

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1524>

Creatividad en estudiantes de licenciatura en administración del TecNM-Campus Cd. Altamirano, México

Creativity in undergraduate students in administration at the TecNM-Campus Cd. Altamirano, Mexico

Marcos Campos Delgado

cmarcos914@yahoo.com

<https://orcid.org/0009-0002-2320-5589>

Instituto Tecnológico de Cd. Altamirano
Cd. Altamirano, Guerrero – México

Audón Gómez Mendoza

mendoza45640@outlook.es

<https://orcid.org/0000-0002-8522-0939>

Instituto Tecnológico de Cd. Altamirano
Cd. Altamirano, Guerrero – México

Simón Marcelo Peñaloza

simon.mp@cdaltamirano.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0008-7122-8340>

Instituto Tecnológico de Cd. Altamirano
Cd. Altamirano, Guerrero – México

Amparo Ortiz Mariano

amparoomariano@gmail.com

<http://orcid.org/0009-0009-8503-9265>

Instituto Tecnológico de Cd. Altamirano
Cd. Altamirano, Guerrero – México

Artículo recibido: 11 de diciembre de 2023. Aceptado para publicación: 27 de diciembre de 2023.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El Instituto Tecnológico de Cd. Altamirano forma parte del sistema Tecnológico Nacional de México, el cual agrupa 254 tecnológicos distribuidos a lo largo y ancho del país, cuyas actividades sustantivas son docencia, vinculación, investigación y gestión académica. Dichas actividades consolidan el perfil profesional de los estudiantes egresados. Una de las actividades que contribuyen al desarrollo del sector social es la innovación a través de la vinculación de procesos y productos que mediante la vinculación innovan sistemas productivos. Sin embargo, la creatividad en los estudiantes es una competencia que se desarrolla en las materias de Innovación y emprendedurismo. En la retícula del programa de licenciatura en administración abordan el desarrollo de competencias de innovación y creatividad de una manera aislada el cual el único interés es aportar los créditos que por la normatividad deben cumplirse, así mismo, se observa poca productividad en la innovación en cuanto a los aspectos mencionados, de ahí la importancia de desarrollar un diagnóstico que nos arroje elementos determinantes para implementar acciones que propicien el fomento de estas competencias que contribuyen al desarrollo económico y social de los países. Los resultados que se encontraron fueron que los hombres presentan mayores niveles de creatividad en algunas dimensiones; el grado de avance semestral no es un factor de significancia en la creatividad de los estudiantes; no se tienen diferencias significativas en estudiantes locales y los de las comunidades;

la edad no tiene influencia significativa en la creatividad de los estudiantes; el rendimiento escolar no tiene influencia significativa en los niveles de creatividad; se detectó que existe cierta diferencia significativa en algunas dimensiones en los alumnos que trabajan y los que no trabajan.

Palabras clave: creatividad, estudiantes, administración, nivel superior

Abstract

The Technological Institute of Cd. Altamirano is part of the National Technological System of Mexico, which brings together 254 technological centers distributed throughout the country, whose substantive activities are teaching, networking, research and academic management. These activities consolidate the professional profile of the graduated students. One of the activities that contribute to the development of the social sector is innovation through the linking of processes and products that, through the linking, innovate productive systems. However, creativity in students is a competence that is developed in the subjects of Innovation and Entrepreneurship. In the grid of the bachelor's degree program in administration, they address the development of innovation and creativity competencies in an isolated manner, in which the only interest is to provide the credits that must be met by regulations. Likewise, little productivity is observed in innovation in terms of to the aforementioned aspects, hence the importance of developing a diagnosis that provides us with determining elements to implement actions that promote the promotion of these competencies that contribute to the economic and social development of the countries. The results found were that men present higher levels of creativity in some dimensions; The degree of semester progress is not a significant factor in the creativity of the students; There are no significant differences between local students and those from the communities; age does not have a significant influence on students' creativity; School performance does not have a significant influence on creativity levels; It was detected that there is a certain significant difference in some dimensions in students who work and those who do not work.

Keywords: creativity, students, administration, higher level

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons 

Cómo citar: Campos Delgado, M., Gómez Mendoza, A., Peñaloza, S. M., & Ortiz Mariano, A. (2023). Creatividad en estudiantes de licenciatura en administración del TecNM-Campus Cd. Altamirano, México. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(6), 1298 – 1314. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1524>

INTRODUCCIÓN

En los últimos años ha crecido el interés por los gobiernos del mundo, por fomentar la creatividad y la innovación en las organizaciones en sus diversas áreas, dadas las necesidades que van surgiendo con el paso del tiempo, donde se plantean retos a las nuevas generaciones, ya que el crecimiento demográfico, el cambio climático, los cambios en la geopolítica y los nuevos adelantos tecnológicos plantean nuevos desafíos a las organizaciones y a los gobiernos de todo el mundo (Vergara, 2023), además de que se considera la creatividad e innovación como un recurso renovable e ilimitado y que puede encontrarse en cualquier parte del mundo.

