

INNOVACIÓN CULTURAL DE ESTUDIANTES EN LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL; CASO DE ESTUDIO INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA¹
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
guido.povedabu@ug.edu.ec

Ing. Marco Suraty Molestina, MBA²
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
marco.suratymo@ug.edu.ec

Ing. Rubén Mackay Castro, MBA³
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
ruben.mackayc@ug.edu.ec

Resumen

En el presente artículo se analiza la importancia del desarrollo de la creatividad y la innovación en el sistema educativo. El artículo muestra los resultados del estudio realizado a estudiantes en educación superior de la Universidad de Guayaquil en la carrera de comercio exterior y además de dejar ver el estado de la innovación de los estudiantes y cómo la creatividad e innovación deben ser impulsadas a partir de las directrices del nuevo marco común que forma el Espacio Ecuatoriano de Educación Superior. El estudio formula la necesidad de que el sistema educativo forme a personas con una gran capacidad de generación de ideas y de resolución de problemas y, a pesar de ello, los modelos pedagógicos actuales, según los datos presentados, siguen centrados en potenciar la acumulación de contenidos y el aprendizaje memorístico.

Además, se refleja los diferentes conceptos que son la base de este artículo, posteriormente se realiza un análisis estadístico sobre el nivel de innovación que poseen los estudiantes de comercio exterior de la Universidad de Guayaquil, también se refleja criterios de algunos docentes de la carrera en donde se detalla como ellos perciben la innovación tanto en estudiantes como en el sistema educativo.

¹ Docente Titular de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración y Dirección de Empresas, Doctorando en Administración de Empresas, y Doctorando en Administración Gerencial

² Docente Titular de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas, Doctorando en Administración

³ Docente Titular de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas

Palabras claves

Innovación, creatividad, modelos pedagógicos, estudiantes.

Abstract

In the present article the importance of the development of creativity and innovation in the education system is analyzed. The article shows the results of the study carried out on students in higher education at the University of Guayaquil in the course of foreign trade and in addition to showing the state of innovation of students and how creativity and innovation should be promoted from the guidelines of the new common framework that forms the Ecuadorian Higher Education Area. The study formulates the need for the education system to form people with a great capacity for generating and solving problems and, despite this, current pedagogical models, according to the data presented, remain focused on enhancing the accumulation of content and learning memory

In addition, the different concepts that are based on this article are reflected, then a statistical analysis is made on the level of innovation that has foreign trade students of the University of Guayaquil, you can also check the criteria of some teachers of the race where it was detailed how they perceived innovation in both students and the education system.

Keywords

Innovation, creativity, pedagogical models, students.

Introducción

El mundo actual está cargado de constantes competencias en todo sector desde lo deportivo hasta en el ámbito académico y mucho más cuando del sector laboral se trata, es aquí donde comienza la problemática del presente estudio que es determinar cómo está la cultura innovadora de los estudiantes de comercio exterior de la Universidad de Guayaquil, y es que para que una persona obtenga ventajas corporativas frente a otra se necesita que este ser esté preparado para enfrentar el mundo actual en donde la globalización cada vez se agudiza más y la innovación y la creatividad se vuelven factores trascendentales para poder avanzar, ya que hoy en día las compañías cada vez demandan más profesionales capaces de impulsar oportunidades de creación, estas piden directamente a la academia programas para formar a sus trabajadores en temas puntuales y casi personalizados.

Es por todo lo descrito en líneas anteriores que en el presente trabajo se busca determinar cuál es la cultura innovadora que poseen los estudiantes de comercio exterior de la universidad de Guayaquil, como ellos ven la innovación, cuán importante es para ellos el desarrollar este elemento como una cualidad y aptitud personal, y en este punto vale la pena recalcar la importancia que tiene este trabajo no solo para la carrera o la universidad que por medio de este estudio van a poder medir y saber cómo están sus estudiantes en cuanto innovación sino también representara un documento de apoyo para aquellas empresas o estudiantes que deseen saber cómo está el tema de innovación dentro de una carrera que está enfocado en la liberalización del comercio y del comercio transfronterizo.

