

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON

FACULTAD DE PSICOLOGIA



ANALISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE
LA AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES
DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON:
UNA PROPUESTA

POR

MARELISA ZUÑIGA NOEL

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL GRADO DE
MAESTRIA EN PSICOLOGIA LABORAL.

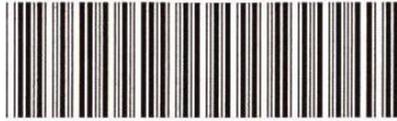
AGOSTO DE 1999

ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE
SISTEMAS AUTOMATIZADOS Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES
DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN.
UNA PROPUESTA

1999

FM
Z7201
FPs
1999
Z8

M. Z. N.



1020129182

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON

FACULTAD DE PSICOLOGIA



ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE
LA AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES
DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON;
UNA PROPUESTA

PRESENTA

MARELISA ZUÑIGA NOEL

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL GRADO DE
MAESTRIA EN PSICOLOGIA LABORAL

AGOSTO DE 1999

TM
Z7201
FPs
1999
Z8

0133-22260



FONDO
TESIS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



**ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE LA
AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN: UNA PROPUESTA**

Por

MARELISA ZÚÑIGA NOEL

Como requisito parcial para obtener el Grado de MAESTRIA EN PSICOLOGIA

LABORAL

Agosto, 1999

**ANALISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE LA
AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

Aprobación de la Tesis:

Asesor de la Tesis

Coordinador de la División de Estudios de Postgrado

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León, quienes con su idealismo constructor están hábidos de desarrollo y herramientas para manejar su vida, experiencias y vivencias de la manera más positiva posible. Para que puedan encontrar a través de estos hallazgos ideas y alternativas válidas para su crecimiento integral.

Deseo dedicar también este trabajo a mi familia: Padres, hermanos, tías, quienes a través de la distancia me han apoyado siempre, con sus lecciones de vida, valores e integridad sembradas eternamente en mi corazón.

También le dedico este trabajo a los amigos que se han convertido en mi familia, quienes me han aconsejado, guiado y animado por la senda de la realización y la plenitud.

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi profundo agradecimiento al Lic. José Cruz Alcalá por su confianza y apoyo para la realización de esta investigación.

A los Lic. Manuel Santacruz Santos y Victor Padilla quienes con su esmero y tiempo han dado valor a cada una de las líneas escritas a continuación.

Agradezco al Personal Administrativo de las Facultades de Derecho, Ingeniería Mecánica, Trabajo Social, Psicología, Administración de Empresas y Contaduría y Arquitectura, quienes me apoyaron para contactar a los estudiantes que participaron en este estudio.

De igual forma quiero agradecer especialmente a Emma, Braulio y al Ing. Noé. A la Lic. Elvira, a Lic. Arturo Martínez, y a Mirthala.

Agradezco también a mis maestros de la maestría quienes me transmitieron muchísima riqueza a través de sus experiencias y aprendizajes.

Y por último quiero agradecer especialmente a mis compañeros, quienes me regalaron su presencia, tiempo y me dieron el placer de crecer a través de su importante compañía.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN	2
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
A. ANTECEDENTES	6
B. JUSTIFICACIÓN	7
II. PREGUNTAS DEL PROBLEMA	11
III. OBJETIVOS	12
IV. DEFINICIÓN DE TERMINOS	14
V. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	18
I. GENERALIDADES DEL DESARROLLO HUMANO	19
A. Características del Desarrollo en la etapa de la Adolescencia- adultez joven.	19
II. DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA	24
A. Definición de Autoestima	25
1. Valores primordiales de la autoestima	29
A. El Proceso de la Formación de la Autoestima	31
1. Factores relacionados con el Desarrollo de la autoestima	33
a. Responsabilidad de los padres, familiares y maestros en la formación de la autoestima.	33