Existe una infinidad de problemas que son muy evidentes: guerra, hambre, desnutrición, analfabetismo, injusticia, contaminación, criminalidad, delincuencia y una gran lista de problemas similares que no se van a resolver solos, ya que no basta con tener buenas intenciones. Se requiere pensar y crear soluciones para emprenderlas inmediatamente y probar cuales son las mejores soluciones a los retos que se plantean (Agüera, 2011). Idear soluciones implica motivar la creatividad e innovación de las personas, que pueden estar o no involucradas o afectadas por tales propuestas de solución que en muchos casos requieren reinventar productos y servicios (Garzón, 2013), además de valorar cuales de ellas ofrecen mejores resultados, en tiempo, costo, complejidad y recursos a utilizar.

Se cree que existe una estrecha relación entre los conceptos de creatividad e innovación, ya que el conocimiento de la creatividad nos otorga información sobre lo que es la innovación y viceversa (Gervilla Castillo, 2003), de tal manera que la creatividad en el ser humano lo conducirá a realizar innovación.

Se entiende la creatividad como la originalidad humana que las personas presentan en el trabajo, el ocio y las diversas actividades de la vida diaria. Se argumenta que la creatividad cotidiana es muy necesaria para la supervivencia del ser humano (Elisondo R.C. &, 2021) y que esta se basa en el compromiso de las personas y su participación activa.

Esta región se caracteriza por ser un territorio con vocación agropecuaria, debido a que se desarrollan actividades agropecuarias, en el que predominan cultivos como el maíz, el mango, jitomate, melón, sandía, comba, frijol judío, entre otras de menor trascendencia. En el ámbito ganadero se cuenta con ganado bovino, caprino, porcino, aves, entre otras. Bajo este contexto los sistemas agropecuarios demandan desarrollo sustentable a través de paquetes tecnológicos que cubran todo el sistema producto desde la producción hasta la comercialización (Arboleda Jaramillo, 2020), y solamente esto se da a través de la creatividad y consecuentemente la innovación. Esta necesidad puede ser sufragada a través de la incorporación de técnicas de creatividad.

Incorporar técnicas de creatividad dentro de la enseñanza escolar en las universidades puede requerir demasiado tiempo, ya que implica realizar reformas a los planes y programas de estudio, buscando que desde los niveles más básicos se fomenten con algunos juegos didácticos el desarrollo de habilidades creativas y emprendedoras, lo que sin duda requerirá que aun los profesores reciban capacitación sobre estos temas para desarrollarlos en las aulas, lo cual implicaría reorganizar gran parte de las temáticas de algunas asignaturas. Todo esto sin duda requiere considerable tiempo, por lo tanto, su utilización debe ser analizado a profundidad y de manera periódica (Murcia Cabra, 2007). En este sentido es necesario considerar los estilos creativos de las personas se pueden considerar en relación con cuatro aspectos fundamentales (Vidal, 2009):

El estilo transformador: donde las personas tienden a plantearse preguntas sobre el como pueden modificar lo que ya existe.

El estilo visionario: donde se busca imaginar de manera real cuales son las soluciones en el corto y largo plazo para los problemas detectados.

El estilo experimental: que consiste en cómo combinar lo que se tiene actualmente y realizar pruebas y evaluar sus resultados.

El estilo explorador: donde se busca salir de la rutina, recoger y analizar datos que puedan dar ideas para la búsqueda de nuevas soluciones.

La creatividad se puede analizar desde tres enfoques:

En el primer enfoque, el pensamiento creativo puede desarrollarse utilizando la información disponible o con la llegada de nueva información que enriquece la que ya se tiene, con la finalidad de poder resolver un problema existente en la realidad del individuo (López, 2016), y esta información se procesa a través del pensamiento lógico y con la capacidad para recolectar y sintetizar la información y generar nuevas combinaciones para encontrar solución a los problemas o necesidades que se han detectado.

El segundo enfoque tiene que ver con reconsiderar el repensar la información de que se dispone y abrirse a nuevas combinaciones para encontrar nuevas formas de solución de los problemas, realizando diversas modificaciones a los elementos que se tienen en el momento, considerando el pensamiento lateral como una alternativa a la posible solución de los problemas.

El tercer enfoque versa sobre la reestructuración de la información al acompañarla con nuevas informaciones, conformar nuevos patrones y ponerlos en marcha tratando de encontrar las fallas y considerar cuáles pueden ser los nuevos caminos de solución para los problemas detectados.

Todas las personas que son creativas generan proyectos que marcan nuevas pautas a seguir, las cuales en seguida se convierten en tendencias (Castillo, 2003), comenzando a generar nuevas actividades económicas y emergiendo en muchos de los casos industrias que no habían sido descubiertas y aprovechadas por los emprendedores.

El proceso creativo enfatiza en las fases o secuencia de pasos del proceso creativo, donde se han identificado cuatro fases (González Romo, 2007) primordiales para su desarrollo:

Preparación: En esta primera fase se busca, organiza, almacena y transforma la información de manera abstracta. Para ello se requiere poseer motivación epistemológica, sensibilidad, flexibilidad y fluidez de ideas para representar la situación.

