

CAPITULO IV
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

I. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS DATOS Y PROCEDIMIENTOS ESTADÍSTICOS UTILIZADOS

Las fórmulas utilizadas para el análisis estadístico se describen a continuación:

A- Medidas de Tendencia Central:

1. **Media Aritmética:** Es el promedio de las puntuaciones obtenidas en una determinada medición.

La fórmula para la media es :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Donde \bar{X}_i es el valor promedio del atributo evaluado

X_i es el valor obtenido, de acuerdo a la escala por cada estudiante, según el atributo evaluado.

$\sum X_i$ es la suma de las puntuaciones o medidas.

n es el número de participantes

Se realizó un análisis estadístico con el programa SPSS, para conocer porcentajes, frecuencias, significancia estadística en correlaciones y análisis t de Student.

II. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A. Dimensión I

1. Presentación y Análisis de Resultados de las Pruebas de Autoestima y Creatividad aplicadas a una muestra de estudiantes de seis facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

a. Características de la muestra:

Esta dimensión se trabajó con un total de 87 estudiantes de seis facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Los datos demográficos los podemos observar a continuación:

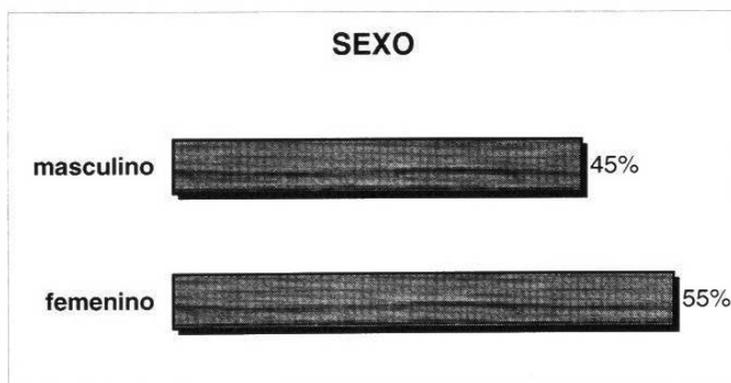


Figura 1. Distribución de Género en la muestra general

Los grupos que se seleccionaron para la aplicación de las pruebas de creatividad y autoestima fueron bastante homogéneos en cuanto a sexo, observándose una mayor participación de mujeres que de hombres, lo cual está relacionado directamente con la población de las facultades que participaron, donde Trabajo Social tiene una alta

concentración de mujeres. Este dato puede ser apreciado en la **Tabla 1**, donde se muestra que en esta facultad todas las participantes fueron mujeres. En Ing. Mecánica la gran mayoría de participantes fueron hombres, y en las demás facultades se refleja una participación más equitativa. El interés que se manifestó por la participación fue positivo en ambos géneros.

Tabla 1. Distribución de Género por Facultad

<i>Facultad</i>	Femenino	P(%)	Masculino	P(%)	Total
FACPYA	6	40%	9	60%	15- 100%
Psicología	7	47%	8	53%	15-100%
Derecho	9	69%	4	31%	13-100%
Arquitectura	9	60%	6	40%	15-100%
T. Social	15	100%	0	0	15-100%
Ing. Mecánica	2	14%	12	86%	14-100%
TOTAL	48	55%	39	45%	87

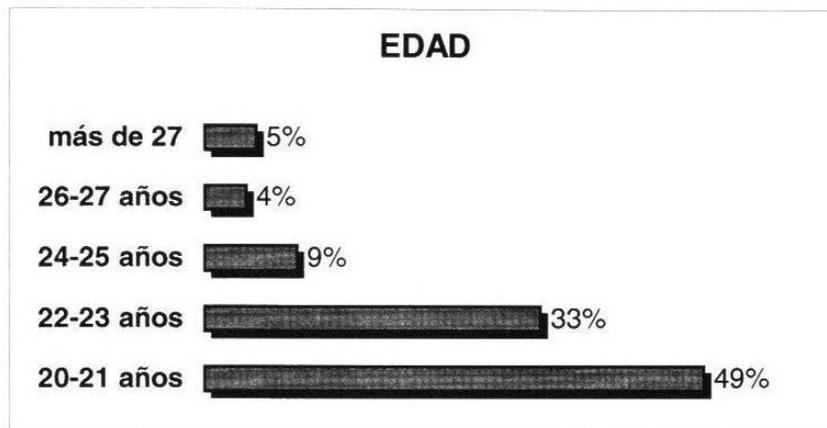


Figura 2. Distribución de Edades de la Muestra General

La mayoría de los estudiantes se ubicaban en un rango de edad entre 20 y 23 años. Es muy importante tomar en cuenta las características de los jóvenes de esta edad, que ha sido descrita en nuestro marco teórico.

