

Pedagogía. Es la capacidad para enseñar o educar, es la práctica educativa o de enseñanza según la RAE

Es una ciencia de la educación que no puede ir sola, es multidisciplinar y se adapta al sujeto social al cual va dirigida.

Parte fundamental de la pedagogía es reflexionar y permitir la apropiación de los saberes, desde el punto de vista del aprendizaje, como de la enseñanza y gracias a eso se complementan.

Es fundamental que el profesor genere ambientes de investigación y propicie ideas, concepciones y permita quitar paradigmas.

Pensamiento crítico Este término se le atribuye a Dewey

“La mera sucesión de ideas o sugerencias constituye el pensamiento, pero no el pensamiento reflexivo, no la observación y el pensamiento dirigidos a una conclusión aceptable.” Dewey: (2007:62)

Varios autores como Ennis, Elder y Facione (2007) concuerdan en que hay que alentar el pensamiento crítico en la actualidad para evitar la manipulación y explotación y generar pensamientos que elaboren filtros y que cuestionen.

Es fundamental que los docentes promuevan el “aprender a aprender”. No se trata sólo de adquirir el conocimiento ya elaborado sino de construir formas para aplicar este conocimiento en distintos ámbitos.

Pensamiento reflexivo: “Es la consideración activa, persistente y cuidadosa de una creencia o forma supuesta de conocimiento a la luz de los

fundamentos que la apoya y de las conclusiones a las que tiende.” Dewey (2007), s.p.

“Un pensamiento razonado y reflexivo, orientado a una decisión de que creer o hacer” (Norris, 1989, citado por Boisvert, 2004).

Paul (1992), lo entiende mejor como la habilidad de los sujetos para hacerse cargo de su propio pensamiento.

Lonergan (López, 1998), destaca que los tres primeros niveles de la estructura dinámica del conocimiento humano son: atender, entender y juzgar, enmarcando al pensamiento crítico en aquel tercer nivel.

Existen ciertas características del pensamiento crítico, como son:

- Analizar el valor de una afirmación.
- Clasificar y categorizar.
- Desarrollar conceptos.
- Formular explicaciones.
- Dar razones.
- Buscar falacias.
- Resolver problemas

Estrategia didáctica, también llamada metodología articulada

Para Tobón (2010) son “un conjunto de acciones que se proyectan y se ponen en marcha de forma ordenada para alcanzar un determinado propósito”

En el campo pedagógico especifica que se trata de un “plan de acción que pone en marcha el docente para lograr los aprendizajes” (Tobón, 2010: 246).

Díaz Barriga (2010) dice que para enriquecer el proceso educativo, las estrategias de enseñanza y las estrategias de aprendizaje se complementan. Señala que las estrategias de enseñanza son “procedimientos que se utilizan en forma reflexible y flexible para promover el logro de aprendizajes significativos”

Las estrategias didácticas como elemento de reflexión para la propia actividad docente ofrecen grandes posibilidades y expectativas de mejorar la práctica educativa.

Creatividad viable: Carrasquilla:2006, dice que para lograr que ésta tenga su propia dinámica es necesario utilizarla dentro de una metodología articulada. Esto permitirá que los integrantes exploren y lleguen a un consenso donde los actores del proceso educativo, donde se intercambien ideas, propias del interés colectivo, siendo este un componente esencial sobre un tema y se pueda lograr el aprendizaje significativo. En este trabajo académico se logra conformar el trabajo colaborativo, que da vida a una formación social.

Creatividad viable: Carrasquilla:2006, dice que para lograr que ésta tenga su propia dinámica es necesario utilizarla dentro de una metodología articulada. Esto permitirá que los integrantes exploren y lleguen a un consenso donde los actores del proceso educativo, donde se intercambien ideas, propias del interés colectivo, siendo este un componente esencial sobre un tema y se pueda lograr el aprendizaje significativo. En este trabajo académico se logra conformar el trabajo colaborativo, que da vida a una

formación social.

3. CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN

3.1 Antecedentes de la FCA

A fines del año 50 el Gobernador de Querétaro en aquel entonces, Dr. Octavio S. Mondragón, inicia el plan de crear la Universidad Autónoma de Querétaro.

A principios de 1951 se iniciaron las clases contando con la escuela Preparatoria, la escuela de Derecho y la escuela de Ingeniería.

La frase " Educo en la Verdad y en el honor " es acuñada en 1952 por el Dr. Vasconcelos, cuyo lema continúa hasta ahora.

La universidad continuó creando nuevas escuelas como la de Química, Enfermería, Bellas Artes y en 1954 la Escuela de Comercio, posteriormente nombrada Escuela de Contabilidad.

En 1967 inician los estudios en la escuela de Psicología, en 1971 se funda la escuela de idiomas, en 1975 inician los primeros posgrados en 1978 se funda la escuela de Medicina, en 1979 se funda la escuela de Bachilleres en 1984 la escuela de Sociología, en 1985 la escuela de Veterinaria y Zootecnia, en 1987 la escuela de Informática y Filosofía.

En 1981 dan inicio estudios en varios centros de investigación como lo son el Centro de Estudios Académicos sobre Contaminación Ambiental (CEACA-UAQ), el Centro de Investigaciones y Estudios- Históricos (CIEH-UAQ) y Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS-UAQ), Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios (CELL-UAQ) y Centro de Investigaciones y Estudios Antropológicos.

Esta institución se ha ocupado en la difusión de la cultura, mediante un programa editorial, la radiodifusión, la extensión académica, el servicio social, los servicios bibliotecarios y deportivos y otras muchas acciones universitarias.

La facultad de Contaduría y Administración hoy día ofrece 9 carreras: La Licenciatura en Administración, Contador Público, Licenciatura en Actuaría, Licenciatura en Administración Financiera, Licenciatura en Economía Empresarial, Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Empresas Sociales, Licenciatura en Gestión del Turismo Cultural y Natural, Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional y Licenciatura en Negocios Turísticos.

También ofrece 6 maestrías: Maestría en Administración, Maestría en Ciencias Económico Administrativas, Maestría en Gestión de la Tecnología, Maestría en Gestión e Innovación Pública, Maestría en Impuestos y Maestría en Negocios y Comercio Internacional.

A su vez cuenta con 3 Doctorados: En Administración, en Ciencias Económico-Administrativas y en Gestión Tecnológica e Innovación.

Sus servicios se imparten en 5 cedes: La capital de Querétaro, San Juan del Río, Cadereyta, Amealco y Jalpan.

3.2 Población

Para efectos de este documento se considerará a los estudiantes de la FCA nivel licenciatura. Este proyecto o plan está encaminado a la FCA de campus centro histórico como prueba piloto y si tiene éxito, podría aplicar en otros campus y en niveles más avanzados.

La población del periodo comprendido al segundo periodo del 2022 es de 4,019 estudiantes. De acuerdo con los datos de la presentación del director de la FCA a los estudiantes de nuevo ingreso en Julio del 2022.

3.2.1 Características de ingreso

El perfil de ingreso es de acuerdo a cada facultad, cada una define las características propias de los estudiantes, cada una con sus especificaciones.

Todos los que ingresen deben contar con el Bachillerato terminado y ciertas competencias de acuerdo a la carrera a la cual se desee ingresar.

3.3 Políticas

El reglamento de los estudiantes es el mismo para todas las Facultades.

3.4 Objetivos

- ***Funciones y obligaciones de las facultades***

De acuerdo al Estatuto Orgánico de la Universidad Autónoma de Querétaro, se establece en el ARTÍCULO 6. La facultad y responsabilidad de gobernarse a sí misma, comprende el respeto a las diversas ideologías que en la Universidad convergen, utilizando los recursos humanos, materiales y financieros disponibles en forma transparente, democrática, responsable y honesta.

Las tareas sustantivas de la Universidad a las que se refiere el artículo 6 de la Ley, recaen directamente en las Facultades, Escuelas e Institutos, las que tienen las facultades y obligaciones que la legislación establece.” (ARTÍCULO 171. Del Estatuto Orgánico de la Universidad Autónoma de Querétaro)

Para poder realizar cambios en los programas académicos hay una necesidad de conocer cuales son los objetivos y la filosofía organizacional de la FCA.

