

Inteligencias múltiples en alumnos de la Universidad Americana de Asunción
Multiple intelligences in pupils of the american university of assumption

Artículo Original

Daniela Ruíz - Díaz Morales¹

Artículo Recibido: 11 /08/2015

Aceptado para Publicación: 23 /10/2015

Resumen: Howard Gardner (1999) describe la capacidad intelectual de las personas como un “conjunto de habilidades, talentos o capacidades, entendidas como un potencial biopsicológico para procesar información que se activa en un marco cultural concreto para resolver problemas o crear productos. Identifica ocho inteligencias distintas: musical, cinético-corporal, lógico-matemática, lingüística, espacial, interpersonal, interpersonal y naturalista. Este trabajo tuvo como Objetivo General: Analizar las habilidades de Inteligencias Múltiples y las expectativas académicas presentes en los alumnos del 2do. Semestre en las Carreras de Marketing y Publicidad e Ingeniería Comercial, durante el Segundo periodo Académico 2015, en la Sede Central de la Universidad Americana. El diseño metodológico utilizado fue no experimental, descriptivo y de enfoque mixto. Se concluyó que los alumnos prefieren trabajos prácticos que representen puntos para los exámenes y análisis de casos relacionados con las materias. En las evaluaciones predominan en un alto porcentaje las preguntas dicotómicas; y las respuestas de completación, mientras que los planteamientos de problemas o análisis de casos aparecen alrededor del 30%. Inteligencias múltiples predominantes en los alumnos son: en primer lugar, la interpersonal, en segundo lugar la intrapersonal, seguida en tercer lugar por la musical y en cuarto lugar se ubica la inteligencia lógico matemática. Los alumnos esperan de la Universidad mayor apoyo a los deportes y becas para todos los que alcanzan promedio 5. La Expo-marketing representó una gran oportunidad para llevar a la práctica lo aprendido en las teorías.

Palabras clave: inteligencia, inteligencias múltiples, evaluación.

Summary: Howard Gardner (1999) describes the intellectual capacity of people as a "set of skills or talents, understood as a biopsychological potential to process information" that is activated in a particular cultural setting to solve problems or create products. He identifies eight different types of intelligences: musical, bodily-kinesthetic, logical-mathematical, linguistic, spatial, interpersonal, intrapersonal and naturalistic. The main objective of this work is: To analyze the abilities of multiple intelligences and academic expectations present in the 2nd semester students of Marketing, during the second academic period of 2015 at the American University Headquarters. It was concluded that students prefer practical work that represent points for the review and analysis of cases related to the subject. In the evaluations prevail in a high percentage dichotomous questions and answers completion. The prevailing multiple intelligences in students are: 1st place , interpersonal intelligence, intrapersonal in 2nd place , followed by the Musical in 3rd place and in 4th place, the mathematically logical intelligence. Students expect greater

¹ Doctora en Psicología en la Universidad Nacional de Asunción. Email. daniela_rd57@hotmail.com

support from the college for sports and scholarships for all who reach an average of 5. The Expo-marketing represented a great opportunity to put into practice what they learned in theory

Key words: intelligence, multiple intelligences, evaluation.

INTRODUCCIÓN

A partir de las investigaciones realizadas por Howard Gardner se sabe que todos los seres humanos son capaces de conocer el mundo de ocho modos diferentes, dando pie a ocho inteligencias diferentes, éstas son: la lingüística, el análisis lógico-matemático, la representación espacial, el pensamiento musical, el uso del cuerpo para resolver problemas o hacer cosas, una comprensión de los demás individuos y de una comprensión de uno mismo.

Las diferencias individuales residen en el grado de intensidad en que están desarrolladas estas inteligencias en cada individuo y en las formas en que recurre a esas mismas inteligencias y se las combina para llevar a cabo diferentes labores, para solucionar problemas diversos y progresar en distintos ámbitos.

El sistema educativo actual, se encuentra cuestionado por suponer que todo el mundo puede aprender las mismas materias del mismo modo y que basta con una medida uniforme y universal para poner a prueba el aprendizaje de los alumnos.