Desarrollo

Según (Escorsa Castells & Valls Pasola , 2003)la innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se

desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado" (Escorsa Castells & Valls Pasola , 2003)De acuerdo a este concepto, innovar no es más que el proceso de desarrollar algo nuevo o que no se conoce a partir del estudio metódico de una necesidad, ya sea personal, grupal u organizacional, para lograr una meta económica. Esto quiere decir, que la innovación genera ideas que pueden venderse en un mercado específico.

Para innovar es necesario un amplio conocimiento de una necesidad, no todas las ideas innovadoras tienen éxito, por tanto, es necesario jugar con todas las herramientas necesarias para que la innovación no solo sorprenda, sino que también funcione.

¿Por qué es importante la innovación?

"La innovación es el elemento clave que explica la competitividad" (Escorsa Castells & Valls Pasola , 2003). Innovación y competitividad van de la mano, pero no necesariamente una existe sin la otra. Además, la innovación está ligada a todos los niveles de competitividad de la pirámide y se puede aplicar en cualquiera de éstos. Ahora bien, se puede ser competitivo sin ser innovador con sólo mantener sistemas de mejora continua, pero los procesos de mejora no llegan a ser suficientes cuando el mercado se encuentra saturado, cuando la demanda es alta y cuando existen necesidades que los productos o servicios existentes no logran solventar. En este punto, la innovación se convierte en un proceso fundamental para alcanzar la competitividad, debido a que los esfuerzos por mejorar han alcanzado su límite y ya no son suficientes para seguir adelante.

Pero hay que entender que la innovación, por sí sola, no garantiza necesariamente, que se alcance la competitividad. Se deben establecer metodologías y estrategias definidas para poder innovar. Realizar un estudio frío de los factores que intervienen en el proceso para la innovación y de las oportunidades existentes en los diferentes escenarios, siempre serán herramientas elementales.

La innovación es como una lámpara, así que no podemos introducirnos en una profunda caverna oscura si no sabemos si nuestra lámpara será lo suficientemente potente para iluminar todo el panorama. Si no se planea adecuadamente la innovación puede conducir a un fracaso, por tanto, debe evaluarse el riesgo que la innovación conlleva.

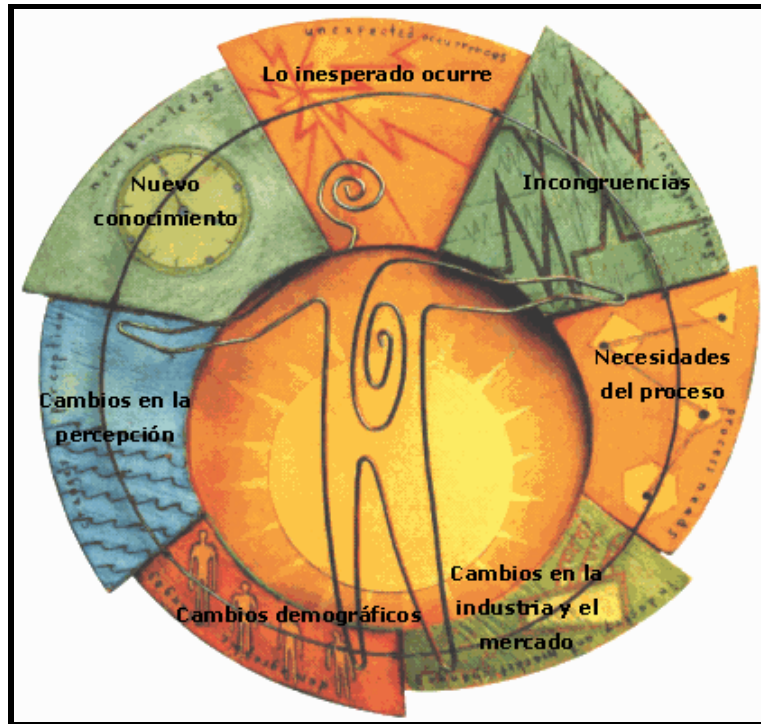
Oportunidad de Innovar

(Drucker , 2002) Sostiene que la mayoría de innovaciones, especialmente las que tienen éxito, son resultado de una intensa y consiente búsqueda de oportunidades para la innovación.