3.5 Misión

La Facultad de Contaduría y Administración está enfocada a la formación integral de personas, para generar, aplicar y difundir conocimientos en las áreas económico administrativas y de negocios, con orientación humanista, equidad de género y respeto a los derechos humanos, mediante la aplicación de programas educativos congruentes con la realidad del entorno económico, político y social; para lograrlo, incorpora el modelo educativo institucional, promoviendo la investigación científica, la innovación tecnológica, la difusión, la vinculación y la interdisciplinariedad, para procurar el liderazgo, la competitividad y el compromiso social; proporcionando un espacio de reflexión libre a la discusión de ideas en un mundo globalizado y en la búsqueda del desarrollo sustentable, tomando como base valores y principios universalmente aceptados.

3.6 Visión

Ser una unidad académica de nivel superior reconocida dentro de las mejores del país, vinculada con los sectores de la sociedad, a través de programas educativos permanentemente actualizados y acreditados que buscan el desarrollo humano y el cumplimiento de las funciones sustantivas, para generar y transmitir el conocimiento, la cultura y las artes con el trabajo y participación de sus docentes y Cuerpos Académicos, y con ello satisfacer la demanda de profesionistas formados en valores, actitudes, aptitudes, capacidades, habilidades y conocimientos que crezcan y propicien el

desarrollo de la sociedad

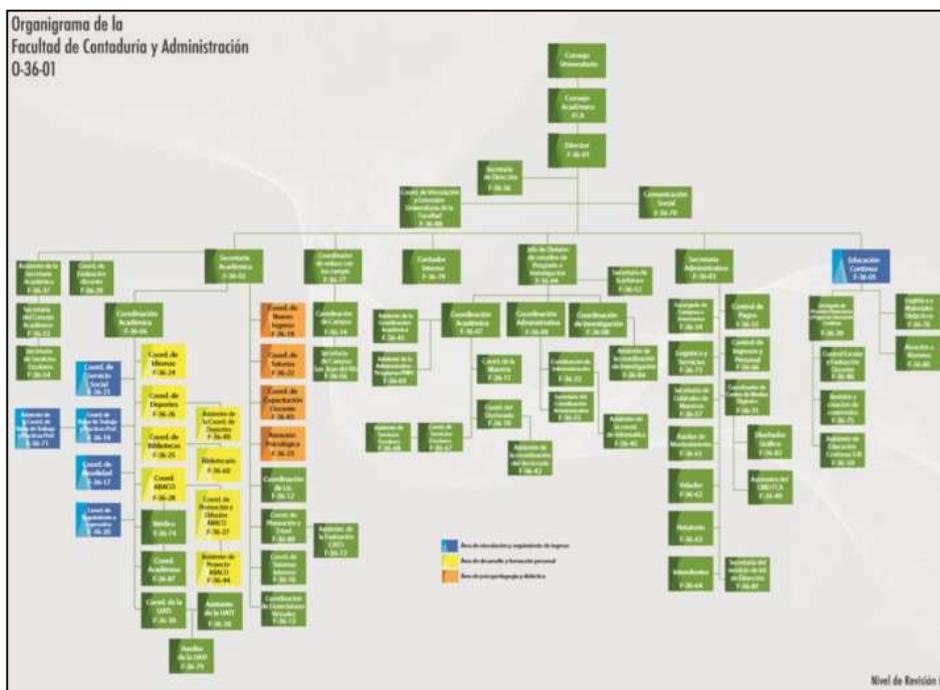
3.7 Estrategia

La FCA tiene una planificación didáctica, de acuerdo a esa base, los docentes imparten sus clases tomando ese parámetro como referencia.

3.8 Estructura Organizacional

Figura 4

Organigrama de FCA (2022)



Fuente: <https://fca.uaq.mx/index.php/conocenos/organigrama>

El consejo universitario es la máxima autoridad de la institución. El consejo académico de la FCA acata las ordenes de consejo universitario, por lo que la dirección se acoge a estas disposiciones.

De la Dirección dependen los coordinadores de cada carrera, así como la secretaria académica quien se encarga de los asuntos relacionados entre maestros y alumnos con respecto a la situación académica. Dicha secretaría

también se encarga de coordinar todo lo relacionado a alumnos de nuevo ingreso, tutorías, servicio médico capacitación docente, atención psicológica a los alumnos, coordina al área de idiomas, deportes, bibliotecas, unidad de atención tecnológica e informática y el proyecto ABACO, que fomenta las competencias transversales como cultura, arte y comunicación.

Figura 5

Proyecto ABACO 2022

PRIMER NIVEL	SEGUNDO NIVEL
Teatro	Práctica escénica
Danza	Experimentación coreográfica
Música	Integración musical
Expresión Verbal	Práctica discursiva
Fotografía	Aplicación práctica fotográfica
Cine contemporáneo	Experimentación visual
Procesos creativos	Proyecto creativo

Fuente: <https://fca.uaq.mx/index.php/alumnos/abaco>

Como se aprecia en la figura 5 durante el primer nivel se desarrollan procesos creativos y en el segundo un proyecto creativo.

Por otro lado, la Dirección también tiene bajo su responsabilidad la comunicación social que es la encargada de los medios y brindar atención en las aulas sobre cuestiones de tecnología.

Otra área que se desprende de la Dirección es la de educación continua, quien ofrece distintos cursos de actualización y diplomados de toda índole

relacionada a los negocios.

Por último y no menos importante es la división de la coordinación de los campus donde tiene presencia la FCA, así como un secretario Administrativo.

4. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Justificación

En aras de mantener un espacio educativo apegado a las demandas sociales como son la innovación, la productividad y la competitividad, es necesario formar a los estudiantes con competencias creativas.

La creatividad es una necesidad tanto para un alumno como para un egresado, ya que es fundamental para la toma de decisiones, realización de negocios, formulación de proyectos innovadores y generación de ideas en general.

Es una habilidad que combina información para generar inventiva que funcione y sea de utilidad en cualquier aspecto profesional.

Es importante que las instituciones favorezcan esta capacidad en sus alumnos para hacer frente a los posibles problemas a los que se puedan enfrentar en el mundo laboral.

Cubriendo este aspecto las instituciones pueden propiciar en los alumnos pensamientos innovadores y no depender tanto de lo ya establecido, sino que se den permiso de experimentar sin usar modelos o metodologías copiadas sin agregar valor.

Es imperante que los alumnos cuenten con herramientas que propicien la habilidad creativa y que la FCA estimule estas habilidades blandas

La educación estimula el pensamiento creativo y el desarrollo de habilidades cognitivas en todos los niveles. (Coral, 2012)

En el campo educativo se deben establecer procesos de pensamiento que mejoren el conocimiento y los procesos cognitivos para aplicarlos en la toma de decisiones, solución de problemas, fortalecimiento del razonamiento, etc.

Diversos estudios demuestran que esto mejora la lecto-escritura, operaciones lógicas, capacidad de adaptación y estimula el pensamiento crítico. Pedagogía de la Creatividad (Sefchowich, 1985)

Por su parte, Gardner (2010) ha defendido el papel crucial de la creatividad como una de las cinco habilidades cognitivas que los líderes del futuro deben tratar de cultivar.

La creatividad es un recurso increíble, continuo y en constante transformación (Balonas, 2020).

4.2 Planteamiento del problema

Las clases no están propiciando la aportación de ideas originales de los estudiantes de la FCA.

La oferta educativa actual, no incorpora la capacidad de formación de habilidades creativas de los estudiantes

Es importante que las entidades académicas de nivel superior consideren los retos que las organizaciones deben afrontar, y las entidades académicas de nivel superior de preparen profesionales aptos para aportar soluciones y resolver cualquier problema que se les presente.

Hay que plantearse si la FCA presenta una oferta de estudios orientada al ejercicio de la creatividad aplicada, ¿Cuáles son las competencias de sus egresados?

El presente documento plantea hacer una revisión de la creatividad, con particular atención a su utilidad y relevancia en el ámbito profesional y académico y observar si la demanda de las organizaciones requiere profesionistas están alieneados con los requisitos de las necesidades sociales.