A lo largo del siglo, entre los temas más destacados en la Psicología ha sobresalido el estudio de la inteligencia, que ha pasado desde la rigidez al considerar a la inteligencia un factor general e inmutable, hasta la flexibilidad de separar habilidades cognitivas de las no cognitivas.

Es sabido que el proceso del aprendizaje puede estudiarse desde dos aspectos:

- El proceso psicológico (interno).
- La dinámica social (externo).

Los estudios de enfoque cognitivo surgen a comienzos de los años sesenta y se presentan como la teoría que ha de sustituir a las perspectivas conductistas que había dirigido hasta entonces la psicología. Todas sus ideas fueron aportadas y enriquecidas por diferentes investigadores y teóricos, que han influido en la conformación de este paradigma, tales como: Piaget y la psicología genética, Ausubel y el aprendizaje significativo, Vygotsky dando importancia al ambiente socio-histórico y cultural del educando, Bruner enfatizando el aprendizaje por descubrimiento y Albert Banduras estableciendo que se aprende imitando modelos sociales.

La teoría cognitiva muestra una nueva visión del ser humano al considerarlo como un organismo que realiza una actividad basada fundamentalmente en el procesamiento de la información, muy diferente a la visión reactiva y simplista que hasta entonces había defendido y divulgado el conductismo.

Reconoce la importancia de cómo las personas organizan, filtran, codifican, categorizan y evalúan la información y la forma en que estas herramientas, estructuras o esquemas mentales son empleadas para acceder e interpretar la realidad.

El modelo de persona y de ciudadano que se pretende desarrollar con este modelo es crítico, constructivo y creador. Más que saber contenidos (cuya importancia no se desmerita) resulta imprescindible manejar herramientas para “aprender a aprender”.

La teoría de las Inteligencias Múltiples (IM) conduce al replanteamiento de algunos aspectos del proceso de Enseñanza / Aprendizaje, y también conlleva a una nueva forma de conocer y comprender la inteligencia humana.

Según la teoría de las Inteligencias Múltiples los alumnos presentan las siguientes destrezas o habilidades:

Inteligencia Lingüística: la capacidad de comunicarse con los demás de manera marcadamente verbal, utilizando vocabularios propios para la edad.

Inteligencia Visual o Espacial: realizan siempre grabados en sus materiales de trabajo, les agrada resolver actividades visuales (rompecabezas, laberintos, etc.) y disfrutan de ver películas, diapositivas y otras presentaciones visuales.

Inteligencia Naturalista; demuestran mucha sensibilidad a las criaturas del mundo natural, recociendo diversas especies.

Inteligencia Interpersonal: siempre les gusta hablar con sus compañeros/as, poseen 2 o más buenos amigos, son muy capaces de aconsejar a sus compañeros cuando tienen problemas, y disfrutan de los entretenimientos grupales, demostrando poseer un buen sentido del humor.

Inteligencia Lógico-matemática: siempre reconocen y comprenden los problemas de causa-efecto, con relación a su edad. Se cuestionan acerca del funcionamiento de las cosas. Disfrutan de los juegos de mesa.

Inteligencia Física- Kinestésica: siempre sobresalen en las prácticas de uno o más deportes, y suelen estar inquietos al estar sentados largo tiempo. Encuentran placer en armar y desarmar cosas.

Inteligencia Intrapersonal: muchas veces tienen un gran amor propio y un gran sentido de independencia y voluntad fuerte. Poseen un concepto práctico de sus habilidades y debilidades, siendo capaces de expresar acertadamente sus sentimientos. Pueden tener un buen desempeño cuando trabajan o juegan solos.

En los procesos evaluativos de la Universidad, deben estimularse las actividades de integración, trabajo en equipos, y el análisis crítico y reflexivo de situaciones reales o simuladas que le permitan al futuro profesional universitario, desarrollar esas competencias y habilidades basadas en el saber, saber hacer y saber convivir en sociedad, dado que en la realidad no existe un trabajo que se totalmente independiente, porque trabajamos con otros y para otros; con más razón esto se da al ser contratado por una institución empresarial. Pese a la importancia de lo mencionado, se sigue viendo que en las evaluaciones sumativas de la universidad, sigue prevaleciendo las preguntas o situaciones de memorización por sobre las situaciones de aplicación y reflexión crítica sobre la propia acción.