En la tabla que se observa a continuación se desglosa la distribución de edades por facultad. Psicología es la facultad que cuenta con las personas de mayor edad en este estudio, seguidamente se encuentra Trabajo Social.

Tabla 2. Distribución de Edades por Facultad

<i>Facultad</i>	<i>20-21</i>	<i>P(%)</i>	<i>22-23</i>	<i>P(%)</i>	<i>24-25</i>	<i>P(%)</i>	<i>26-27</i>	<i>P(%)</i>	<i>Más de</i>	<i>TOTA</i>
									<i>27</i>	<i>L</i>
FACPYA	8	53%	3	20%	1	7%	1	7%	2	15
Psicología	7	47%	5	33%	1	7%	2	13%	0	15
Derecho	0	0	10	77%	2	15%	0	0	1	13
Arquitectura	8	53%	5	33%	2	13%	0	0	0	15
T.Social	12	80%	3	20%	0	0	0	0	0	15
Ing. Mecánica	8	57%	3	21%	2	14%	0	0	1	14
TOTAL	43	49%	29	33%	8	9%	3	3%	4 (6%)	87

Para profundar más sobre el tema de la edad y poder conocer con más detalle la muestra de este estudio, se presenta una tabla de distribución de semestres, donde vemos que la gran mayoría de estudiantes cursaban el noveno semestre.

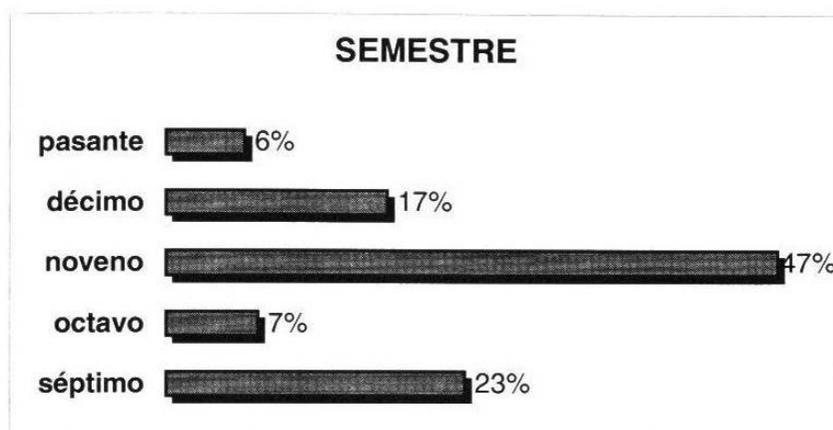


Figura 3. Distribución de Semestres que cursan los estudiantes de la Muestra General.

En la siguiente tabla se observa por facultad el número de estudiantes que cursaban cada uno de los semestres que componen la muestra.

Tabla 3. Detalle de Semestres cursados por estudiantes de cada Facultad

Facultad	VII	VIII	IX	X	Pasante	Total
FACPYA	2	6	7	0	0	15
Psicología	0	0	8	7	0	15
Derecho	0	0	0	8	5	13
Arquitectura	4	0	11	0	0	15
T.Social	0	0	15	0	0	15
Ing. Mecánica	14	0	0	0	0	14
TOTAL	20	6	41	15	5	87

b. AUTOESTIMA GENERAL – Resultados de las pruebas

Antes de presentar los resultados Autoestima, es importante recordar que la prueba mide dos aspectos: por un lado la Autoestima General, y por otro las subescalas que componen la autoestima para esta prueba: seguridad, identidad, pertenencia, propósito y competencia.