La creatividad juega un papel preponderante para la toma de decisiones, generador de ideas, solución de problemas y brinda herramientas para hacer frente a un entorno cambiante y cada vez más demandante y competitivo.

Para hacer una analogía de la conveniencia del presente documento se elaboró un FODA.

Tabla 1

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Activar el ingenio de los estudiantes</p> <p>Con la creatividad se promueve la imaginación para la solución de problemas reales en la organización.</p> <p>A través de la enseñanza crear el interés entre los maestros para que transmitan a los alumnos la necesidad de ser creativos en todos los aspectos de su</p>	<p>Situación actual de la mayor parte de las áreas de formación obligan a la creatividad y búsqueda de nuevas opciones.</p> <p>Necesidad de creatividad en el mercado laboral actual que exige nuevos cambios en todos los rubros de la formación académica.</p> <p>Uso de nuevas tecnologías tanto en la formación académica como en el</p>

formación.	mercado laboral
DEBILIDADES	AMENAZAS
Resistencia de los maestros a modificar los programas de estudio. Inercia de los docentes hacia la formación tradicional y conceptual sin dar apertura a nuevas formas de aprendizaje Resistencia de los alumnos a esforzarse y buscar nuevas formas o nuevos métodos	Que otras instituciones estén a la vanguardia y nuevas técnicas por lo que es necesario actualizar programas de estudio agregando temas relacionados a la creatividad. A través de las academias de cada tema

Fuente: Elaboración propia

4.2.1 Investigación Cualitativa

Para hacer una analogía de la conveniencia del presente documento se elaboró un FODA

Se realizó una investigación para analizar la pertinencia observando los planes de otras instituciones que presten servicio de educación y los resultados que se han alcanzado. El objetivo de esto es conocer la viabilidad de la aplicación de modelos que incentiven la creatividad.

Como afirma Pérez Lindo: “Estamos experimentando una mutación en el modo de producir y transmitir los conocimientos. Lo cual significa que debemos revisar al mismo tiempo los modelos epistemológicos, los

contenidos de las materias y los procesos de enseñanza-aprendizaje” (Pérez Lindo, 1998: 93).

Las universidades no son solo instituciones para acreditar una carrera, sino son centros de investigación e innovación

Algunos casos de éxito de universidades que lo han implementado son:

1. La universidad de los Andes (Colombia), la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad de Miami, el Tecnológico de Monterrey se unieron para crear la Maestría en Industrias Creativas.

“La idea es el darles una formalización completa a proyectos de las Industrias Creativas. Hay muchos emprendedores que quieren saber cómo innovar en estas industrias.”

2. Diego Zavala, diseñador de dicha maestría.

3. Kaospilot en Dinamarca,

4. Hyper Island en Suecia

5. Minerva en Estados Unidos

6. La universidad Torcuato Di Tella Dedicada a la educación superior incorpora en su programa de negocios un Laboratorio de creatividad

Son algunas de las más destacadas universidades disruptivas. Estos centros sustituyen los exámenes y las clases magistrales por un aprendizaje basado en la prueba –error y en la experiencia propia de cada alumno.

Las universidades no son solo instituciones para acreditar una carrera, sino son centros de investigación e innovación

4.2.2 Pregunta de investigación

¿Cómo se incorpora la capacidad de formación de habilidades Creativas en los estudiantes de la FCA?

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo General

Identificar la percepción en alumnos y ex alumnos de la FCA de la UA sobre la importancia de incorporar la capacidad de formación de habilidades creativas para su proyección profesional.

4.3.2 Objetivos Específicos:

- Describir la percepción sobre la importancia de incorporar la capacidad de formación de habilidades creativas para la proyección profesional
- Caracterizar las habilidades creativas en los estudiantes de la FCA
- Identificar la importancia de la creatividad para generar ideas dentro de las aulas.
- Proponer acciones para impulsar la creatividad de los alumnos de la FCA.
- Indagar instituciones que apliquen dicho conocimiento y sus resultados.

4.4 Definición del universo

Figura 6

Presentación. Fuente propia



De acuerdo con los datos de la presentación a los estudiantes de nuevo ingreso (31/07/22) y cuya población es de 4,019.00 estudiantes.

4.4.1 Tamaño y tipo de la muestra

De acuerdo a la fórmula estadística cuando se conoce el tamaño de la muestra, para sacar una población determinada, se obtiene lo siguiente: (población estudiantil actual 4,019)

Fórmula para cuando se conoce el tamaño de la población
$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$

N = 4,019 (POBLACIÓN ESTUDIANTIL ACTUAL)

Z = 1.96 (95% NIVEL DE CONFIANZA)

P = P PROPORCIÓN A FAVOR (50%)

Q = PROPORCIÓN EN CONTRA (50%)

E = ERROR ACEPTABLE (5%)

$$N = 4,019 * (1.96^2) * 0.5 * 0.5 / .05^2 * (4,019 - 1) + (1.96^2) * (0.5 * 0.5)$$

N = 351

El total de estudiantes de la FCA de la UAQ son más de 4019 De las 9 carreras se determinaría un muestreo considerando la población de cada carrera y en función de eso se saca la muestra aplicando la formula del universo finito.

4.5 Definición de variables

Sexo	Edad	¿Cuál es tu vínculo con FCA?	¿De qué licenciatura?	¿Consideras que la FCA ha propiciado el desarrollo de tu creatividad?	¿Qué tan creativa o sientes al cursar tus materias en FCA?	¿Dónde has desarrollado mas tu creatividad?	¿Qué grado de importancia le das a la creatividad en tu vida profesional?	¿Consideras que es importante la creatividad para mantener o generar negocios?	¿Consideras que un recién egresado debe contar con técnicas o metodologías de creatividad?	¿Consideras que la creatividad es innata o es aprendida?
Hombre	18-25 años	Alumno	Actuaría	Si	Mucho	En FCA	Algo	Importante	Importante	Aprendida
Mujer	26-35 años	Exalumno	Administración	No	Nada	En la preparatoria o bachillerato	Demasiado	Muy importante	Muy importante	Innata
	36-45 años		Administración Financiera		Poco	En mi casa	Mucho	Poco importante	Poco importante	No lo sé
	46- o mas		Comercio y Negocios Internacionales		Regular	En mi empleo	Nada			
			Contabilidad				Poco			
			Economía empresarial							

- Sexo: Condición orgánica, masculina o femenina de animales y de las plantas (Real Academia Española, 2021)
- Edad: Tiempo que ha vivido una persona o ciertos animales o vegetales (Real Academia Española, 2021)
- Vínculo con la FCA: Unión o atadura de una persona o cosa, con

otra (Real Academia Española, 2021), en este caso sería la unión de la persona a la Facultad de Contaduría y Administración.

- Licenciatura: Grado universitario inmediatamente inferior al doctorado (Real Academia Española, 2021)
- Propiciar: Favorecer a que algo acontezca o se realice (Real Academia Española, 2021)
- Desarrollo creativo: Aumentar o reforzar (Real Academia Española, 2021) la creatividad o pensamiento creativo.
- Persona Creativa: Individuo que posee o estimula la capacidad de creación o invención. Capaz de crear algo (Real Academia Española, 2021)
- Técnicas o Metodología de creatividad: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal. (Real Academia Española, 2021) sobre la creatividad.
- Innato: Connatural o nacido con la persona misma (Real Academia Española, 2021)
- Aprendido: Adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio o la experiencia (Real Academia Española, 2021)

4.6 Hipótesis

Hipótesis: Los alumnos y exalumnos e la FCA de la UAQ, consideran importante la incorporación de habilidades creativas en su formación académica que contribuyan a su proyección profesional

Variables: alumnos y exalumnos de la FCA, aplicación de cuestionario.

5. METODOLOGÍA

Los procedimientos coadyuban al desarrollo de proyectos. Para la investigación educativa hay que centrarse en un estudio aplicado para generar resultados ya sea satisfactorios o no. Su propósito básico es la solución de problemas de carácter cualitativo en el acto didáctico y pedagógico para adaptarse al estado del arte de la educación y en el caso de la FCA los futuros profesionistas en negocios.