Raramente la innovación proviene de destellos de inspiración, esto no quiere decir que no sea posible que esto suceda, pero las innovaciones que tienen verdadero éxito son producto de un análisis frío de las oportunidades que se presentan para poder innovar

Según (Drucker , 2002) existen 7 tipos de oportunidades, de las cuales 4 se encuentran en áreas dentro de la empresa o industria y las otras tres fuentes de innovación se encuentran fuera de la compañía, en su ambiente intelectual y social. Todas estas oportunidades tienen un común denominador que es el ser humano que se coloca al centro como eje principal alrededor del cual giran las oportunidades.

Ilustración 1 Las oportunidades de innovar



Fuente: (Drucker , 2002) "The Discipline of Innovation"

Educación con innovación, la clave de la competitividad

Las compañías cada vez demandan más profesionales capaces de impulsar oportunidades de creación, estas piden directamente a la academia programas para formar a sus trabajadores en temas puntuales y casi personalizados.

Las cifras en materia de innovación para América Latina resultan tan contundentes como desalentadoras: según el Índice Mundial de Innovación publicado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2017) "América Latina es una región con un importante potencial de innovación, pero que no se aprovecha".

La situación en Ecuador no es diferente, ya que, en dicha medición, que integran 128 países y lideran Suiza, Suecia y el Reino Unido, Chile es el primer país de América Latina y el Caribe que aparece en el puesto 44. El siguiente país de la región es Costa Rica, en el puesto 45; México en el 61; Uruguay en el 62, mientras que Colombia aparece en el 63 y Ecuador en el puesto 100 sin embargo alcanzó

una mejor ubicación en temas como infraestructura (78), sofisticación de mercado (82) y creatividad (72).

Y es que, como si fuera poco, el Índice Global de Creatividad 2015 del (Martin Prosperity Institute, 2015) indica que Ecuador, que se ubica en el 'ranking' de 44, entre 139 naciones de todo el planeta. A pesar de que no esté en los primeros puestos le lleva una ligera ventaja a otras naciones como Colombia que ocupa el puesto 71, por debajo de Venezuela, que se encuentra en el 61.

Entonces se puede decir que las cifras publicadas por la OMPI y Martin Prosperity Institute revelan que falta una mayor interacción entre sector privado y la academia, donde el Estado debe ser un facilitador en este tema.

La importancia de la innovación en el sistema educativo

Todas las personas son innovadoras y creativas en algún momento de sus vidas en diferentes áreas, sin embargo, tienden a perder esta creencia en algún lugar a lo largo del camino. ¿Por qué era importante identificar la innovación como una manera de hacer las cosas "nuevas y mejores" además era para ayudar a la gente de muchas maneras?

Muchas instituciones educativas sean estas escuelas, colegios o universidades, utilizan la palabra innovación y tiene una conexión directa a cómo la gente usa la tecnología. A pesar de que la tecnología ofrece oportunidades que no existían antes, su uso no equivale a ser "innovador". De hecho, en realidad a veces la tecnología ha dado lugar a algunas personas a ser menos innovadoras en el sentido de que ellos creen que la tecnología lo hará por ellos, en lugar de pensar acerca de por qué están haciendo lo que están haciendo y cómo lo están haciendo. Es la forma en que pensamos y lo que creamos, no lo usamos.

Hay un delicado equilibrio aquí hay ay muchas cosas que están sucediendo en la educación en este momento, y hay algunas cosas que son no negociables. Centrándose en comenzar con las relaciones, sobre todo en un mundo en el que el gran contenido es fácilmente accesible desde cualquier lugar. El cambio que se

necesita en la educación está en nuestro pensamiento, no necesariamente el material que utilizamos.