Incubación: Se conforma por el periodo de gestación de la idea, donde se analizan las características del trabajo del problema mediante el libre de proceso inconsciente o parcialmente consciente del problema y su contexto, donde el conocimiento adquirido comienza a ser reestructurado para generar nuevas estructuras mentales.

Iluminación: Esta fase se considera la más emocionante, ya que es el momento en el que termina la incubación, sucede el chispazo, clic o insight que tiene la persona cuando cree que dá con la respuesta perfecta a lo que está trabajando.

Verificación: En esta etapa final se detalla la solución y se procede a la corrección y revisión del producto. En esta etapa se produce el enlace entre el artista, creador o científico y su producto o solución. La persona desarrolla su producto y realiza los ajustes necesarios para la funcionalidad de su solución.

Para realizar la evaluación de la creatividad existen diversos instrumentos de recogida de datos dentro de los que se encuentran Creativity Behavior Inventory, el cual explora el pensamiento divergente,

inteligencia y comportamiento creativo covariado; tenemos por otro lado el Creativity Domain Questionnaire (Shelley H. Carson J. B., 2005), que mide las creencias que tienen las personas sobre su nivel de creatividad en diferentes dominios. Mientras que otras escalas se centran en comportamientos y logros observables, esta se centra en la opinión que las personas tienen de sí mismas, con preguntas enfocadas a qué tan creativos consideran que son, considerando dominios como actuación, danza, informática, liderazgo y escritura. Se encuentra además el Biographical Inventory of Creative Behaviors, que cubren los ámbitos comunes de la creatividad cotidiana, como las artes, la artesanía y escritura creativa, pero también aborda la creatividad social, como el liderazgo, el coaching y la tutoría, además de que estos elementos se consideran los tipos más comunes de acciones creativas cotidianas.

La herramienta de evaluación empleada para la presente investigación es el Cuestionario de Logros Creativos propuesto por Shelley Carson, donde se consideran diez dimensiones.

Existe una gran cantidad de autores y propuestas para realizar la evaluación de la creatividad e innovación, algunos de ellos las agrupan de diferentes formas (Santaella, 2006),

Con base en la situación descrita, la presente investigación tiene como finalidad evaluar la creatividad de los estudiantes de Licenciatura en Administración del TecNM- Campus Cd. Altamirano.

Las hipótesis de la investigación en las que se basa la investigación son:

- El sexo de los estudiantes no influye en los niveles de creatividad.
- El grado de avance semestral de los estudiantes no influye en los niveles de creatividad.
- El lugar de origen de los estudiantes no afecta los niveles de creatividad.
- La edad no ejerce influencia en los niveles de creatividad.
- El rendimiento escolar no determina el nivel de creatividad.
- El trabajar no determina el nivel de creatividad.

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo comparativo con un enfoque cuantitativo, ya que se compara los grupos de estudiantes considerando los semestres que cursan, tomando en cuenta el sexo, lugar de procedencia, edad, rendimiento escolar y si realizan actividades económicas, y como variable independiente los valores obtenidos en la creatividad de acuerdo con el Cuestionario de Logros Creativos.

Para la aplicación del cuestionario, se les informó a los estudiantes cuál es la finalidad de la investigación por parte de los investigadores y se les entregó el documento en el que se establece el compromiso de confidencialidad y el anonimato de la información obtenida, en donde cada uno de los participantes de la investigación, la leyeron y lo firmaron de conformidad.

Los estudiantes se eligieron de acuerdo a su disponibilidad y el tipo es no probabilístico por conveniencia, donde la muestra que se toma en cuenta es la que el investigador considera pertinente, lo que le concede elegir de manera arbitraria la cantidad de participantes que puede haber en el estudio de la investigación (Hernández G., 2021).

La muestra está integrada por 119 estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración del Tecnológico Nacional de México (TecNM)- Campus Cd. Altamirano (Tabla 1).

Tabla 1

Tabla de distribución de semestre y grupos.

Total por semestre	Semestre	Grupo	n	Porcentaje %
33	Primer	1A7	33	27.73
36	Tercero	3A7	36	30.25
23	Quinto	5A7	23	19.33
27	Séptimo	7A7	27	22.69
		Total	119	100%

Los estudiantes participantes se conforman por 43 hombres y 76 mujeres, con 36.13% de hombres y 63.87% de mujeres. Los estudiantes presentan edades entre los 17 y 26 años de edad, de los cuales 3 estudiantes son de 17 años, 20 de 18, 38 de 19, 19 de 20, 25 de 21, 8 de 22, 3 de 23, 1 de 24, 1 de 25 y 1 de 26 respectivamente; todos de la carrera de Licenciatura en Administración del Tecnológico Nacional de México (TecNM)- Campus Cd. Altamirano.