La FCA debe buscar alternativas de transversalidad que consoliden la calidad educativa, para reforzar las aplicadas en ABACO. La investigación puede servir para que este programa se adopte de manera provisional, o en caso de tener un resultado favorable remarcable, poder implementarlo de manera atemporal.

Para esta investigación se consideró un enfoque cuantitativo a través de una encuesta en google formularios a través de encuesta en línea, directa a estudiantes y ex estudiantes.

5.1 Diseño del estudio

El diseño implementado para esta investigación fue no experimental ya que no hubo manipulación de las variables de estudio

5.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio fue descriptivo, de campo y transversal.

Investigación descriptiva: Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Únicamente pretenden medir o recoger

información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández Samperi 2010)

Investigación de campo transversal: “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Ibidem) Este tipo de estudios solo analiza y recolecta datos durante un periodo de tiempo determinado, porque es de tipo no experimental y transversal.

5.3 Instrumento

Cuestionario. En base a la necesidad de la incorporación de la creatividad en los estudiantes de la FCA, se desarrolló un cuestionario de 10 preguntas, como herramienta validatoria de la hipótesis planteada.

4 de las preguntas fueron datos generales y 6 están específicamente relacionadas al tema de la creatividad.

5.4 Procedimiento

Se enviará un cuestionario donde se someterá a consideración si consideran necesario incluir en métodos creativos en el programa educativo aplicado a los negocios.

Si se aplicó un cuestionario estandarizado por google forms entonces como ya se señaló se trata de un enfoque solo cuantitativo.

El método de recolección de datos fue por medio de Google Forms.

5.5 Procesamiento de la información

Una vez obtenidas las respuestas a las preguntas se obtuvieron las figuras realizando la interpretación correspondiente para la comprobación de la hipótesis.

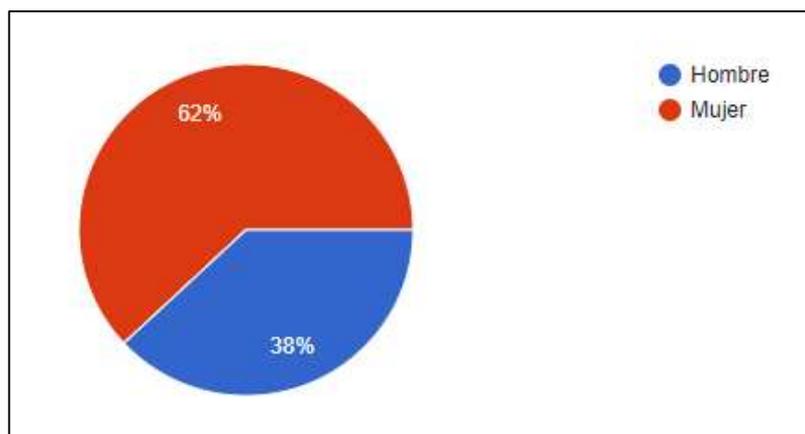
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 RESULTADOS DE ENCUESTA A 355 ALUMNOS Y EXALUMNOS

DE FCA

Figura 7

Sexo



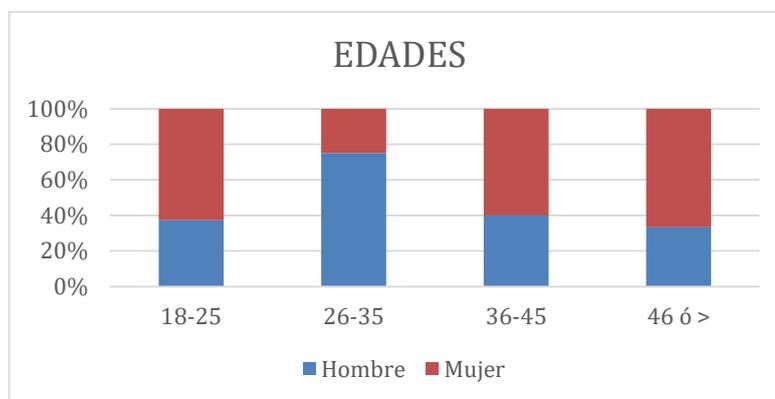
Fuente: Elaboración propia 2022

Sexo	cuenta
Hombre	135 38%
Mujer	220 62%
Total general	355

En las encuestas se aprecia que el 62% de los participantes fueron mujeres (ver figura 7).

Figura 8

Edades



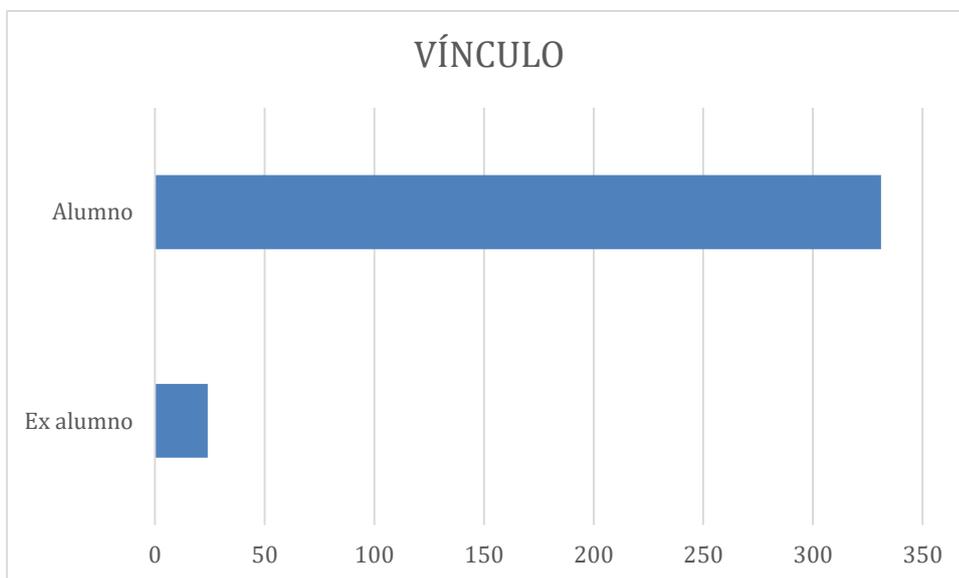
Fuente: Elaboración propia 2022

Edades	18-25	26-35	36-45	46 ó >	Total
Hombre	122	6	2	5	135
Mujer	205	2	3	10	220
<u>Total general</u>	<u>327</u>	<u>8</u>	<u>5</u>	<u>15</u>	<u>355</u>
	92%	2%	1%	4%	

La población que tuvo más participación oscila entre 18 y 25 años con el 92% (Figura 8).

Figura 9

Vínculo



Fuente: Elaboración propia 2022

Vinculo	cuenta	
Exalumno	24	7%
Alumno	331	93%
<hr/>		
<u>Total</u>		
<u>general</u>	<u>355</u>	

Entre los encuestados se aprecia que el 7% son exalumnos que también participaron en las respuestas (figura 9).

Figura 10

Licenciaturas



Fuente: Elaboración propia 2022

LICENCIATURA	CUENTA	%
Actuaría	22	6%
Administración	89	25%
Administración Financiera	62	17%
Comercio y Negocios Internacionales	112	32%
Contabilidad	63	18%
Economía empresarial	7	2%
<i>Total general</i>		<i>355</i>

Los encuestados pertenecen a distintas carreras de FCA, siendo Comercio y Negocios Internacionales los de mayor participación, seguidos de los cursantes de Administración (figura 10).

La encuesta se realizó a también a exalumnos para apreciar si en su experiencia laboral y profesional utilizaban este criterio.