C. Antunes (2001) en su libro “Estimular las Inteligencias Múltiples” expresa lo siguiente:

La práctica constructivista en el estímulo de las IM, requiere que la escuela se transforme en un espacio de formación y de informaciones donde el aprendizaje de contenidos, la formación de conceptos, el desarrollo de habilidades y la valoración de las tareas relevantes puedan favorecer la interacción del alumno en la sociedad donde vive y donde necesita aprender a convivir. (p. 84).

Antecedentes de investigaciones

Los estudios referidos a las temáticas socio-afectivas en su mayoría se centran en una o dos variables, existiendo un déficit de estudios que observen el clima socio-emocional desde una perspectiva global, observando también la interacción de las variables que parecen ser relevantes para estudiar la relación entre ambiente socio-afectivo y la inclusión educativa (Aksoy y Bercin, 2008; Bender y Wall, 1994; Berry, 2006; citados por Paredes, 2015; p. 19).

Además se recomienda que las investigaciones cualitativas se centren en estudiar la complejidad de los contextos educativos a través de la interiorización en ellos, observando la interacción de variables que entregan información acerca de cómo se construyen y se generan espacios de integración en las escuelas (Ballard, 1997; Pugach, 2001; Andreou, Didaskalou y Vlachou, 2013; citados por Paredes 2015; p. 20).

Según Amarilla M; 2007 la educación emocional que reciben los hombres es diferente a las mujeres en cuanto a la expresión de las mismas; y esto se traslada de la familia a la escuela. (citado por Paredes, 2015, p. 123)

Teniendo en cuenta resultados de algunas investigaciones realizadas sobre la inteligencia emocional y su relación con la edad y el género se observa que no existen diferencias significativas en función al género en los cinco pilares de la inteligencia emocional. (Ruíz- Díaz. D, 2011; p. 235).

En este trabajo se intentará responder las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las habilidades de IM que predominan en los estudiantes del 2do. Semestre de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Americana?
- ¿Cuáles son las dificultades que predominan en las evaluaciones?
- ¿Existen diferencias de expectativas en los alumnos de ambas carreras en relación a los trabajos prácticos?
- ¿La Expo-marketing representa una actividad significativa para los alumnos de la Carrera de Marketing y Publicidad de la Universidad Americana?

La población la conforman los y las estudiantes del 2do Semestres de las Carreras de Marketing y Publicidad e Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales, turnos mañana, que asisten durante el Segundo Periodo Académico 2015 en la Sede Central de la Universidad Americana.

Con esta investigación se pretende aportar a la comunidad universitaria una visión sobre las habilidades prácticas de las Inteligencias Múltiples presentes en los alumnos, y que no son sabiamente aprovechadas en las distintas disciplinas dictadas en el aula.

El Objetivo general: Analizar las habilidades de Inteligencias Múltiples y las expectativas académicas presentes en alumnos del 2do. Semestre de las carreras de Marketing y

Publicidad e Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Americana en la ciudad de Asunción.

Los Objetivos Específicos

1. Identificar las habilidades intelectuales presentes en los alumnos del 2do semestre de las Carreras de Marketing y Publicidad e Ingeniería Comercial del segundo periodo académico del año 2015, en la Universidad Americana de Asunción.
2. Listar las prácticas evaluativas por las cuales pasaron los alumnos del 2do. semestre de la Carrera de Marketing y Publicidad e Ingeniería Comercial de la Universidad Americana de Asunción.
3. Comparar las expectativas de los alumnos de ambas carrera en relación a los trabajos prácticos y otros beneficios académicos.
4. Describir el significado que tiene la expo-marketing para los alumnos de la Carrera de Marketing y Publicidad.