A continuación se presenta la escala que proporciona la prueba para la interpretación de los puntajes del Inventario de Autoestima para estudiantes.

Tabla 4. Análisis de puntuaciones de Autoestima General

Puntaje	Interpretación
40 - 50	ALTA
30 – 39	PROMEDIO
0 – 29	BAJO

Los resultados de la Aplicación del Inventario de Autoestima para Estudiantes nos indican que la media de las puntuaciones de **Autoestima General** obtenida por los **87 estudiantes** que participaron en esta primera dimensión del estudio fue de:

$$X = 34.6$$

Utilizando la tabla anterior ubicamos esta puntuación dentro del nivel de Autoestima **Promedio.**

En la siguiente tabla se observa que en la puntuación de Autoestima General por facultad, donde todas obtienen un puntaje promedio.

Tabla 5. Distribución de puntuaciones de Autoestima General por facultad

<i>FACULTAD</i>	<i>Media</i>	<i>INTERPRETACION</i>
FACPYA	38	PROMEDIO
Psicología	36	PROMEDIO
T. Social	36	PROMEDIO
Ing. Mecánica	34	PROMEDIO
Derecho	33	PROMEDIO
Arquitectura	32	PROMEDIO

Si analizamos los puntajes obtenidos para cada subescala de la prueba de autoestima, podremos observar los siguientes resultados. Para cada subescala el puntaje máximo es de 10 puntos, las medias que aparecen a continuación muestran el comportamiento general de los estudiantes en cada una de las subescalas evaluadas.

Tabla 6. Puntajes promedio obtenidos por los estudiantes en cada Subescala de la prueba de Autoestima.

<i>Seguridad</i>	<i>Identidad</i>	<i>Pertenencia</i>	<i>Propósito</i>	<i>Competencia</i>
6	6	7	7	8

Considerando que la puntuación máxima es de 10, la subescala de competencia es la que obtiene el mayor puntaje. En seguridad e identidad los resultados se ubican levemente por arriba de la media. Para complementar esta información presentamos también los puntajes obtenidos en cada subescala por facultad.

Tabla 7. Puntajes promedios de cada subescala de la Prueba de Autoestima por Facultad

<i>FACULTAD</i>	<i>Seguridad</i>	<i>Identidad</i>	<i>Pertenencia</i>	<i>Propósito</i>	<i>Competencia</i>	<i>Total</i>
FACPYA	7	7	7	8	8	37
Psicología	7	6	6	7	8	34
Derecho	6	5	6	7	8	32
Arquitectura	6	6	6	6	7	31
T:Social	7	6	7	7	9	36
Mecánica	5	6	7	8	8	34

c. CREATIVIDAD GENERAL

La prueba de Creatividad también mide dos dimensiones: La creatividad general y las subescalas que Torrance define como componentes de la misma. A diferencia de la prueba de Autoestima que presenta una tabla para la interpretación de sus puntajes como alto, promedio o bajo, la prueba de creatividad sugiere que la interpretación de

sus puntajes se haga en base a percentiles. El puntaje promedio General obtenido por los estudiantes de la muestra en la Prueba de Creatividad fue de $X= 52$. Este resultado se ubica dentro de un rango PROMEDIO de Creatividad General. Sin dejar de mencionar que dentro de la curva normal, el 52 se encuentra levemente por encima de la media.

Tabla 8. Distribución de Creatividad General por Facultad

Facultad	Media	Interpretación
Arquitectura	68	PROMEDIO
Psicología	64	PROMEDIO
T. Social	62	PROMEDIO
Derecho	45	PROMEDIO
Ing. Mecánica	42	PROMEDIO
FACPYA	31	BAJO

En la prueba de Creatividad sí observamos una facultad que se encuentra por debajo de la media, FACPYA cuyos puntajes fueron clasificados como bajos.

Tabla 9. Percentil General de Estudiantes por cada subescala de la prueba de Creatividad.

Fluidez	Originalidad	Abstracción	Elaboración	Resistencia
55	53	63	13	74

Estos percentiles deberán ser interpretados dentro de la curva normal donde el promedio es 50. Podemos ver que la puntuación obtenida en la subescala de elaboración fue bastante baja, lo que nos indica que es una característica que debe ser considerada con especial atención.