b. Factores Deformantes de la Educación	35
c. Relaciones Intrapersonales y Autoestima	40
d. Relaciones Interpersonales y Autoestima	43
B. Componentes de la Autoestima	44
1. Sentido de Seguridad	44
2. Sentido de Identidad	48
3. Sentido de Pertenencia	52
4. Sentido de Propósito	54
5. Sentido de Competencia	57
C. Características de la Autoestima	61
D. Reconstrucción de la Autoestima	68
E. La Autoestima de los Estudiantes	74
F. Autoestima y Rendimiento Académico	78
III. DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD	80
A. Definición de Creatividad	80
1. Pensamiento Creador	85
a. Características de las personas creativas	85
B. Dimensiones de la Creatividad definidas por Torrance	88
1. Fluidez	
2. Originalidad	
3. Elaboración	
4. Flexibilidad	
C. Fases Evolutivas del proceso creador	89

D. Enseñanza de la Creatividad	90
1. Pensamiento Lineal y Lateral	93
2. Factores que favorecen el desarrollo de habilidades del pensamiento..	95
E. La inspiración en equipo	97
F. La Creatividad en la Vida	98
IV. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN	99
A. Marco Histórico	99
B. Ideario	100
C. Visión	101
D. Valores	101
E. Perfil del egresado	103
V. CARACTERÍSTICAS DEL INDIVIDUO, EL DIRECTIVO Y LA EMPRESA DE CLASE MUNDIAL	105
A. Características del Individuo de Clase Mundial	105
B. Características del Ejecutivo de Clase Mundial	107
C. Características de la Empresa de Clase Mundial	108
VI. DINAMICA DE GRUPO	110
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA	112
I. MÉTODO	113
II. DISEÑO	114
III. VARIABLES	114

A. Definición Conceptual	
1. Creatividad	
2. Autoestima	
B. Definición Operacional	115
1. Creatividad	
2. Autoestima	
IV. HIPÓTESIS	115
V. MUESTRA	117
VI. INSTRUMENTOS	122
A. Inventario de Autoestima para estudiantes	122
1. Dimensiones de la Prueba	123
2. Confiabilidad	124
3. Validez	125
4. Puntuación	126
5. Interpretación de puntuaciones y fuentes de error	126
B. Prueba de Creatividad de Torrance	127
1. Dimensiones de la Prueba	127
2. Confiabilidad	127
3. Validez	128
4. Puntuación	129
VII. PROCEDIMIENTO	130

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 132

A. Dimensión I

1. Presentación y Análisis de Resultados de las Pruebas de Autoestima y Creatividad aplicadas a una muestra de Estudiantes de la UANL. 134
 - a. Características de la Muestra 134
 - b. Autoestima General 139
 - c. Creatividad General 141
 - d. Datos Adicionales 144
2. Presentación de Resultados obtenidos a través de la aplicación de una Encuestas de Opinión a una muestra de estudiantes de la UANL. 146
 - a. Características de la muestra 146
 - b. Resultados de la Encuesta 148
 - c. Análisis de Comentarios 154

B. Dimensión II

1. Presentación de Resultados del Cuestionario Aplicado a 30 empresas importantes de Monterrey, Nuevo León. 154
 - a. Características de la muestra 155
 - b. Resultados 157

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

I.	Conclusiones	164
A.	Dimensión I	164
B.	Dimensión II	169
C.	Dimensión III	171

CAPÍTULO VI

PROGRAMAS PROPUESTOS PARA EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

I.	PROGRAMA DE AUTOESTIMA ORIGINAL	174
	PROGRAMA “FORTALECIMIENTO DE AUTOESTIMA ESTUDIANTES”.	180
A.	Objetivo	180
B.	Contenido	180
C.	Duración	186
D.	Recomendaciones	186
II.	PROGRAMA PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD	187
A.	Objetivo	187
B.	Contenido	187
C.	Duración	187
D.	Recomendaciones	190

REFERENCIAS	191
APÉNDICE	
APÉNDICE A.	196
Inventario de Autoestima para estudiantes	196
Prueba de Creatividad	
APÉNDICE B.	199
Cuestionario Aplicado a Estudiantes Universitario	199
Cuestionario Aplicado a Empresas	200
Cuestionario Aplicado a Empresas Consultoras	202