El Sistema Educativo actual sigue evaluando al alumnado desde el Paradigma Conductista, utilizando el estímulo para la obtención de respuesta (E-R) y en especial basándose en los reforzadores tan estudiados por B. Frederic Skinner (1904–1990) padre del Conductismo Operante, es decir, premiar las conductas deseables y castigar las conductas socialmente indeseables o inadecuadas. Para ejemplificar se puede mencionar que: si se estudia la materia, se la aprueba (premio), caso contrario, se la reprueba (castigo).

El trabajo del profesor, consiste en arreglar conjuntos de estímulos y condiciones de reforzamiento, particularmente los de naturaleza positiva y evitar los negativos (castigos). La evaluación se centra en los productos del aprendizaje, sin considerar los procesos. Propone un modelo de hombre básicamente adaptativo y pasivo, poco creador, negándole la posibilidad de desarrollar una actividad intelectual autónoma. Los procesos internos no son observables.

El paradigma Conductista ha sido criticado por razones asociadas a la falta de explicación de numerosos fenómenos y a la visión reduccionista del comportamiento humano que de ello se deriva.

Además de lo arriba expuesto, sigue prevaleciendo en la mayoría de las aulas, las habilidades lingüísticas y lógico-matemáticas como las primordiales para catalogar al sujeto

como “alumno inteligente” sin tomar en cuenta de que existen otras habilidades cognitivas que son muy pocas veces utilizadas por los docentes a la hora de impartir clases o de evaluar lo aprendido.

Esta situación es aún más notoria en la Universidad, porque en el Nivel Secundario, y sobre todo en los Colegios de doble escolaridad, se fomentan actividades culturales, artísticas, científicas, con la participación masiva del estudiantado, como ser, obras de teatro, coro, baile, ferias de ciencias, olimpiadas de matemáticas, exhibiciones de trabajos y los intercolegiales deportivos, que en la mayoría de los colegios asuncenos, son organizados por los alumnos del último año, apoyados por los profesores que sirven de guía y soporte en el quehacer constructivo del alumno, encaminado a desarrollar competencias comprendidas en el “saber hacer”.

Estas actividades de carácter integradoras, fomentan otras habilidades del alumno, que no están precisamente enmarcadas como las de un “alumno inteligente”, pero no por ello menos importante, porque permiten que se destaquen en otros ámbitos, como ser la música, el baile, el teatro y los deportes en general, que a la vez lo ayudan a figurar en su ambiente social al igual que los alumnos que conforman el Cuadro de Honor del Colegio, permitiéndoles también ser dignos representantes del uniforme que llevan.

Todo esto prácticamente queda relegado al llegar a la Universidad porque las horas que asisten a clases, solo contemplan las materias curriculares, no posibilitando el desarrollo continuo y en conjunto con las actividades mencionadas, quedando las mismas sólo como una actividad extra-curricular y para aquellos que en realidad hayan sobresalido en alguna actividad en especial. Es decir, deben elegir conformar el equipo de alguna modalidad deportiva, o formar parte del conjunto musical, del ballet o de la orquesta, dando posibilidad a un número reducido de alumnos, sobre todo, tomando en cuenta que la mayoría ya empiezan a incursionar en el mundo laboral, queda aún menos posibilidades de seguir cultivando las añoradas actividades del colegio. Todo lo expuesto, sumado al poco o casi ningún uso que le dan los docentes a dichas actividades, cualquier potencial musical, deportivo o artístico, queda relegado en la vida universitaria a la categoría de “hobby o pasatiempo” .

La Universidad prestaría un mejor servicio a sus alumnos si las disciplinas fueran presentadas en diferentes modalidades y el aprendizaje fuera valorado a través de una gama de medios más flexibles y respetuoso de la diversidad en el aula. Cuando el docente se apoya en el amplio abanico de las inteligencias múltiples a la hora de enseñar, está estimulando en sus alumnos habilidades cognitivas que lo ayudan en la clarificación, retención y creatividad, aumentando la capacidad de utilizar “lo aprendido” para solucionar problemas, relegando la innecesaria retención de información memorística.

METODO

El Diseño metodológico: Estudio no experimental, descriptivo y de corte transversal, con enfoque mixto.