Tabla 10. Distribución de los puntajes promedios obtenidos por los estudiantes de cada Facultad en las subescalas de la prueba de creatividad.

Facultad	Fluidez	I	Original	I	Abstracción	I	Elaboración	I	Resistencia	I
FACPYA	40	D/P	41	D P	25	B	20	B	56	P
Psicología	60	P	51	P	88	A	17	B	77	P
Derecho	52	P	36	D P	71	P	13	B	60	P
Arquitectura	64	P	69	P	82	A	5	B	80	P
T.Social	70	P	62	P	69	P	5	B	92	A
Ing.	46	P	55	P	44	D	16	B	74	P
Mecánica						/P				

I = Interpretación

B- Baja

D/P- Debajo del Promedio

P- Promedio

A- Alta

Al observar de cerca el comportamiento de los puntajes de las prueba de creatividad por facultad, observamos que la facultad de FACPYA es la que obtiene los puntajes más bajos. La facultad de Derecho se encuentra por debajo del promedio en Originalidad. Elaboración es un área en que la Universidad necesitará prestar especial atención, lo podemos observar claramente en la tabla anterior donde los estudiantes obtienen puntajes bajos.

c.1. Datos Adicionales:

Al realizar una prueba t de Student para comparar puntajes promedios tanto de la prueba de autoestima como de creatividad con cada una de sus respectivas subescalas en relación al sexo, hemos encontrado diferencia significativa sólo en la subescala de abstracción de la prueba de Creatividad. Donde las mujeres obtuvieron una media significativamente mayor que los varones.

$$F= 70.5$$

$$M=54.4$$

$$t= 2.17$$

Estadísticamente significativo a un nivel de significancia de 0.03

Las demás comparaciones relacionadas con sexo no resultaron estadísticamente significativas.

Al analizar estadísticamente las edades, tampoco se encontró una diferencia significativa relacionada con las pruebas de creatividad y autoestima.

En relación con el semestre sí se encontró diferencia significativa, donde los estudiantes de semestres más altos mostraron mejores puntajes en ambas pruebas que estudiantes de semestres más bajos.

En la siguiente tabla podremos observar las dimensiones de las pruebas donde los puntajes medios de estudiantes de noveno y décimo semestre resultaron significativamente mayores que los puntajes medios obtenidos por estudiantes de séptimo y octavo semestre.

Tabla 11. Comparación de Medias que resultaron significativas dentro de la Evaluación General de los Estudiantes.

<i>Dimensión</i>	<i>Media VII y VIII</i>	<i>Media IX y X</i>	<i>Valor t de Student</i>
Seguridad	5.4	6.7	2.5
Fluidez	41.6	61.2	3.3
Abstracción	40.9	73.4	4.3
Resistencia	64	78	2.3
Creatividad General	35	60	3.8

Al relacionar las pruebas de creatividad y autoestima, encontramos correlación significativa de .25 entre propósito y abstracción.

La subescala de competencia correlaciona significativamente con originalidad (.22), abstracción (.26), elaboración (.24), y creatividad general (.32).

2. Presentación de resultados obtenidos a través de la aplicación de una encuesta a una muestra de estudiantes de la UANL.

a. Características de la muestra

Se entrevistó a un total de 200 estudiantes, distribuidos en 20 facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

El muestreo fue accidental, respetando la condición de pertenecer a dicha facultad como estudiante, independientemente del semestre y turno que cursara.

La mayor concentración de estudiantes, es decir, un 56% se encontraba en un rango de edad comprendido entre 19 y 21 años, un 18 % entre 22 y 24 años.