Esta investigación es con un diseño no experimental, ya que es usado para diferenciar, describir o examinar asociaciones, en lugar de buscar relaciones directas entre grupos, variables o situaciones. No existen actividades aleatorias, grupos control, o alteración de variables, ya que este modelo utiliza la observación (Sousa V.D., Driessnack, M. y Costa M., I., A., 2007), también es un enfoque transversal debido a que se analizan las variables en un momento temporal determinado (Ato, M, López, J., J. y Benavente, A, 2013).

Se utilizó para la presente investigación el Creative Achievement Questionnaire considerando Diez aspectos de la creatividad a evaluar (Shelley H. Carson J. B., 2005), los cuales son: Artes Visuales, Música, Danza, Diseño Arquitectónico, Escritura Creativa, Humor, Invenciones, Descubrimientos Científicos, Teatro y Cine y Artes Culinarias.

El cuestionario de logros creativos contempla un total de 80 ítems distribuidos entre las diez dimensiones; las cuales del 0 al 7 son para evaluar Artes Visuales, las siguientes del 0 al 7 son para evaluar Música. Esta numeración en cada una de las dimensiones comienza desde cero, ya que la anotación que se realice en este ítem indica que la persona no posee ninguna habilidad en esa dimensión por lo que deberá pasar a la siguiente. Cada número de pregunta que se contesta afirmativamente se asienta el valor del ítem para su contabilización. Los valores que se encuentran marcados con un asterisco (*) indican que ese valor se multiplica por el número de veces que se repite.

La aplicación del cuestionario se realizó concentrando a los estudiantes por grupo, en sus respectivas aulas de clase, otorgándoles los cuestionarios impresos para su contestación en 20 minutos para que consideraran cada uno de los ítems y contestaran de acuerdo a su realidad.

La información obtenida mediante los cuestionarios se capturó y procesó con el programa SPSS 23.0 para Windows (Statistical Package for the Social Science), en el que se procedió realizar un análisis descriptivo e inferencial, considerando un nivel de confianza del 95%.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se presenta en análisis y la interpretación de los resultados que se generaron a partir de la aplicación del Creative Achievement Questionnaire (CAQ), considerando la totalidad de los alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración del Tecnológico Nacional de México (TecNM)- Campus Cd. Altamirano, donde la matrícula escolar del semestre junio-diciembre del 2023 es de un total de 119 estudiantes. Tabla 2

Tabla 2

Sexo de los estudiantes participantes

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	43	36.13
Femenino	76	63.87
Total	48	100%

En lo que se refiere a la distribución de los encuestados clasificados por semestre se distribuyen de la siguiente manera, primer semestre 33 estudiantes, tercer semestre 36, quinto semestre 23 y 27 de séptimo semestre.

Al Cuestionario de Logros Creativos se le midió la fiabilidad con el estadígrafo Alfa de Cronbach el cual arrojó, un resultado favorable con un valor de 0.769, considerándose como un instrumento confiable, ya que este valor se encuentra cercano a uno, como lo expresa (Hernández Sampieri, R. et.al., 2014), un valor desde de 0.7 hasta 1 se considera de alta fiabilidad.

El análisis de la confiabilidad de cada una de las dimensiones a través del análisis de consistencia interna de los ítems se consideran aceptables. Tabla 3

Tabla 3

Dimensiones

Dimensión	Alfa de Cronbach
Artes Visuales	0.736
Música	0.772
Danza	0.787
Diseño Arquitectónico	0.752
Escritura Creativa	0.748
Humor	0.750
Inventiones	0.740
Descubrimientos científicos	0.742
Teatro y Cine	0.731
Artes Culinarias	0.738

Se considera que estos ítems tienen una correlación muy elevada debido al carácter politómico de las respuestas a los ítems.

El sexo de los estudiantes no influye en los niveles de creatividad.

Al aplicar la prueba no paramétrica kolmogorob (porque la muestra es superior a 50) a los datos recolectados se detectó que las puntuaciones para hombres y mujeres no cumplen los supuestos de normalidad y homocedasticidad, ya que los valores son de 0.00 y 0.00 respectivamente.

La prueba de U de Mann Whitney nos indica un $P(\text{sig.}) < 0.05$ siendo de 0.028, lo que significa que si existe significancia en la variable creatividad entre hombres y mujeres de manera general y en algunas dimensiones (tabla 4).

Tabla 4

Diferencias estadísticas en relación al sexo de los estudiantes

Dimensiones	Sexo rango promedio		U de Mann Whitney	P
	Hombres (n=43)	Mujeres (n=76)		
General	0.74	0.45	1,238	0.028
Artes Visuales	1.09	0.64	1,425,000	0.183
Música	1.02	0.28	1,198,500	0.001
Danza	0.86	0.91	1,595,000	0.794
Diseño arquitectónico	0.33	0.17	1,446,500	0.080
Escritura creativa	0.77	0.63	1,554,000	0.607
Humor	1.28	0.74	1,180,500	0.007
Invencciones	0.58	0.14	1,276,500	0.004
Descubrimientos científicos	0.47	0.13	1,289,500	0.002
Teatro y cine	0.56	0.36	1,403,000	0.106
Artes culinarias	0.44	0.51	1,579,000	0.712