Población: N° total de alumnos del 2do semestre turno mañana del segundo periodo académico 2015

Muestra de alumnos:

- Carrera de Marketing y Publicidad: 28 alumnos, correspondiente al 100 %
- Carrera Ingeniería Comercial: 26 alumnos, corresponde al 33%

Se optó por una muestra no probabilística e intencional por que se trabajó con los alumnos que asistieron a clases durante la tercera y cuarta semanas del mes de septiembre 2015, respetando la buena disposición de tiempo y voluntad de los sujetos para acceder a colaborar con la encuestadora.

Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos:

- Cuestionario Estructurado “Cómo diagnosticar las Inteligencias Múltiples de sus alumnos” extraído del libro “Inteligencias Múltiples en la educación de las personas” de Elena María Ortíz de Maschwitz.
- Cuestionario semi-estructurado de elaboración propia.

Se respetó el requisito de aplicar los dos instrumentos al mismo tiempo a cada sujeto.

Validación instrumental: Ambos cuestionarios fueron validados mediante una prueba piloto, cuyo resultado determinó una confiabilidad del 0.75 a través de la prueba Alfa Cronbach, que fue realizado en el año 2010,

La validez de Contenido del Cuestionario de Inteligencias múltiples, se sustenta en las características de las mismas encontradas en la literatura mencionada en la Bibliografía.

Técnicas de Análisis de Datos:

- Análisis cuantitativo de la distribución de frecuencias de cada categoría de datos.
- Análisis cualitativo y comparativo de las respuestas obtenidas a través del Cuestionario Semi-estructurado.

Delimitación y Alcance de la investigación: la unidad de análisis estará constituida por alumnos del 2do semestre turno mañana de las Carreras de Marketing y Publicidad e Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Americana, matriculados durante el segundo periodo académico 2015 en la Sede de Asunción.

La Carrera de Marketing y Publicidad incluye como evaluación final de la Materia Introducción a la Comercialización el proyecto áulico denominado EXPOMARKETING, el cual consiste en elaborar un proyecto empresarial desde los primeros pasos de la creación de una empresa hasta la exhibición de los trabajos creados en una exposición pública donde es evaluada y premiada las tres mejores creaciones empresariales. La carrera de Ingeniería Comercial no pasa por el mencionado proceso evaluativo.

La investigación descriptiva mide o evalúa la presencia de las habilidades a estudiar, en este caso, las Inteligencias Múltiples (IM) y su estimulación en las aulas universitarias.

RESULTADOS

a) Resultados del Cuestionario “Cómo diagnosticar las Inteligencias Múltiples de sus alumnos” de Elena María Ortíz de Maschwitz.

Alumnos de la Carrera de Marketing y Publicidad

ALUMNOS	Inteligencia. en 1er lugar	Inteligencia en 2do.lugar
1-	Intrapersonal 80 %	Interpersonal 78 %
2-	Espacial 44 %	Interpersonal: 44 %
3-	Interpersonal 67%	Musical 60 %
4-	Musical: 70 %	Naturalista: 50 %
5-	Intrapersonal 67 %	Lingüística: 55 %
6-	Intrapersonal 90%	Interpersonal 89 %
7-	Interpersonal 67%	Intrapersonal 40 %
8-	Interpersonal 67 %	Intrapersonal 50 %
9-	Musical: 70 %	Intrapersonal 50 %
10-	Interpersonal 78 %	Musical: 70%
11-	Interpersonal 67 %	Espacial 55%
12-	Musical 90%	Interpersonal 70 %
13-	Interpersonal 77 %	Musical 50 %
14-	Interpersonal 89 %	Lingüística 64 %
15-	Musical 50 %	Lingüística 45 %
16-	Naturalista 100 %	Intrapersonal 90 %
17-	Musical 70 %	Espacial 56 %
18-	Lógica-matemática 80 %	Interpersonal, y Espacial 67%
19-	Interpersonal 67 %	Espacial 53 %
20-	Lógica-matemática 40 %	Interpersonal 33 %
21-	Interpersonal 89 %	Intrapersonal 70 %
22-	Lógica-matemática 70 %	Intrapersonal 40 %
23-	Naturalista 100 %	Intrapersonal 70 %
24-	Interpersonal 78 %	Lógica y Musical 70%
25-	Musical 100 %	Lógica-matemática 70 %
26-	Intrapersonal 80 %	Interpersonal 78 %
27-	Espacial 67%	Lingüística 55 %
28-	Interpersonal 100 %	Musical e Intrapersonal 80 %