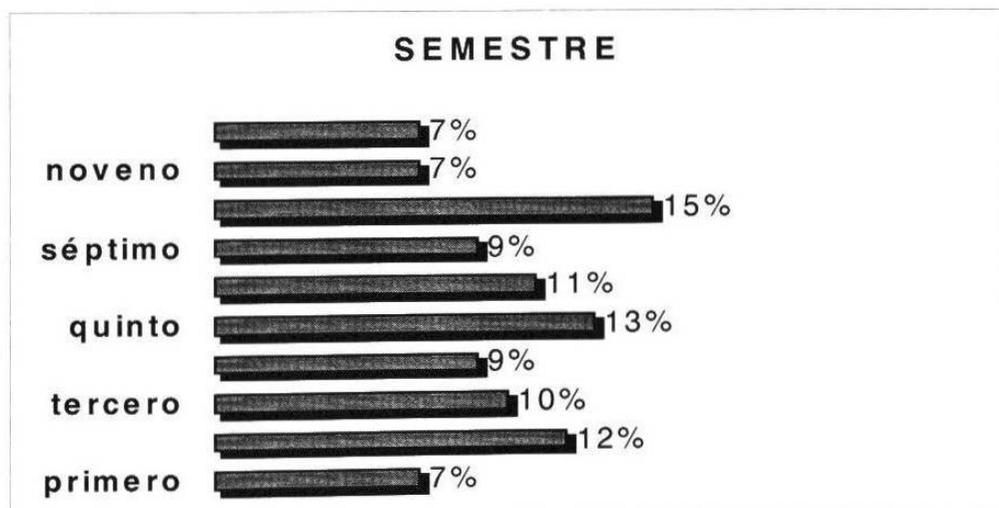


Figura 4. Distribución de Semestres cursados por los estudiantes de la muestra

Otro dato importante para presentar en esta investigación es que el 68% de los estudiantes encuestados nacieron en Monterrey, un 22% son foráneos y un 2% son extranjeros, observándose una alta concentración de estudiantes Regiomontanos.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

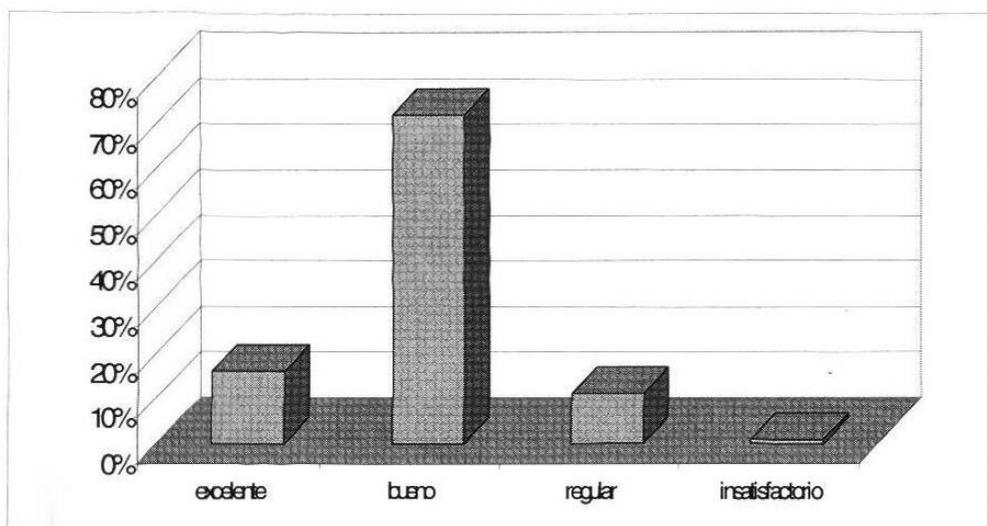


Figura 6. Percepción del nivel educativo de la UANL.

La mayoría de los estudiantes, es decir, un 73% considera el nivel educativo como bueno, un 15% lo considera excelente. En general los estudiantes se sienten satisfechos