Figura 11

FCA lo propicia



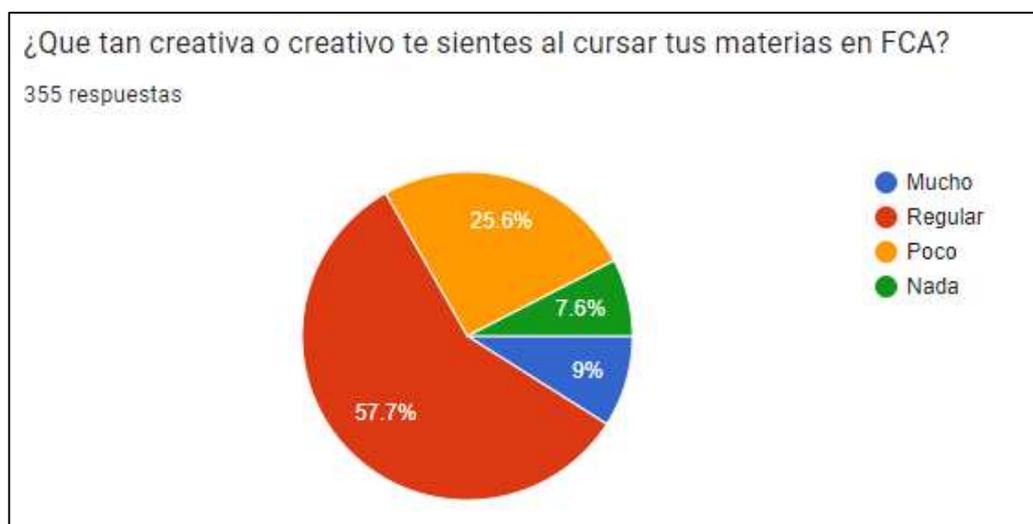
Fuente: Elaboración propia 2022

¿Consideras que la FCA ha propiciado el desarrollo de tu creatividad?	
No	145 41%
Sí	210 59%
<u>Total general</u>	
<u>355</u>	

La mayoría de los alumnos aprueba que la FCA aplica la creatividad en las aulas, lo cual es muy favorable, sin embargo, existe un gran trecho de un 41% que piensa lo contrario; es un porcentaje alto que no considera que la facultad contribuya con su creatividad (figura 11).

Figura 12

¿Qué tan creativo?



Fuente: Elaboración propia 2022

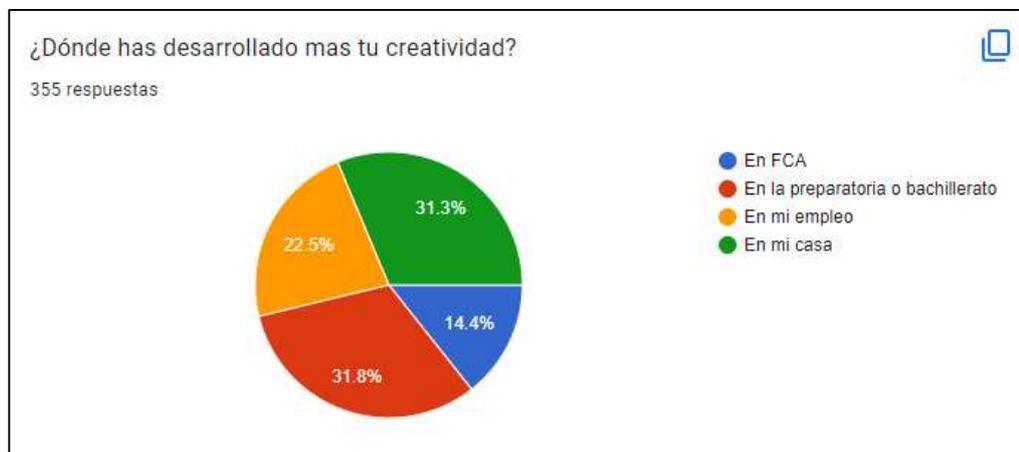
¿Que tan creativa o creativo te sientes al cursar tus materias en FCA?		
Mucho	32	9%
Nada	27	8%
Poco	91	26%
Regular	205	58%
<u>Total general</u>		<u>355</u>

El 8% se siente nada creativo en contraste con el 32% que se siente muy creativo; la mayoría no están del todo satisfechos con el manejo de la creatividad en las clases (figura 12).

Más del 30% siente que es poca o nula la creatividad que ha desarrollado en las aulas de FCA., sin embargo, poco más de la mitad se consideraron regulares en cuanto a creatividad.

Figura 13

¿Donde?



Fuente: Elaboración propia 2022

¿Dónde has desarrollado más tu creatividad?

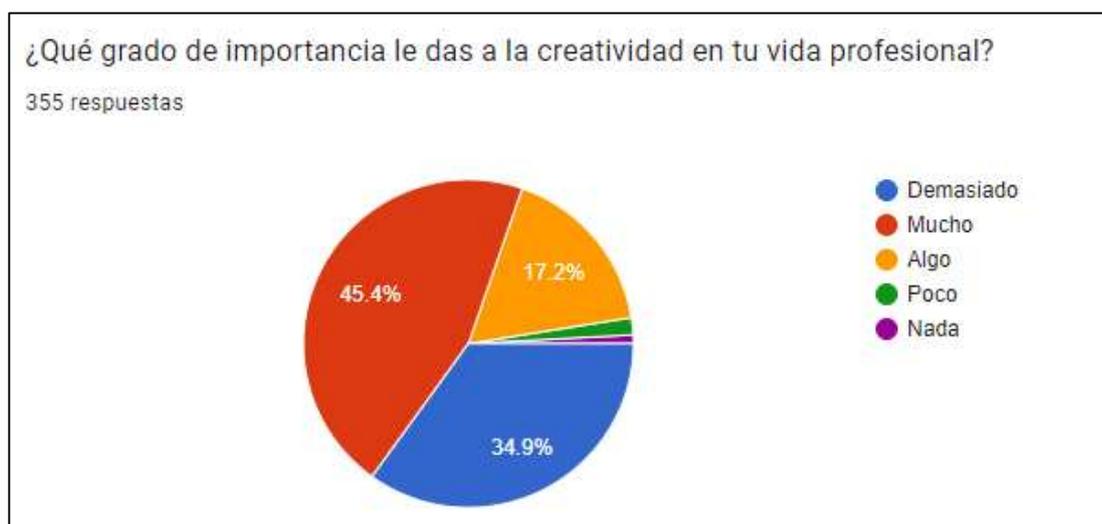
En FCA	51	14%
En la preparatoria o bachillerato	113	32%
En mi casa	111	31%
En mi empleo	80	23%

Total general 355

El hecho de que se cite a la preparatoria y también su casa (63%) el lugar donde más se ha desarrollado la creatividad, sustenta que la FCA tiene una gran oportunidad de gestionar que el alumno fomente esta habilidad en las aulas (figura 13).

Figura 14

Grado



Fuente: Elaboración propia 2022

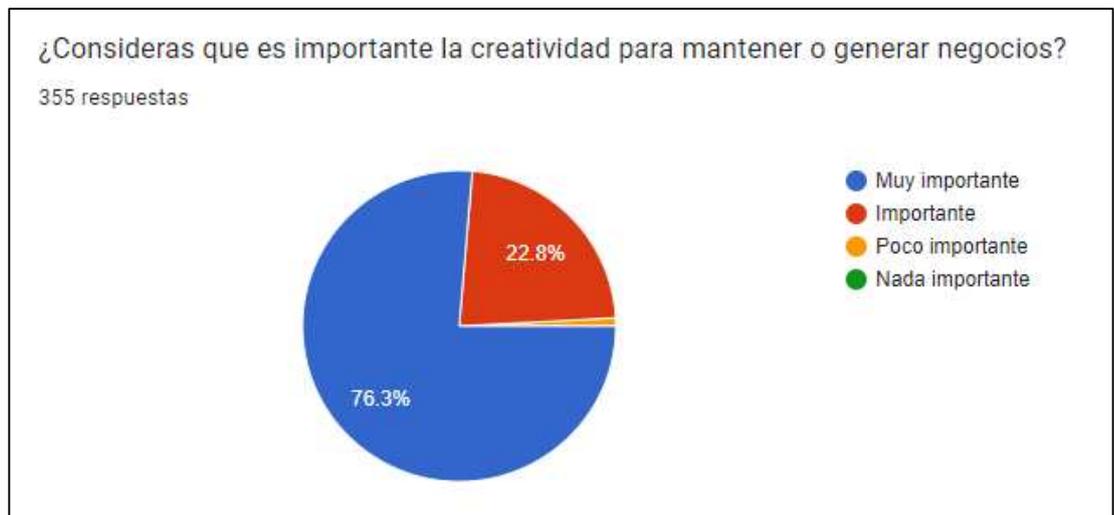
¿Qué grado de importancia le das a la creatividad en tu vida profesional?