* $p < 0.05$

Con base en la información anterior comprendemos que existen seis dimensiones que no tienen un nivel de significancia (Artes visuales, Danza, Diseño Arquitectónico, Escritura Creativa, Teatro y Cine y Artes Culinarias), mientras que las otras cuatro (Música, Humor, invenciones y descubrimientos científicos) si tienen cierto nivel de significancia

El grado de avance semestral de los estudiantes no influye en los niveles de creatividad

Se acepta la hipótesis nula presentada para la prueba de Kruskal Wallis que presenta un valor de P(sig) > 0.05, es decir, siendo este de 0.430 donde los estudiantes de los diferentes grados semestrales no mostraron diferencia significativa a la variable creatividad (Tabla 5,6).

Tabla 5

Rango de promedios por semestre de creatividad

	Semestre	N	Rango promedio
Creatividad	1	33	55.67
	3	36	67.11
	5	23	61.37
	7	27	54.65
	Total		119

Tabla 6

Significancia del estadístico de prueba

Estadísticos de prueba ^{a,b}	
	Creatividad
H de Kruskal-Wallis	2.763
G1	3
Sig. Asintótica	.430
a. Prueba de Kruskal Wallis	
b. Variable de agrupación: semestre	

El lugar de origen de los estudiantes no afecta los niveles de creatividad

En la variable lugar de origen se calcula que no existe normalidad (Kolmogorob) para origen urbano $P(\text{sig.}) = 0.000$ y para origen rural un $P(\text{sig.}) = 0.000$, lo que determina que los datos no siguen una distribución normal por lo que debe usarse pruebas no paramétricas.

La prueba de U de Mann Whitney nos indica un $P(\text{sig.}) > 0.05$ siendo de 0.313, lo que significa que no existe significancia en la variable de inteligencia emocional entre los que vienen de zona urbana y la zona rural en cada una de las dimensiones (tabla 7).

Tabla 7

Diferencias estadísticas en relación al lugar de procedencia de los estudiantes

Dimensiones	Procedencia rango promedio		U de Mann Whitney	P
	Urbana (n=51)	Rural (n=68)		
General	4.96	6.00	1,547,000	0.313
Artes Visuales	0.84	0.78	1,612,000	0.450
Música	0.41	0.65	1,606,000	0.355
Danza	0.67	1.06	1,476,500	0.094
Diseño Arquitectónico	0.24	0.22	1,668,500	0.553
Escritura Creativa	0.73	0.65	1,727,000	0.965
Humor	0.82	1.01	1,561,000	0.320
Invencciones	0.18	0.40	1,605,500	0.315
Descubrimientos científicos	0.25	0.25	1,695,000	0.730
Teatro y Cine	0.49	0.38	1,610,500	0.401
Artes Culinarias	0.33	0.60	1,504,500	0.134

* $p < 0.05$

La edad no ejerce influencia en los niveles de creatividad

La prueba de Kruskal Wallis realizada presenta un valor de 0.702 lo que es $P(\text{sig.}) > 0.05$, es decir, la edad de los estudiantes no tiene significancia importante en la variable creatividad (Tabla 8 y 9).

Tabla 8

Edad y creatividad

Creatividad	Rangos		
	Edad	N	Rango promedio
	17	3	36.67
	18	20	62.70
	19	38	55.91
	20	19	67.92
	21	25	53.90
	22	8	77.19
	23	3	60.17
	24	1	73.00
	25	1	61.50
	26	1	81.00
	Total	119	

Tabla 9

Significancia del estadístico de prueba

Estadísticos de prueba ^{a,b}	
	Creatividad
H de Kruskal-Wallis	6.375
GI	9
Sig. Asintótica	.702
a. Prueba de Kruskal Wallis	
b. Variable de agrupación: Edad	

El rendimiento escolar no determina el nivel de creatividad

Se reportan trabajos de investigación donde se expresa que muchos autores pueden encontrar una nula, alta o baja relación entre la creatividad y el rendimiento académico (García, 2018), lo cual significa que al aumentar el nivel de creatividad de los estudiantes se puede presentar un bajo, nulo o mayor rendimiento escolar.

Los datos no presentan una distribución normal, ya que presentan un p (sig) < 0.01, cuyas cantidades son de 0.00 y 0.00 para rendimiento escolar y creatividad respectivamente.

En el presente estudio los resultados expresan que no existe relación entre el rendimiento académico y la creatividad (Tabla 10).