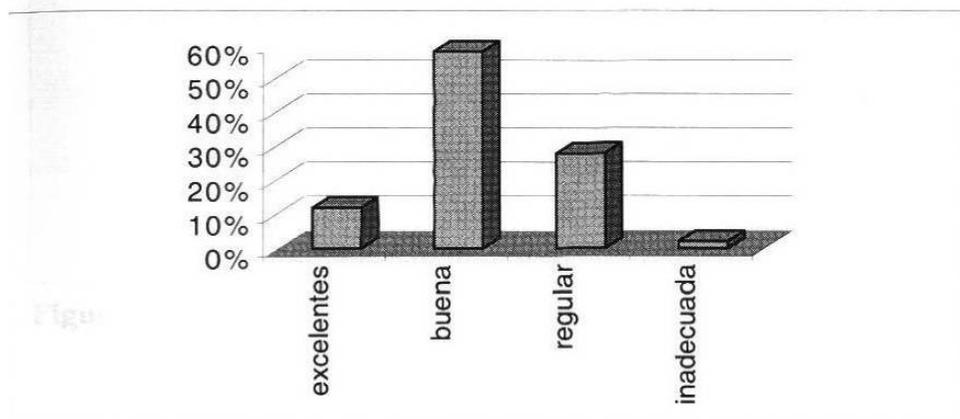


Figura 7. Percepción sobre las oportunidades que brinda el ser egresado para entrar en las empresas.

con el nivel educativo de la universidad pero consideran que tiene algunos detalles de base que necesitan ser mejorados y tomados en cuenta para el logro de los objetivos que se han trazado. En relación con los planes de estudio específicos de sus carreras, un 48% los considera adecuados, y un 33% considera que le hacen falta algunos detalles.

Podemos observar que un 58% considera que las oportunidades que le brinda el ser egresado de la Universidad para entrar a las empresas es bueno, y un 28% lo considera regular. Los estudiantes que contestaron regular hacían énfasis en la desventaja que sentían en relación con otras Universidades de la localidad como el Tecnológico de Monterrey.

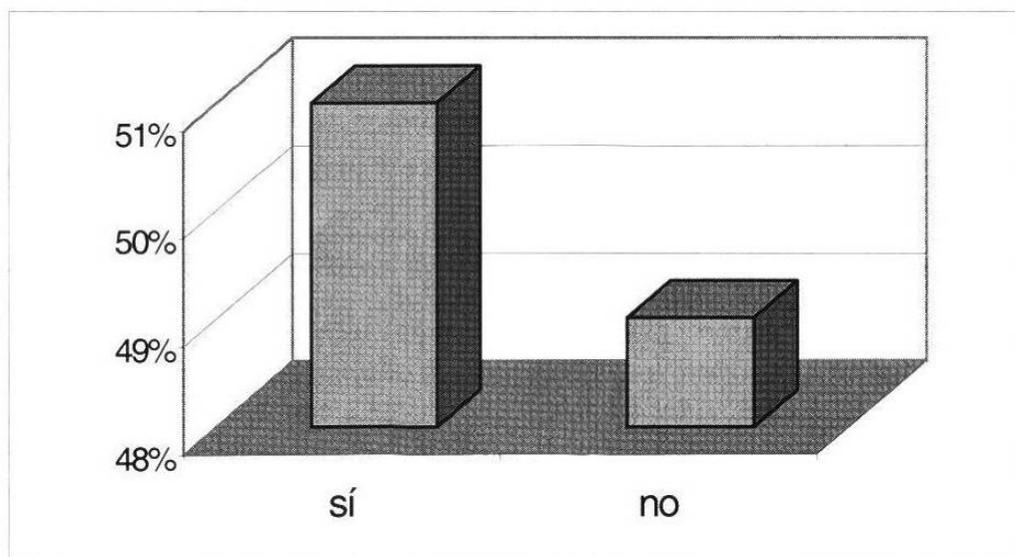


Figura 8. Percepción de la promoción del desarrollo de la autoestima

Un 51% considera que la Universidad sí promueve el desarrollo de la Autoestima, y un 49% considera que no lo promueve. Cuando se le hizo esta pregunta se enfatizó en que sus respuestas estarían relacionadas con la percepción general. Algunos estudiantes comentaron que no habían recibido nunca un curso que hablara de este tema y que a veces los maestros no practicaban con el ejemplo.