Algo	61	17%
Demasiado	124	35%
Mucho	161	45%
Nada	3	1%
Poco	6	2%
<u>Total general</u>		<u>355</u>

La encuesta demuestra que el 80% de los encuestados manifiestan que es: o demasiado o muy importante la creatividad para el ámbito profesional (figura 14).

Figura 15

Negocios



Fuente: Elaboración propia 2022

¿Consideras que es importante la creatividad para mantener o generar negocios?	
Importante	81 23%
Muy importante	271 76%
Poco importante	3 1%
<u>Total general</u>	
<u>355</u>	

En esta grafica se puede apreciar que el 1% lo considera poco importante, siendo que la gran mayoría tiene la percepción que sí se debe usar la creatividad en los negocios (figura 15).

Figura 16

Técnicas



Fuente: Elaboración propia 2022

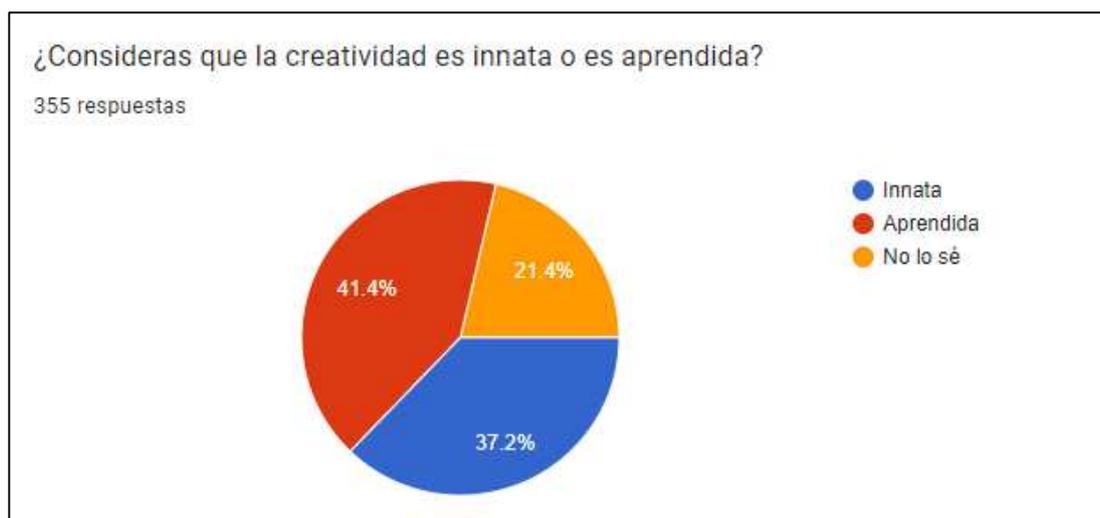
¿Consideras que un recién egresado debe contar con técnicas o con metodologías de creatividad?

Es fundamental	117	33%
No necesariamente	30	8%
Si	208	59%
<i>Total general</i>		<u>355</u>

Para ejercitar la creatividad es necesario un método, una técnica una o varias maneras de hacerlo, la mayoría de casi un 59% así lo considera, aunado a que un 33% lo ve fundamental (figura 16).

Figura 17

Innata



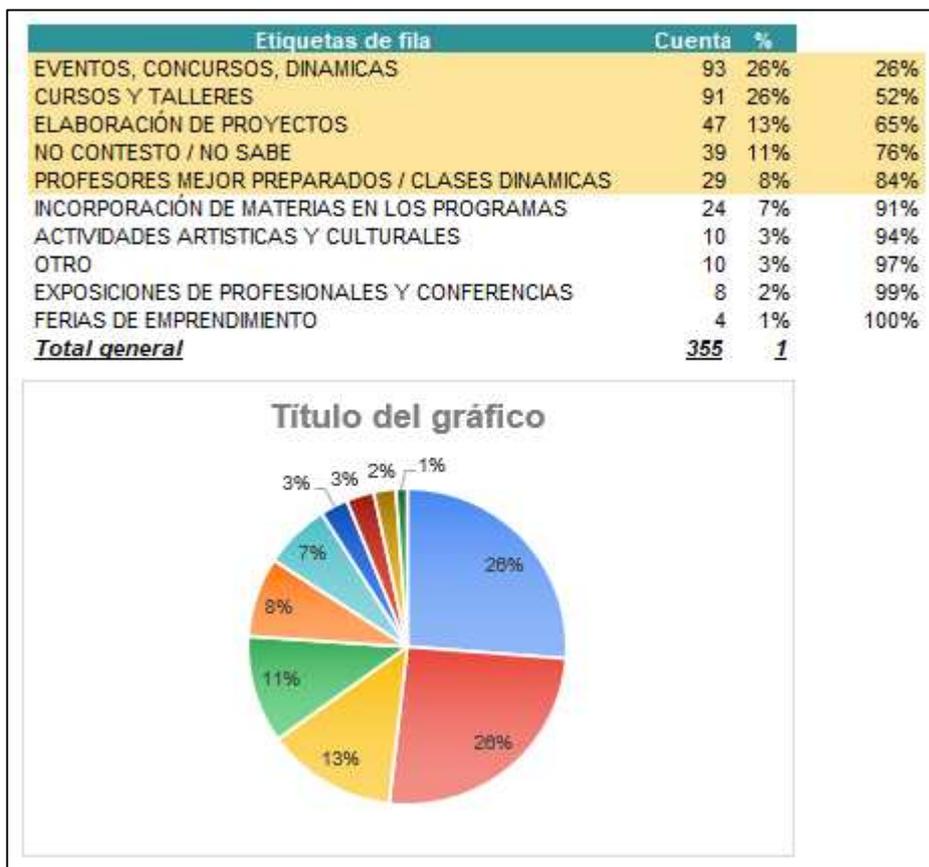
Fuente: Elaboración propia 2022

¿Consideras que la creatividad es innata o es aprendida?	
Aprendida	147 41%
Innata	132 37%
No lo sé	76 21%
<hr/>	
<u>Total general</u>	<u>355</u>

La percepción de la mayoría de los encuestados considera que la creatividad es algo aprendido, el 37% considera que es algo innato y la minoría representada por un 21% lo desconoce (figura 17).

Figura 18

Abiertas



Fuente: Elaboración propia 2022

La mayoría de las opciones en las preguntas abiertas con el 84% son:

- Eventos, concursos, dinámicas
- Cursos y talleres
- Elaboración de proyectos
- No contesto / no sabe
- Profesores mejor preparados / clases dinámicas

Describir en el orden de presentación las características o recomendaciones para aplicar esos instrumentos y como se usan para responder el objetivo específico (figura 18).

6.2 Discusión

6.2.1 Datos generales

Como resultado nuestra investigación sobre la creatividad hubo mayor participación por parte de las mujeres, la edad en donde mas hubo participación fue de los alumnos en activo que están en la edad del 18 a 25 años. Solo un 7% de los encuestados son ex alumnos.

También se puede determinar que el 59% de los encuestados consideró que la FCA propicia el desarrollo de la creatividad, en cambio un casi 41% considera que la FCA no propicia el desarrollo de la creatividad

En relación a si los alumnos sienten que las materias impartidas por la FCA fomentan la creatividad el 57.7% considera que se hace de manera regular, el 25% muy poco, el 9% que mucho y el 7% que nada, lo cual es un indicador negativo en la percepción de los alumnos.

Con relación a la pregunta dónde has desarrollado más creatividad, el resultado nos da que el 31% dice que en su casa, el 32% en el bachillerato y el 22% en su trabajo estas respuestas proyectan que hay superioridad en otras partes, no propias de la FCA, solo el 14.4% en la FCA.

Sobre las preguntas sobre la importancia de la creatividad en la vida profesional más del 80% de los encuestados que tiene relevancia, solo el 17% considera que no es importante.

Sobre la importancia de la creatividad para hacer negocios el 77% considera que es muy importante, el 23% considera que es importante y ninguno opinó que no es importante.

Sobre la pregunta que habla de contar con una metodología creativa el 59% dice que es fundamental, el 8.5% dice que no necesariamente y ninguno dice que no es necesario.