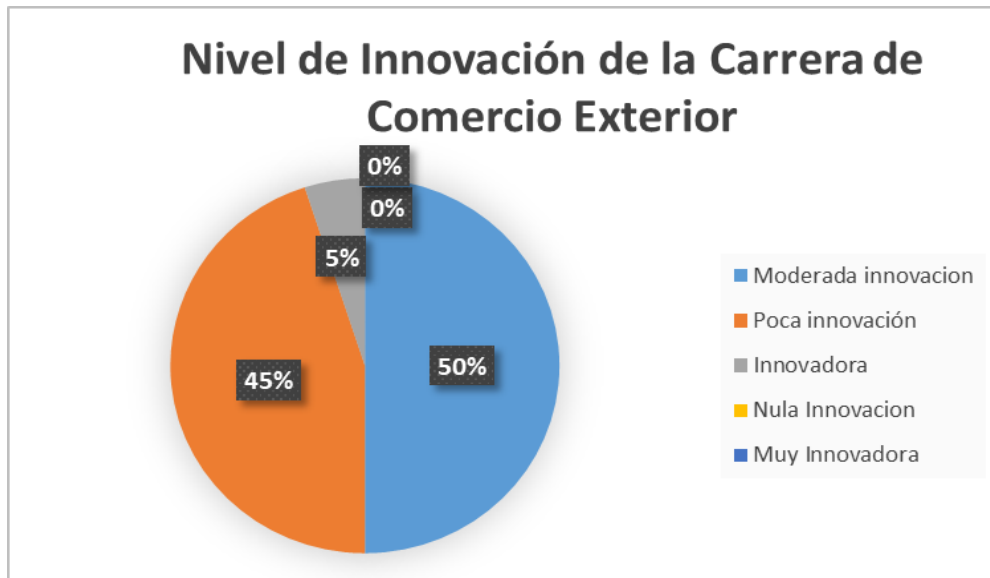
Si todos los educadores están abiertos a abrazar la idea de que el aprendizaje es constante crecimiento y desarrollo, no sólo en los estudiantes, sino en ellos mismos, la educación haría enormes cambios. El “sistema” está dirigido por la gente, y los educadores son las personas. Los educadores pueden cambiar su forma de pensar, y el “sistema” será mucho mejor. Entonces se puede concluir que la innovación es un proceso, no un producto. Una vez que aceptamos esa idea, la educación en su conjunto, será mucho mejor.

En base a los criterios y teorías expuestas anteriormente, se realiza una encuesta vía electrónica a estudiantes de la carrera de Comercio Exterior de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, con la finalidad de conocer cuál es el nivel de innovación con el que cuenta la institución, saber qué opinión tienen los estudiantes de la innovación con la que trabajan sus docentes y que se podría hacer para mejorar o implementar la innovación, para lo cual se ha tomado una muestra de veinte estudiantes.

Análisis de resultados

1. En su criterio ¿Cuál es el nivel de innovación que posee la carrera de comercio exterior de la Universidad de Guayaquil?

Ilustración 2 Nivel de Innovación de la Carrera de Comercio Exterior



Elaborado por: Autores

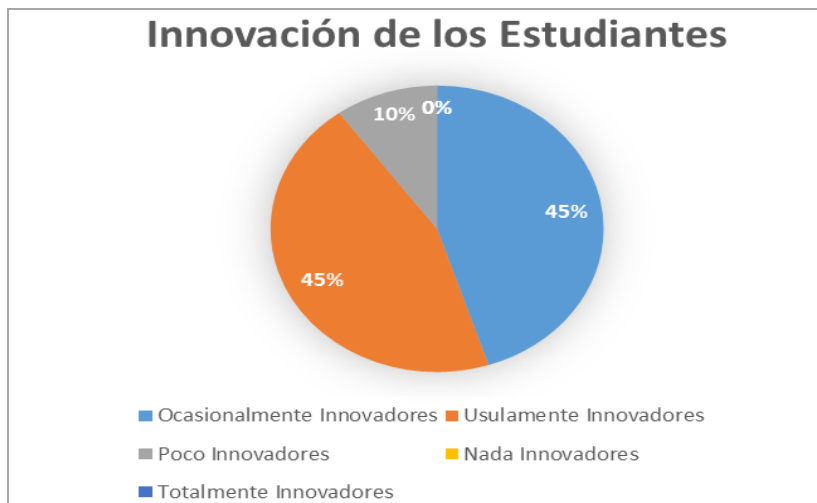
Moderada Innovación	10
Poca Innovación	9
Innovadora	1
Nula Innovación	0
Muy Innovadora	0
Total	20

De acuerdo a la encuesta realizada, los alumnos consideran que la Carrera de Comercio Exterior cuenta con un nivel de innovación moderado, pero el cual es poco para la magnitud de estudiantes, docentes y personal administrativo que trabaja en esta Carrera y

la Facultad por consiguiente, por lo que se debe innovar no solo en el espacio físico o el recurso material que es indispensable para el aprendizaje, sino en los conocimientos, las técnicas de enseñanzas y en el rol de participación del estudiante.