Alumnos de la Carrera de Ingeniería Comercial

ALUMNOS	Inteligencia. en 1er lugar	Inteligencia en 2do.lugar
1-	Interpersonal 89 %	Espacial 78 %
2-	Interpersonal 78 %	Lógico-matemática 60 %
3-	Interpersonal 100 %	Musical 100 %
4-	Interpersonal 100 %	Espacial: 56 %
5-	Lógica-matemática 60 %	Interpersonal: 56 %
6-	Lógico-matemática 50 %	Interpersonal 44 %
7-	Interpersonal 89 %	Física 78 %
8-	Física 100 %	Interpersonal 78 %
9-	Interpersonal 100 %	Musical 90 %
10-	Intrapersonal 100 %	Interpersonal: 78 %
11-	Intrapersonal 100 %	Intrapersonal 67 %
12-	Musical 70%	Lingüística 45 %
13-	Interpersonal 78 %	Intrapersonal 40 %
14-	Intrapersonal 80 %	Lógico-matemática 70 %
15-	Interpersonal 89 %	Musical 60 %
16-	Física 67 %	Espacial 56 %
17-	Intrapersonal 70 %	Interpersonal 56 %
18-	Musical 50 %	Intrapersonal 30 %
19-	Musical 50 %	Física 33 %
20-	Interpersonal 67 %	Musical 50 %
21-	Musical 80 %	Interpersonal 67 %
22-	Musical 80 %	Intrapersonal 70 %
23-	Intrapersonal 80 %	Lógico-matemática 70 %
24-	Naturalista 100 %	Intrapersonal 70%
25-	Lógico-matemática 90 %	Naturalista 83 %
26-	Interpersonal 78 %	Intrapersonal 70 %

b) Resultados del Cuestionario semi estructurado aplicados a los alumnos:

1- Las actividades desarrolladas en clase o extra clase te ayudan a estimular:

Items	MRK		ICA	
	N°	%	N°	%
a) La búsqueda bibliográfica	13	46	12	48
b) Las relaciones con tus compañeros	18	64	22	88
c) Actividades con movimiento	5	18	5	20
d) Actividades con música	4	14	2	8
e) Actividades artísticas o creativas	1	4	0	0

Esta tabla N°1: revela las actividades desarrolladas en clase o extra clase ayudan a estimular

- las relaciones con los compañeros en el 64% de los casos en los alumnos de MRK y en el 88% de los casos para los alumnos de Ing. Comercial
- la búsqueda bibliográfica en un 46 % y 48 %, respectivamente en ambas carreras.
- actividades con movimiento el 18 % de las veces en MRK, y el 20 % en Ing. Comercial.
- actividades con música en un 14 % en MRK y un 8 % en In. Comercial.
- actividades artísticas o creativas en un 4% en MRK.

2- En las evaluaciones figuran actividades de:

Items	MRK		ICA	
	N°	%	N°	%
a) Respuestas de completación	20	71	18	72
b) Respuestas de F o V; o Si o No	20	71	25	100
c) Análisis de casos o planteamiento de problemas	8	29	11	44
d) Otras	0	0	0	0

Esta tabla revela que el 71% de las evaluaciones de los alumnos de la Carrera de Marketing está comprendida por preguntas de completación; preguntas de Falso o Verdadero; o de Si o No. Solo en un 29 % se presentan análisis de casos o planteamiento de problemas.

El 100 % de las evaluaciones de los alumnos de Ing. Comercial presentan preguntas dicotómicas (F o V; Si o No). El 72% de las evaluaciones tienen preguntas de completación, y el análisis de casos o planteamiento de problemas se presenta en el 44% de las evaluaciones.