LISTA DE TABLAS

A.	Coeficientes de Confiabilidad de la prueba de Creatividad.	128
1.	Distribución de Género por Facultad	135
2.	Distribución de Edades por Facultad	137
3.	Detalle de Semestres cursados por estudiantes de cada Facultad	138
4.	Análisis de puntuaciones de Autoestima General	139
5.	Distribución de puntuaciones de Autoestima General Por Facultad	140
6.	Puntajes promedio para cada una de las subescalas de la Prueba de Autoestima	140
7.	Puntajes promedios de cada subescala de la Prueba de Autoestima por Facultad	141
8.	Distribución de Creatividad General por Facultad	142
9.	Percentil General de Estudiantes por cada subescala de la Prueba de creatividad	142
10.	Distribución de los puntajes promedios obtenidos por los Estudiantes de cada Facultad en las subescalas de la prueba de Creatividad	143

11.	Comparación de Medias que resultaron significativas	
	Dentro de la Evaluación General de los Estudiantes	145
12.	Areas que la U.A.N.L. debería reforzar	154
13.	Antigüedad de la Empresa	155
14.	Requisitos Fundamentales que todo Empleado debe tener	
	Para entrar a estas empresas	157
15.	Habilidades Fundamentales que la empresa desarrolla	
	en su personal	158
16.	Jerarquización de Habilidades	159
17.	Jerarquización de las Universidades Locales	161
18.	Consejos de las personas entrevistadas	162

LISTA DE FIGURAS

1.	Distribución de Género en la muestra general	134
2.	Distribución de Edades de la Muestra General	136
3.	Distribución de Semestres que cursan los estudiantes de la Muestra General	138
4.	Distribución de Semestre de los estudiantes encuestados	146
5.	Género de la muestra	147
6.	Nivel Educativo de la U. A. N. L.	148
7.	Oportunidades de ser egresado de la U. A. N. L.	148
8.	Promoción del Desarrollo de la Autoestima	149
9.	Promoción del Desarrollo de la Creatividad	150
10.	Importancia de la Autoestima para el Desarrollo de los Estudiantes	151
11.	Importancia de la Creatividad para el Desarrollo de los Estudiantes	152
12.	Grado de Interés por un programa de Autoestima	153
13.	Grado de Interés por un programa de Creatividad	153
14.	Clasificación de Empresas	155
15.	Giro de la Empresa	156
16.	Nacionalidad de las Empresas	156
17.	Requisitos actuales de la Empresa	160

18.	Relación entre habilidades que la empresa desarrolla y la Creatividad	163
19.	Relación entre habilidades que la empresa desarrolla y la Autoestima	163

PRÓLOGO

La presente investigación pretende justificar las razones por las cuales se le propone a la Universidad Autónoma de Nuevo León introducir de manera institucional un Programa de Autoestima y Creatividad básico dentro de su formación académica para todas la Facultades.

Al acercarnos a algunas Empresas Importantes de Monterrey y a las características de aquellas empresas clasificadas como de Clase Mundial observamos un fuerte interés y deseos por unir objetivos y estrategias entre el desarrollo universitario y la futura relación laboral. Es evidente que las empresas actualmente necesitan personal altamente preparado, pero no sólo en las habilidades técnicas sino también en aquellas que le permitirán solucionar los problemas del futuro, a través de una amplia visión y apertura. La creatividad y la autoestima han sido identificadas por la autora como dos habilidades básicas, para el desarrollo de las aptitudes que busca reforzar la empresa en la actualidad como lo son el trabajo en equipo, el liderazgo, la capacidad de solución de problemas, el autoaprendizaje y la multihabilidad, entre otras. Estas dos habilidades se desarrollan a través de diferentes circunstancias de la vida, pero dado que el individuo permanece dentro de su formación universitaria un tiempo importante de crecimiento, recomendamos la consideración de este programa para toda la Universidad, deseosos de aportar en la búsqueda de su Visión de ser reconocida como la **Mejor Universidad Pública de México.**