Tabla 10

Cálculo del R cuadrado

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.099a	.010	.001	5.561
a. Predictores: (Constante), Creatividad				

Gráfico 1

Gráfico de dispersión

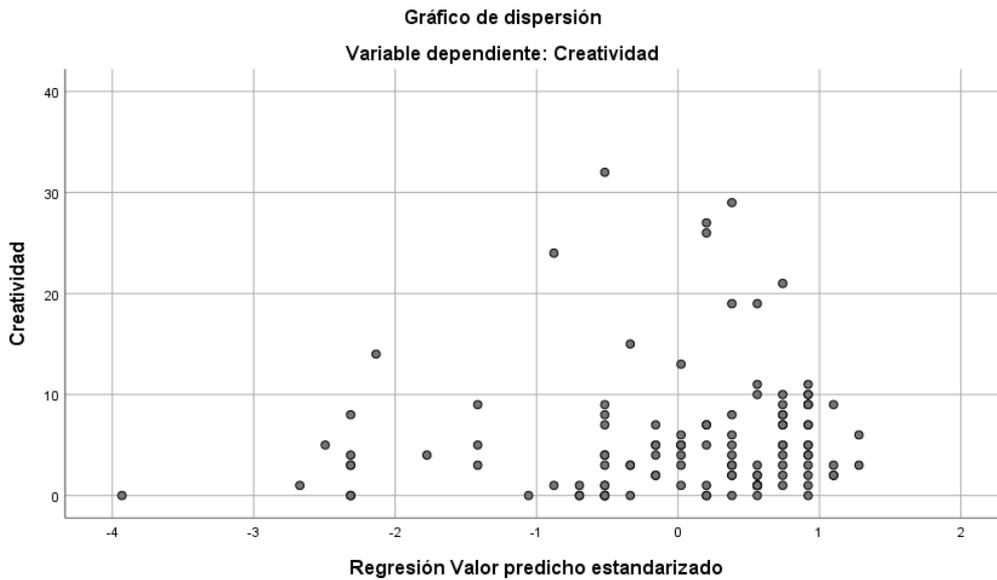


Tabla 11

Significancia del estadístico de prueba

Estadísticos de prueba		
	Creatividad	Rendimiento
Chi-cuadrado	113.387a	88.353b
Gl	21	20
Sig. Asintótica	.000	.000
a. 0 casillas (0.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 5.4.		
b. 0 casillas (0.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 5.7.		

El trabajar no determina el nivel de creatividad

De acuerdo a la prueba se Kolmogorob $P(\text{sig.}) = 0.00$ y 0.00 se determina la no normalidad de la condición. Se decidió aplicar la prueba no paramétrica a los datos que representan las puntuaciones para trabajar y no trabajar debido a que no cumplían los supuestos de normalidad y homocedasticidad con valores de 0.00 y 0.00 respectivamente.

La prueba de U de Mann Whitney nos indica un $P(\text{sig.}) < 0.05$ siendo de 0.001 , lo que significa que si existe significancia en la variable creatividad entre los que trabajan y los que no trabajan de manera general y en algunas dimensiones (tabla 13).

Tabla 11

Condición laboral

Dimensiones	Trabajo rango promedio		U de Mann Whitney	P
	Trabaja (n=46)	No trabaja (n=73)		
General	8.00	4.014	1,057,500	0.001
Artes Visuales	1.196	0.562	1,236,000	0.005
Música	0.739	0.425	1,383,500	0.030
Danza	1.087	0.767	1,515,000	0.279
Diseño arquitectónico	0.391	0.123	1,553,500	0.248
Escritura creativa	0.891	0.548	1,330,000	0.027
Humor	1.391	0.644	1,097,500	0.001
Invencciones	0.587	0.123	1,297,500	0.002
Descubrimientos científicos	0.457	0.123	1,465,000	0.055
Teatro y cine	0.543	0.356	1,592,500	0.550
Artes culinarias	0.717	0.342	1,507,500	0.255

Con base en la información anterior se tienen cinco dimensiones que no tienen un nivel de significancia (Danza, Diseño Arquitectónico, Descubrimientos Científicos, Teatro y Cine y Artes Culinarias), mientras que las otras cinco (Artes Visuales, Música, Escritura Creativa, Humor e invenciones) si tienen cierto nivel de significancia

CONCLUSIÓN

El presente trabajo de investigación aporta información para la toma de decisiones tendientes a desarrollar estrategias con la intención de mejorar la creatividad de los estudiantes de nivel superior, con posibilidades de fomentar los emprendimientos y disminuir el problema de falta de empleo y mayores oportunidades de autoemplearse. En este sentido se concluye que los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración:

Los hombres presentan mayores niveles de creatividad en algunas dimensiones, mientras que en otras no se detectó una diferencia significativa entre hombres y mujeres, sin embargo, se recomienda diseñar estrategias educativas tendientes a incrementar los niveles de creatividad para ambos sexos, pero con mayor énfasis en mujeres que en hombres.

El grado de avance semestral de los estudiantes no influye significativamente en los niveles de creatividad presentados por los estudiantes, a pesar de que las asignaturas de creatividad e innovación se incluyen en la parte media de la retícula de asignaturas que cursan los estudiantes durante sus estudios profesionales. Se recomienda incluir más actividades que fomenten la creatividad para incrementar los niveles de manera general.

La diferencia entre niveles de creatividad seccionados por lugar de procedencia de los estudiantes no es significativa, por lo tanto, este aspecto no la determina. Posiblemente, intervienen otros factores que determinan un mayor grado de significancia. En la presente investigación se detectó que los niveles de creatividad son bajos, por lo que se recomienda incluir actividades y ejercicios que desarrollen los niveles de esta variable.