3- Te gustaría que los trabajos prácticos fueran:

Alumnos de Marketing	Alumnos de Ing. Comercial
“Trabajo de campo” “Análisis de casos” “Desarrollados en clase con exposición” “Investigaciones” “Valgan más puntos”	“Con más enfoques aprendidos en clase” “Valgan puntos de acorde al trabajo” “Análisis de casos” “Que sean parte de la nota” “Que sean vía e mail” “Se mantengan así”

4- Te gustaría que la Universidad te brinde:

Alumnos de Marketing	Alumnos de Ing. Comercial
“Becas para el promedio 5 y no solo a las personas con dificultades económicas” “Más apoyo al deporte” “Becas al deporte” “Mayor herramientas para lograr un desarrollo óptimo” “Más posibilidades de trabajo y especialización” “Mejores computadoras en la Biblioteca” “Transporte hasta Mcal. López en el turno noche con medio pasaje” “Educación de calidad” “Más horarios de clases” “Mayor oportunidad de visitar lugares de acuerdo a la carrera”	“Becas al buen promedio” “ Mayor información en el portal” “Sin tantos requisitos para estudiantes extranjeros” “Comprender las ausencias laborales” “Más tecnologías en los laboratorios y que sean gratuitos cuando se está al día” “Más congresos y capacitaciones” “Mejores baños” “Más bebederos” “La posibilidad de hacer una año fuera del país”

5- La expo-marketing significó para ti:

“Buena experiencia para llevar a la práctica todo lo aprendido”

“Aprender cómo crear una empresa”

“Manera de adentrarnos a lo que será nuestra carrera”

“Elegir proyectos de interés”

“Desarrollar habilidades de solución de problemas”

“Desarrollar nuestras capacidades y responsabilidades”

“Prácticas innovadoras y efectivas”

“Nos ayudó a aprender muchísimo”

“Una forma de aprender a trabajar en grupo”

“Aplicar conceptos del marketing”

CONCLUSIONES

En cuanto al **Objetivo Específico N° 1**, se encontraron las siguientes habilidades en la muestra seleccionada:

En los alumnos de la Carrera de Marketing y Publicidad:

- Inteligencia interpersonal, en 11 alumnos, equivalente al 39 %
- Inteligencia musical: en 6 alumnos. Corresponde al 22 %
- Inteligencia intrapersonal: en 4 alumnos, corresponde al 14 %
- Inteligencia lógica-matemática: en 3 alumnos, equivale al 11 %
- Inteligencia espacial, la presenta 2 alumnos, equivale al 7 %
- Inteligencia naturalista, la presentan dos alumnos, equivale al 7 %

En los alumnos de la Carrera de Ingeniería Comercial:

- Inteligencia interpersonal, en 11 alumnos, corresponde al 42 %
- Inteligencia intrapersonal en 4 alumnos, corresponde al 15 %
- Inteligencia musical en 5 alumnos, corresponde al 19 %
- Inteligencia lógico-matemática en 3 alumnos, corresponde al 12 %
- Inteligencia kinestésica o corporal, en 2 alumnos, corresponde al 8 %
- Inteligencia Naturalista, un alumno y corresponde al 4 %.

En cuanto al **Objetivo Específico N° 2**, y en relación a las prácticas evaluativas el mayor porcentaje de los exámenes ocupan las preguntas dicotómicas (Falso o Verdadero, Si o NO) y las respuestas de completación. Los análisis de casos o temas para desarrollar, se constituye el 29% del examen en Marketing y el 44 % de los exámenes de Ingeniería Comercial.

En relación al **Objetivo Específico N° 3**, los alumnos de ambas carreras desean que los trabajos prácticos representen puntos que ayuden en los exámenes, sean prácticos, con análisis de casos y enfocados a la carrera.

En relación a los beneficios académicos los alumnos desean mayor ayuda al deporte a través de becas deportivas, también que las becas sean brindadas a todos los alumnos con promedio 5, y no solo a aquellos que tienen dificultades económicas; desean además más tecnología en los laboratorios y que éstos sean gratuitos cuando se está al día con los compromisos económicos, como así también, más computadoras en la biblioteca. Además mencionan el deseo de contar con transporte público con medio pasaje hasta la Avda. Mcal López en el turno noche.