Sobre la pregunta de si la creatividad es innata o aprendida el 41.4% dice que es aprendida y el 37.2% que es innata. El 21.4% desconoce sobre el tema.

Sobre la pregunta relacionada con el cómo puede hacer la FCA para propiciar la creatividad la mayoría considera que en base a proyectos piloto o proyectos promovidos por los docentes se puede lograr, otras propuestas se relacionan a actividades grupales y talleres relacionados al tema.

6.3 Habilidades Creativas

En un afán de mejorar los métodos pedagógicos, se realizaron varios estudios para que los estudiantes dejaran de memorizar todo y pudieran aprender a pensar, generando mejor las ideas, partiendo del supuesto que la educación debe estimular el pensamiento creativo, orientado a la reflexión y al análisis.

Es así como se refuerza la inventiva, un a imaginación constructiva, esto permite cierto margen de originalidad.

Tabla 2

Tipos de pensamiento

TIPO DE PENSAMIENTO	HABILIDAD	EXPRESION DE LA CREATIVIDAD
Reactivo animal	Memoria: Replica, repite. Irreflexivo	Rompe el patrón Se genera algo nuevo
Lateral	Emoción: Siente, es sensorial Genera una reacción.	Idea, imagen, inventiva. Soluciones alternas
Lógico	Intelecto: Clasifica, ordena de manera coherente. Relaciona	Genera hipótesis Ilación, sigue una consecución
Unificado	Voluntad: intenta, ordena, decide	Toma de decisiones Prueba, procura
Creativo	Imaginación: Libre, elimina estructuras, rompe paradigmas	Basta, diversa, variado

Fuente: <http://www.uv.mx/personal/gcatana/files/2013/06/antologia-del-curso-de-hp.pdf>

El psicólogo Joy Paul Guilford, especialista en inteligencia, afirmaba que la creatividad es la combinación de dos tipos de pensamiento: el Convergente y el Divergente. Mediante sus estudios llegó a la conclusión que para lograr un pensamiento creativo se requiere de:

Elaboración: No solo reflexionar, sino ir a la acción, generar productos con todas las ideas, construir, diseñar modelos o resultados.

Flexibilidad: Capacidad de adaptación al contexto y considerar distintas alternativas

Fluidez: Donde la persona debe generar ideas en poco tiempo para solucionar problemas o resolver situaciones.

Originalidad: Asociar ideas de manera inusual o novedosa

Sensibilidad a los problemas: Detectar fallas o errores generando ideas para mejorarlas, modificarlas y solucionarlas

6.4 Comprobación de hipótesis

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas podemos concluir que la hipótesis de investigación se comprueba y los estudiantes de la FCA consideran importante el fomentar la capacidad de formación de habilidades creativas y se hace necesario implementar cursos donde se incluyen clases y metodologías de creatividad mediante taller o una materia curricular del tema en FCA.

Es imperiosa la necesidad de incluir la formación de habilidades creativas en la curricula ya que juega un papel fundamental en el desarrollo personal y profesional, y puede tener diversos impactos positivos en la vida de los estudiantes. Hay aspectos importantes sobre la relación entre la formación de habilidades creativas y los impactos que esto puede provocar, como lo son el pensamiento innovador para generar ideas originales, la solución de problemas para enfrentar los desafíos del entorno y resolverlo desde varias perspectivas para encontrar soluciones creativas a los problemas complejos, la flexibilidad y adaptabilidad y la creatividad implica la capacidad de adaptarse a situaciones cambiantes y encontrar nuevas formas de hacer las cosas, a su vez permite la autoexpresión y la comunicación para fortalecer las relaciones interpersonales y permitir una mejor colaboración en diferentes contextos, también se propicia el emprendimiento y liderazgo, ya que la creatividad puede fomentar el espíritu emprendedor y el liderazgo para asumir riesgos calculados, explorar nuevas oportunidades y liderar equipos hacia la innovación. Sin dejar de mencionar el bienestar personal ya que la creatividad se asocia a que la persona pueda imaginar una salida para la expresión individual y puede aumentar la autoestima, la confianza y la felicidad. La creatividad también se ha relacionado con la reducción del estrés y la mejora

de la salud mental.

PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

Por lo anterior podemos considerar que es de vital importancia incentivar, y fortalecer la habilidad creativa dentro de la FCA para que los alumnos cuenten con herramientas y metodologías para su aplicación en la vida profesional.

Después de ejecutar el cuestionario a varios cientos de alumnos y exalumnos, una de las principales preguntas y considero yo claves, para obtener más información, fue la pregunta abierta **¿Como consideras que la creatividad debe ser impulsada en la FCA?** Ya que en ella se aportaron varias alternativas de solución, como lo son la generación de talleres, actividades y proyectos específicos donde se fomente esta habilidad y se practique de manera metodológica. Esto permitirá, como se menciona en la hipótesis fomentar y practicar la creatividad en los futuros profesionistas de la FCA.

La preparación para la vida profesional exige adaptarse y superarse día con día, y por eso una habilidad como la creatividad se debe ir adquiriendo desde luego en FCA y continuar desarrollándose en el ámbito de egresados.

Considero que si se incluyen clases y metodologías de creatividad mediante taller o una materia curricular del tema en FCA, la creatividad, esto ocasionaría que los alumnos inicien, practiquen y fortalezcan la habilidad creativa en su vida profesional y personal.

Durante el desarrollo del presente trabajo, me topé con información muy valiosa comprobada, tal vez se escuche muy sencillo pero implementar este tipo de conceptos y formatos, no es tarea fácil. Además requiere supervisión y comprobar que realmente son eficaces. Como es algo muy subjetivo, el

método de evaluación debe adaptarse a estos criterios. Lo importante es el resultado, y éste en definitiva, ha sido favorable por todos los autores que promueven estas prácticas creativas

En consecuencia, el tema de esta investigación es en lo personal apasionante, y al desarrollarlo y comprobarlo, lo fue más aún.

Agradezco el tiempo que le dan en leerlo y supongo que quizás esto mismo me lleve a tomar el reto personal de continuar desarrollando en carne propia la creatividad y generar ideas, así como tanta gente ha hecho uso de tan divertida y a la vez complicada habilidad.

Gracias, gracias, gracias. Fue una oportunidad de generar un documento sencillo pero a la vez complejo por la diversidad de temas colindantes a mi hipótesis.

REFERENCIAS

- Betancourt, J. (1998) Creatividad en la educación: Educar para transformar, Artículo publicado en la revista Educar. Número 10 Creatividad y Educación.
<http://www.jalisco.gob.mx/srias/educacion/consulta/educar/dirrseed.html>
- Bickmore, B. (2010) La Creatividad en la Ciencia: Como los Científicos Deciden Que Estudiar <https://www.visionlearning.com/es/library/Proceso-de-la-Ciencia/49/La-Creatividad-en-la-Ciencia/182>
- Casillas, M. (1996) Aspectos importantes de la creatividad para trabajar en el aula Recuperado de:
http://www.jmunoz.org/files/NEE/sobredotado/MATERIALES_POZ/7.MATERIALES/CREATIVIDAD/CREATIVIDAD_EN_EL_AULA.pdf.
https://biblioteca.pucv.cl/site/colecciones/manuales_u/Dimensiones%20del%20aprendizaje.%20Manual%20del%20maestro.pdf
- Clares, J. LA EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN EMOCIONAL COMO BASE DE LA CREATIVIDAD Universidad de Sevilla. Sevilla. España
https://congreso.us.es/ciece/lib_Ciece_17.pdf
- Corona A. (2020) Maestría en industrias creativas
<https://conecta.tec.mx/es/noticias/quadalajara/educacion/tec-y-3-universidades-mas-unidas-para-maestria-en-industrias>
- Derechos reservados Facultad de Contaduría y Administración (2022)
<https://fca.uaq.mx/index.php/alumnos/abaco>
- Derechos reservados Facultad de Contaduría y Administración (2022)
<https://fca.uaq.mx/index.php/conocenos/organigrama>

Derechos reservados Facultad de Contaduría y Administración (2022)

<https://fca.uaq.mx/index.php/programas>

Díaz Barriga, Frida y Gerardo Hernández (1998). Estrategias de enseñanza para la promoción de aprendizajes significativos en Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una Interpretación constructivista. México, McGrawHill pp. 69-112.