2. ¿Qué tan innovadores son los estudiantes de la carrera de comercio exterior de la universidad de Guayaquil al momento de realizar proyectos académicos?

Ilustración 3 Innovación de los Estudiantes



Elaborado por: Autores

Ocasionalmente Innovadores	9
Usualmente Innovadores	9
Poco Innovadores	2
Nada Innovadores	0
Totalmente Innovadores	0
Total	20

3. ¿Qué tan innovador te consideras?

Ilustración 4 Nivel de Innovación de los Estudiantes



Elaborado por: Autores

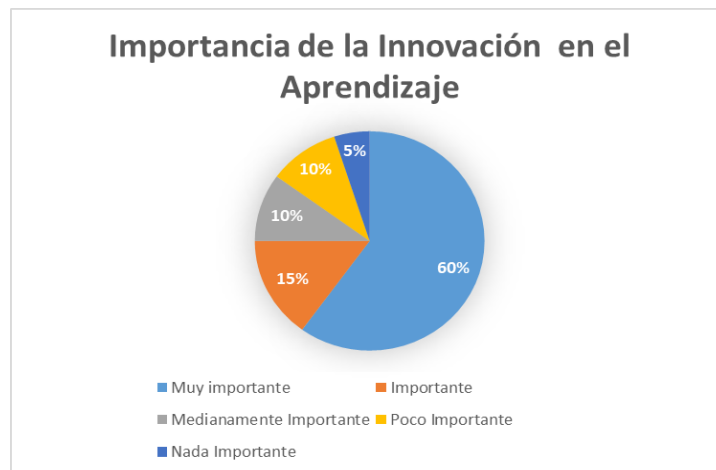
Ocasionalmente innovador	10
Innovador	7
Raramente innovador	3
Muy innovador	0
Nada Innovador	0
Total	20

Debido a la relación que guardan la segunda y la tercera pregunta, se ha llegado a la conclusión de que los estudiantes se consideran en un 50% ocasionalmente innovadores y en un 35 % innovadores además existe un 15 % que considera que pocas veces puede llegar a ser innovador, mientras que al momento de reunirse en los grupos de trabajo en las aulas y realizar los proyectos o trabajos investigativos suelen ser ocasionalmente y usualmente innovadores, por lo que se concluye en que los estudiantes son innovadores

a medida de que se les puede llegar a exigir realizar alguna labor, y que se esfuerzan por lograr crear nuevas tendencias que marquen diferencias.

4. ¿Cuán importante es para usted la innovación en el proceso de aprendizaje?

Ilustración 5 Innovación en el Aprendizaje



Elaborado por: Autores

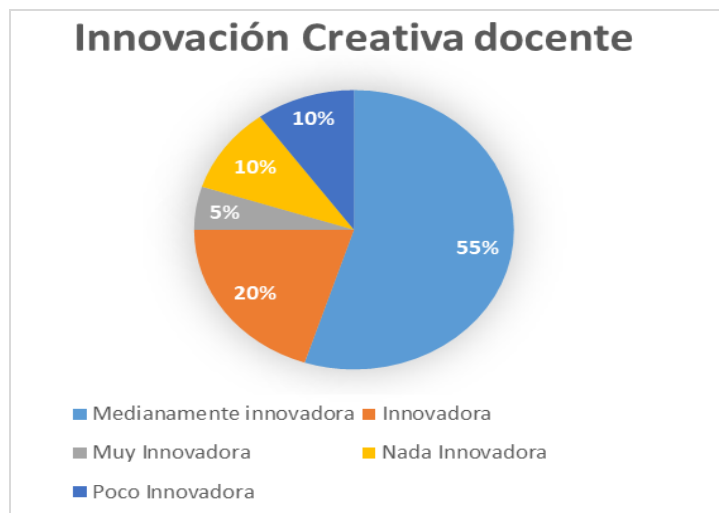
Muy importante	12
Importante	3
Medianamente importante	2
Poco importante	2
Nada importante	1
Total	20

Según los datos obtenidos de la encuesta, se refleja que el 60% de los estudiantes considera que la aplicación de la innovación es un método importante y de gran utilidad

en el proceso de aprendizaje, existe un 10% de la población encuestada que cree que la innovación es medianamente y poco importante y un 5% considera que no es necesaria la innovación al momento del aprendizaje, ya que consideran que de la forma tradicional o antigua de enseñanza con la utilización de poco recurso o poco material didáctico también se puede aprender y ser un buen profesional en el futuro no tan lejano.