Esta investigación encontró que la edad no tiene una influencia significativa en los niveles de creatividad presentados por los estudiantes, tomando en cuenta que el intervalo de edades es entre los 17 y los 26 años de edad.

A pesar de que se tienen trabajos de investigación donde se han encontrado niveles altos y bajos de creatividad en estudiantes con buenos promedios de evaluaciones (Muñoz, 2022); en la presente investigación se detectaron que no existen diferencias significativas entre el rendimiento escolar y los niveles de creatividad de las dimensiones evaluadas.

La creatividad en estudiantes que trabajan tiende a presentar ciertos niveles más elevados en algunas dimensiones; por lo que en este aspecto se detectaron algunas diferencias significativas en algunas de las dimensiones evaluadas entre los estudiantes que trabajan y los que no trabajan. Consideramos que probablemente se deba a que los estudiantes que trabajan tienen mayores necesidades de desarrollar ciertas dimensiones de su creatividad por la necesidad de obtener algunos ingresos familiares que les permitan solventar algunos de sus gastos; a diferencia de los que no trabajan, no sienten una necesidad latente de encontrar fuentes de ingresos adicionales.

REFERENCIAS

- Agüera, L. G. (2011). *Anatomía de la Creatividad*. (F. -E. ESDi, Ed.) Sabadell, España: Talleres Graficos Vigar S.A.
- Arboleda Jaramillo, C. A. (2020). Innovación Agropecuaria para el Desarrollo Regional. *Administración & Desarrollo*, 50(2), 46-58. doi:<https://doi.org/10.22431/25005227.vol50n2.3>
- Ato, M, López, J., J. y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación para los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Borrayo Rodríguez, C., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Camacho, D. (2003). La importancia de formar jóvenes emprendedores. *Apuntes del CENES*, 15. Obtenido de https://www.redib.org/Record/oai_articulo1686608-la-importancia-de-formar-j%C3%B3venes-emprendedores
- Castillo, A. G. (2003). Creatividad, Calidad e Inoovación. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 1(2), 1-28. doi:DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v1i2.450>
- Ceja Oseguera, S., De la Torre Hidalgo, T., & Ramírez Murillo, L. (2018). Análisis de las competencias para el emprendedurismo que se desarrollan en los cursos presenciales de las licenciaturas del área de negocios. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 18.
- Chávez Moreno, E. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 20. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672020000100131&lang=es
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, Y. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 51. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/550/538>
- Duarte Masi, S., & Sung Park, S. (2019). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 24. Obtenido de https://www.redib.org/Record/oai_articulo797820-el-perfil-del-emprendedor-y-los-estudios-relacionados-a-los-emprendedores-iberoamericanos
- Elisondo R.C. & D. S. (2021). Cuestionario de Acciones Creativas: propiedades psicometricas de la version abreviada (CAC42). *Revista Evaluar*, 81-94. Obtenido de <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/evaluar>
- Encina Ayala, L., & López Méndez, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 18. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374
- García, A. C. (2018). Creatividad y rendimiento académico: un estudio de caso con alumnos de 4º curso de educación secundaria. *Revista Ibero-americana de Educação*, 77-95. doi: <https://doi.org/10.35362/rie7823203>

Garzón, M. A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. *Dimension Empresarial*, 45-60. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/276238487_Innovacion_empresarial_difusion_definiciones_y_tipologia_Una_revision_de_literatura

Gervilla Castillo, A. (2003). Creatividad, Calidad e Inoovacion. ICONO 14, Revista de Comunicacion y Tecnologias Emergentes, S/N. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552557616001.pdf>

Giraldo, J. (2018). Orientación Universitaria. Universia Perú. Obtenido de <https://orientacion.universia.edu.pe/infodetail/consejos/orientacion/mas-mujeres-optan-por-las-carreras-de-administracion--2774.html>

Gómez, L., & Jacobsohn, G. (2007). Desarrollo de competencias emprendedoras - La formación básica de la Universidad del Norte. Barranquilla: Ediciones Uninorte. Obtenido de [https://books.google.com.py/books?id=efPQK2Utk9YC&pg=PR6&dq=La+Formaci%C3%B3n+B%C3%A1sica+en+la+Universidad+del+Norte&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewJlm-qipvwAhWBj7kGHe7TDZoQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=La%20Formaci%C3%B3n%20B%C3%A1sica%20en%20la%20Universidad%](https://books.google.com.py/books?id=efPQK2Utk9YC&pg=PR6&dq=La+Formaci%C3%B3n+B%C3%A1sica+en+la+Universidad+del+Norte&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewJlm-qipvwAhWBj7kGHe7TDZoQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=La%20Formaci%C3%B3n%20B%C3%A1sica%20en%20la%20Universidad%20)

González Romo, R. A. (2007). Dimensiones del proceso creativo del investigador en psicología en México. *Enseñanza e investigación en Psicología*, 12(1), 35-50. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212103.pdf>

Gutiérrez Huby, A., & Amador Murguía, M. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – Centro Universitario de los Altos – Un análisis comparativo. *QUIPUKAMAYOC- Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 20.