Dumont, H. Istance D. y Benavides F. (OCDE 2010)

La Naturaleza del Aprendizaje

<https://www.oecd.org/education/cei/The%20Nature%20of%20Learning.Practitioner%20Guide.ESP.pdf>

Fernández, A.B. y Balonas, S. (2021) La creatividad en la enseñanza como factor de aproximación de la universidad a los desafíos sociales ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 19, 2, pp. 11-35
<https://www.redalyc.org/journal/5525/552567897002/html/>

Fromm E. (1978) ¿Tener o ser? Fondo de cultura económica, Buenos Aires, Argentina

Gardner H. (2010) Mentes creativas: una anatomía de la creatividad, ed. Paidós

Gómez, J.(2005) Desarrollo de la creatividad, Fondo Editorial Universitario

Hernández R. (2014) Metodología de la Investigación, 6ª edición ed. Mc Graw Hill

IMAGEN https://www.researchgate.net/figure/Figura-8-Especializacion-de-los-hemisferios-cerebrales_fig2_322682412

Jiménez, A y Robles F. (2016) Las estrategias didácticas y su papel en el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje
<https://tecnocientifica.com.mx/volumenes/V9N10A7.pdf>

Joy Paul Guilfor, (1967 ^acitado en Prieto & Castejón, 2000)

Krüger, K. (2006) El concepto de 'sociedad del conocimiento'

[https://raco.cat/index.php/Biblio3w/article/view/71882#:~:text=Karsten%20](https://raco.cat/index.php/Biblio3w/article/view/71882#:~:text=Karsten%20Kr%C3%BCger&text=Al%20mismo%20tiempo%2C%20ofrece%20una,%20y%20'sociedad%20red')

[Kr%C3%BCger&text=Al%20mismo%20tiempo%2C%20ofrece%20una,%20y%20'sociedad%20red'](https://raco.cat/index.php/Biblio3w/article/view/71882#:~:text=Al%20mismo%20tiempo%2C%20ofrece%20una,%20y%20'sociedad%20red').

LAITON I. (2010) Formación de pensamiento crítico en estudiantes de
primeros semestres de educación superior

<https://www.readcube.com/articles/10.35362%2Frie5331730>

Lara A. (2012) Desarrollo de habilidades de pensamiento y creatividad como
potenciadores de aprendizaje

<https://revistas.umariana.edu.co/index.php/unimar/article/view/232/203>

León, F.R. Sobre el pensamiento reflexivo, también llamado pensamiento
crítico

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5475194.pdf>.

López J. (2021) LA TAXONOMÍA DE BLOOM Y SUS ACTUALIZACIONES

<https://eduteka.icesi.edu.co/articulos/TaxonomiaBloomCuadro>

Luna C. (2016) Plan estratégico de Negocios, Ed. Patria

Marin, T. (1997) Estrategias Creativas. Universitas Miguel Hidalgo

https://repositorio.innovacionmh.es/Proyectos/P_22CursoMateriales/Ter

esa_Marin/Intro%20creatividad/creatividad_04.htm

Marzano R. y Pickering D. (2005) Dimensiones del aprendizaje

https://biblioteca.pucv.cl/site/colecciones/manuales_u/Dimensiones%20de%20aprendizaje.%20Manual%20del%20maestro.pdf

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE (2017) un futuro que funciona:

Automatización, empleo y Productividad

https://www.mckinsey.com/~/_media/mckinsey/featured%20insights/digital%20disruption/harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/a-future-that-works-executive-summary-spanish-mgi-march-24-2017.pdf

Moreno G. (2015) Medición y evaluación en comunicación estratégica

<https://1library.co/document/7q0w43y6-medicion-evaluacion-comunicacion-estrategica-universidad-azuay.html>

Moreno-Moya, M. y Munuera-Alemán J. (2014) ¿Es importante la creatividad en el desarrollo de nuevos productos?

<https://www.redalyc.org/pdf/433/43332746004.pdf>

Nieto A. y Valenzuela J. Motivación y Pensamiento Crítico: Aportes para el estudio de esta relación

<http://reme.uji.es/articulos/numero28/article3/texto.html>

Ortíz, A. (2007) la educación y el desarrollo de la creatividad: un reto en la

formación de profesionales.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137849.pdf>.

Palmisano S.J. (2009) Cómo sacarle provecho a la complejidad

<https://www.ibm.com/downloads/cas/D1XA8EJ0>

Perreira, M. (2018) El desafío de la creatividad, Universidad de Santiago de

Compostela

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6691330>

Prieto, M.D.; Ferrándiz, C.; Sánchez, C., (2005) Inteligencia y creatividad

<https://www.redalyc.org/pdf/2931/293121928003.pdf>.

Rodríguez, V. Bao R. y Cárdenas L. (2008) Formulación y evaluación de

proyectos Editorial Limusa, México D.F.. España

Real Academia de la Lengua Española (2021)

<https://dle.rae.es/sexo>

Saint-Exupéry, A. (1973) El principito

Sánchez L. y Aguilar G. (2009) Taller de Habilidades de Pensamiento Crítico

y Creativo. UV

<http://www.uv.mx/personal/gcatana/files/2013/06/antologia-del-curso-de->

hp.pdf

Santaella, Maribel La evaluación de la creatividad Sapiens. Revista

Universitaria de Investigación, 7, 2, diciembre, 2006, pp. 89-106

Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela

<https://www.redalyc.org/pdf/410/41070207.pdf>

Sarmiento M. (2007) LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS Y LAS NTIC.

UNA ESTRATEGIA DE FORMACIÓN PERMANENTE. UNIVERSITAT

ROVIRA

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D->

TESIS_CAPITULO_2.pdf

Sefchovich G. y Waisburd G. (2017) Hacia una pedagogía de la creatividad,

ed. Trillas

Serna J. (2018) Invención Matemática

<https://medium.com/@juangonzaloserbar/invencion-matematica->

2d56f5f5f831

Soriano, E. La educación para la creatividad (1996)

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_24/nr_279/a_36

20/3620.htm

Starke, J. (2020) 70-20-10– ¿Es esta la fórmula para un aprendizaje de éxito?

<https://insights.tt-s.com/es-es/70-20-10-es-esta-la-formula-para-un->

aprendizaje-de-exito

Velásquez, B.M. Remolina, N. y Calle M. (2010) La creatividad como práctica

para el desarrollo del cerebro total

<https://www.redalyc.org/pdf/396/39617525014.pdf>

Vergara, J. R. (2017) Factores explicativos de la deserción de estudiantes de

pedagogía. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/50009>

Apéndice A

ABREVIATURAS

FCA, Facultad de Contaduría y Administración

RAE, Real Academia Española

UAQ, Universidad Autónoma de Querétaro

CEACA, Centro de Estudios Académicos sobre contaminación Ambiental

CIEH, Centro de Investigaciones de Estudios Históricos

CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas

CELL, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios

ABACO, Arte Basado en Competencias

Micat, Master Internacional de Creatividad

LATAM, Latinoamerica

Apéndice B

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS APLICADAS

Cuestionario de preguntas aplicadas a través de google forms

Las preguntas son las siguientes:

1. ¿Cuál es tu vínculo con FCA?
2. ¿De que licenciatura?
3. ¿Consideras que la FCA ha propiciado el desarrollo de tu creatividad?
4. ¿Que tan creativa o creativo te sientes al cursar tus materias en FCA?
5. ¿Dónde has desarrollado mas tu creatividad?
6. ¿Qué grado de importancia le das a la creatividad en tu vida profesional?
7. ¿Consideras que es importante la creatividad para mantener o generar negocios?
8. ¿Consideras que un recién egresado debe contar con técnicas o con metodologías de creatividad?
9. ¿Consideras que la creatividad es innata o es aprendida?
10. ¿Como consideras que la creatividad debe ser impulsada en la FCA?

Y como referencias adicionales tenemos lo siguiente:

Sexo (M o F)

Rango de Edad: 18-25 / 26-35 / 36-45 / 46 ó más