5. ¿Cómo usted valora la innovación creativa docente en la carrera de comercio exterior?

Ilustración 6 Innovación Creativa Docente



Elaborado por: Autores

Medianamente innovadora	11
Innovadora	4
Muy Innovadora	1
Nada Innovadora	2
Poco Innovadora	2
Total	20

En base a las encuestas, se tiene que los catedráticos de la carrera de comercio exterior tienen una metodología de enseñanza medianamente innovadora, aunque el 20% cree que son innovadores y un 5% considera que no son innovadores, y que deberían buscar nuevas temáticas o en ciertos momentos salir de la monotonía y de la rutina que rodea sus clases para mantener el interés, curiosidad y atención del alumno en sus horas clases.

6. En su opinión ¿Qué acciones podrían contribuir al incremento de la creatividad e innovación en los estudiantes de comercio exterior?

La pregunta número seis fue presentada de manera abierta para que los estudiantes de la carrera de comercio exterior aporten con opiniones y recomendaciones con el fin de incrementar la motivación y creatividad de los mismos, en la cual se obtuvieron las siguientes respuestas:

La mayoría de ellas apuntan hacia la realización de visitas técnicas pertinentes a la carrera y bajo los temas tratados en los diferentes niveles de aprendizaje, se requiere que los profesores tengan capacitaciones en las TIC's, otras recomendaciones fueron como aumentar las tecnologías e implementar equipos de computación en las aulas, trabajar en ambientes reales para los proyectos de Integración, realizar cursos con tópicos relacionados a la carrera, desarrollar nuevas estrategias de negocios, crear artículos científicos, incentivar a los estudiantes por parte de los docentes, asistir a charlas motivacionales y por últimos se presentaron opiniones para crear espacios en los que se desarrollen trabajos creativos y colaborativos.

Conclusiones

La innovación entendida desde cualquier ámbito es un proceso por el cual se someten aquellas personas que tienen el deseo y las ganas de crear algo, según estadísticas internacionales como lo son el Índice Mundial de Innovación y el Índice Global de Creatividad 2015 el país se encuentra en el puesto 100 y el puesto 44 para el 2015 respectivamente, lo que quiere decir que el país en su totalidad tiene potencial innovador.

Se realizaron encuestas a los estudiantes de la carrera de comercio exterior con el fin de medir la cultura innovadora en cada uno de estos y que guarda estrecha relación con la carrera de los cuales obtuvo que los estudiantes consideran que la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior mantiene una cultura poco innovadora y esto se debe a las técnicas que se emplean en la enseñanza de los docentes en su mayoría ya que estos son los que dictan las diferentes cátedras existentes en la maya curricular de la carrera. Los estudiantes consideran que ellos poseen una cultura usualmente innovadora y esto ya depende del criterio personal de cada uno de ellos, aunque se podría relacionar con el auge de publicación de artículos científicos y ponencias internaciones que realizan en diferentes países de la región como lo son Perú, Colombia, Estados Unidos.

Además, se presentaron diferentes recomendaciones para desarrollar una alta cultura innovadora en la carrera y entre estas los estudiantes mencionaron entre las más importantes, realizar visitar técnicas pertinentes a la carrera, implementar equipos tecnológicos en las aulas de clase con el objetivo de utilizarlo en el manejo de sistemas utilizados en el ámbito del comercio exterior nacional como lo es el Sistema de Ecuapas, llenar formularios conforme a las clases impartidas y de esa manera ir aprendiendo lo teórico y lo práctico.

Bibliografía

Drucker , P. (2002). *De líder a líder* . Barcelona: Granica S.A.

Escorsa Castells, P., & Valls Pasola , J. (2003). *Tecnología e innovacion de la empresa* . Politecnica Cataluña .

Martin Prosperity Institute. (2015). *Martin Prosperity Institute*. Obtenido de <http://martinprosperity.org/>

OMPI. (2017). *Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual* . Obtenido de <http://www.wipo.int/publications/es/details.jsp?id=4193>