En relación al **Objetivo Específico N° 4** la experiencia de la Expo-marketing representa para los alumnos una gran experiencia para llevar a la práctica lo aprendido en la teoría, fomentando el trabajo en equipo, a la vez que se aprende como armar una empresa y sobrellevarla, además de desarrollar habilidades de promoción y venta de productos.

Tomando en cuenta la importancia del aprendizaje significativo, en el cual se conecta la teoría con la práctica, se sugiere lo siguiente:

- Fomentar en el aula, a través de los trabajos prácticos actividades creativas y participativas
- Fomentar el trabajo en equipo en los docentes a fin de solicitar trabajos prácticos vivenciales que abarquen más de una materia, en cada semestre.
- La evaluación no debe reducirse a un acto final y burocrático, sino que debe integrar aspectos cuantitativos y cualitativos del proceso de enseñanza/aprendizaje.
- Los instrumentos evaluativos deben permitir evaluar las capacidades intelectuales y actitudinales, promoviendo la auto-evaluación y la co-evaluación durante todo el proceso.
- Que los convenios marcos firmados con las empresas, permitan una práctica vivencial rotativa, a más de las pasantías obligatorias.
- El compromiso conjunto de los docentes de cada sección de organizar una visita guiada semestral a empresas, industrias u organizaciones.

Ofrecer actividades agradables y pertinentes de acuerdo a la habilidades, intereses e inteligencias desarrolladas en los estudiantes, los motivará a descubrir su propio conocimiento, mejorando así el proceso de enseñanza/ aprendizaje y también mejorará el trabajo docente porque podrá mejorar los planes y rutinas diarias, y de esta forma el estudiante aprenderá mejor,

con más efectividad y sentirá que la educación impartida por el docente se acomoda a sus necesidades, preferencias y gustos.

REFERENCIAS

- Ander – egg, Ezequiel (2006) *Claves Para Introducirse en el Estudio de las Inteligencias Múltiples*
Ediciones Homo Sapiens – Santa Fé, Argentina, – 1ra. Edición.
- Antunes, cerlso a. (2001) *ESTIMULAR LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES: qué son, cómo se manifiestan, cómo funcionan*
Narcea S.A. de Ediciones, Madrid, España
- Armstrong, thomas (1999) *Las Inteligencias Múltiples en el aula*
Ediciones Manantial SRL
- Ausubel, david, Novak Josep, Hanesian Helen (2001) *Psicología Educativa*. Editorial Trillas – México.
- Gardner, Howard (1994) *Estructura de la mente: La teoría de las inteligencias múltiples*.
Fondo de la Cultura económica, 2da. Edición - México.
- Gardner, Howard (2001) *La Inteligencia Reformulada: Las inteligencias múltiples en el Siglo XXI*. Paidós, España.
- Gardner, Howard (1999) *La Mente no Escolarizada: Cómo piensan los niños y cómo deberían enseñar las escuelas*. Paidós, Argentina.
- Hernández sampieri, Roberto (2003) *Metodología de la Investigación*
Mc Graw Hill, 3ra. Edición - México.
- Maschwitz, Elena María Ortiz de (2003) *Inteligencias Múltiples en la Educación De Las Personas*. Editorial Bonum, Buenos Aires, Argentina.
- Tesis doctoral: paredes peralta, Sandra I. (2015) *Inteligencia emocional en estudiantes del 9º grado de EEB, durante la segunda etapa del año lectivo 2013, de instituciones educativas inclusivas, de gestión oficial, en la Zona Capital y Central*.
Universidad Nacional de Asunción – Facultad de Filosofía, Carrera de Psicología - Paraguay

Tesis doctoral: ruíz- diaz m., Daniela (2011): *Relación de la inteligencia emocional con las variables edad, género, actividad laboral y responsabilidad en el personal docente y administrativo académico de las universidades privadas de la ciudad de Asunción.*

Universidad Nacional de Asunción – Facultad de Filosofía, Carrera de Psicología - Paraguay
Velazco salazar, Carlos (2000) Metodología de la investigación.

2da. Edición, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.