Hernández G., O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es.

Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado C, y Baptista Lucio Pilar. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Jiménez Sáez, F., & Arroyo Vázquez, M. (2006). El fomento del emprendedurismo universitario a través de un modelo integrador. *Instituto ingenio*, 17. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/36031597.pdf>

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/277259963_Actitudes_emprendedoras_de_los_estudiantes_universitarios_El_caso_de_la_Universidad_Catolica_del_Uruguay

López, A. T. (2016). Taxonomias Sobre Creatividad. *Revista de Psicología*, 34(1), 147-148. Recuperado el 11 de 11 de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3378/337843431007.pdf>

Martínez, F., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "Competencias Emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/40496765_Aproximacion_al_Concepto_de_Competencias_Emprendedoras_valor_Social_e_Implicaciones_Educativas

Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. Cuadernos de Administración. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/265961531_Aportes_teoricos_y_empiricos_al_estudio_del_emprendedor

Muñoz, C. (2022). Enfoques, teorías e investigaciones sobre el pensamiento creativo. Un estudio de revisión. *Innova Educacion*, 4(1), 158-171. doi:DOI: <https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.01.012>

Murcia Cabra, H. H. (2007). Investigación permanente sobre creatividad e innovación empresarial para Fortalecer la Educación Agropecuaria. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 11(21), 333-343. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14102101>

Rivas, J. (2015). Guía para las personas que quieren emprender pero no saben como empezar. México: Ediciones de Ideas Business.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional (J. Brito, Trad.). México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

Ruiz Jiménez, J., Cabeza Pulles, D., & Briano Turrent, G. (2012). Universidad y Emprendimiento: Un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR. *ReiDoCrea*, 14. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/21988/ReiDo-Crea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santaella, M. (2006). La Evaluación de la Creatividad. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, 7(2), 89-106. Recuperado el 24 de Octubre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070207.pdf>

Shelley H. Carson, J. B. (2005). Reliability, Validity and Factor Structure of the Creative Achievement Questionnaire. *Creative Research Journal*, 17(1), 37-50. Recuperado el 9 de Noviembre de 2023, de <https://osf.io/4xgd3>

Shelley H. Carson, J. B. (2005). Reliability, Validity, and Factor Structure of the Creative Achievement Questionnaire. *Creativity Research Journal*, 1(17), 37-50. doi:DOI:10.1207/s15326934crj1701_4

Sobrado Fernández, L., & Fernández Rey, E. (2010). Competencias Emprendedoras y Desarrollo del Espíritu Empresarial en los Centros Educativos. *UNED Revistas Científicas*, 24. Obtenido de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/275/231>

Sousa V.D., Driessnack, M. y Costa M., I., A. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: Diseños de investigación cuantitativa. *Rev Latino-am Enfermagem*, 15(3), 6. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rlae/a/7zMf8XypC67vGPrXVrVFGdx/?format=pdf&lang=es>

Stradi Granados, S. (2016). El emprendedurismo universitario en estudiantes de administración de empresas de la UNED de Costa Rica. *Universidad Estatal a Distancia*, 22. Obtenido de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/1574>

Torres, M., Mendoza, L., Lara, Y., & Zazueta, J. (2016). Emprendimiento y su percepción en los estudiantes de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales. *Universidad de Sonora*, 21. Obtenido de <http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Revistas/R2/1680-1700%20->

%20Emprendimiento%20Y%20Su%20Percepcion%20En%20Los%20Estudiantes%20De%20La%20Lice
nciatura%20De%20Negocios%20Y%20Comercio%20Internacionales.pdf

Vargas, L., & Bedoya, M. (2015). Determinantes psicológicos de la intención de creación de empresas en los aprendices del Centro de Gestión Tecnológica de Servicios del SENA – Cali (trabajo de grado). Calí: Universidad del Valle.

Vergara, A. (24 de 10 de 2023). UNESCO. Obtenido de UNESCO: <https://www.unesco.org/es/articles/la-creatividad-como-impulso-para-el-desarrollo-sostenible>

Vidal, R. V. (2009). La creatividad: conceptos, métodos y aplicaciones. (I. C. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ed.) Revista Iberoamericana de Educación, 1-11. Obtenido de <https://rieoei.org/historico/expe/2751Vidal.pdf>

Villalba Benítez, E., & Ortega Carrasco, R. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. Fundación Universitaria Konrad Lorenz, 10. Obtenido de http://revistasumadenegocios.konradlorenz.edu.co/wp-content/uploads/2020/10/RSN_1226_04_Perfil_emprendedor.pdf

Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., & Miranda Terraza, L. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de administración de empresas de la Universidad del Magdalena, 2010-2014. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314300983_Perfil_emprendedor_de_los_graduados_de_administracion_de_empresas_de_la_Universidad_del_Magdalena_2010-2014

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 