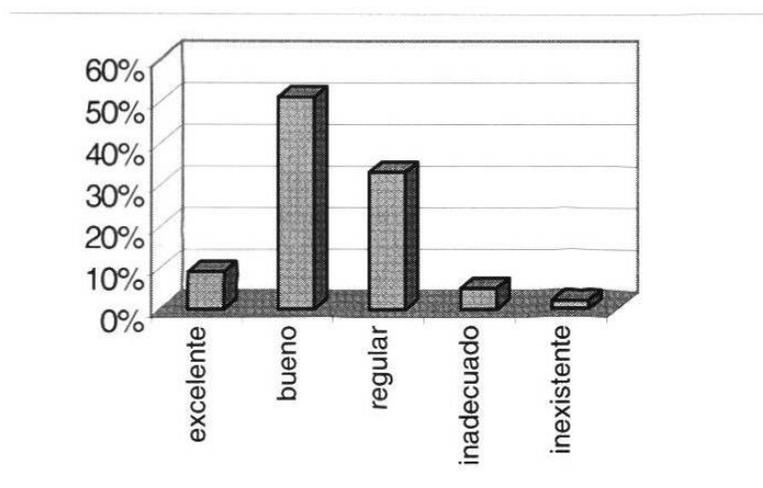


Figura 9. Percepción acerca de la promoción del desarrollo de la creatividad.

Un 50% considera que el desarrollo de la creatividad es bueno, un 33% lo considera regular. Algunos estudiantes consideran que la Universidad se interesa más por el

desarrollo de la creatividad que de la autoestima.

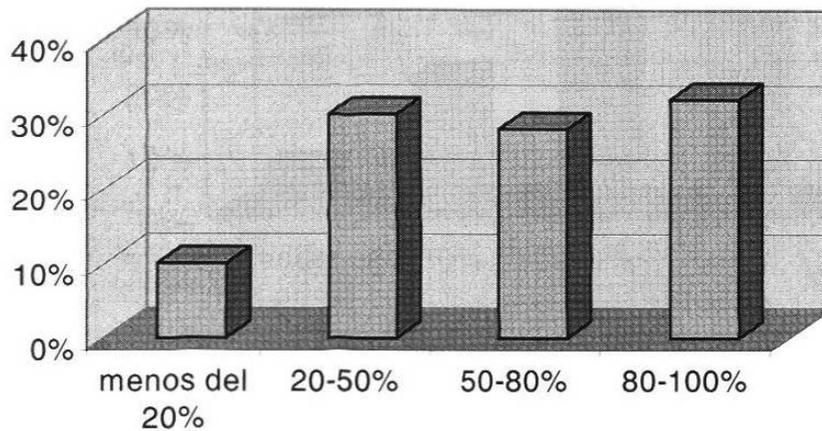


Figura 10. Percepción acerca de la importancia de la autoestima para el desarrollo de los estudiantes

La concentración de respuestas se observa pareja entre los rangos que van del 20 al 100%, es decir que los estudiantes consideran que la autoestima es importante para el desarrollo de los estudiantes. Algunos comentaban que el término quizás no es muy comprendido y a veces se descuida su importancia, pero que si consideran que es básico en la formación estudiantil.

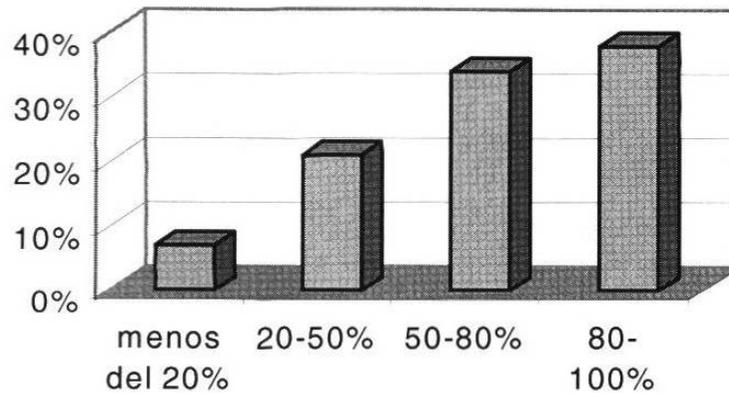


Figura 11. Percepción sobre la importancia de la creatividad para el desarrollo de los estudiantes.

Se puede observar que la mayoría de los estudiantes consideran que la importancia de la creatividad para el desarrollo de los estudiantes se encuentra en un nivel de 50 a 100% . Al comparar esta gráfica con la gráfica anterior podemos observar que un número mayor de estudiantes clasificó como más importante el desarrollo de la creatividad que el de la autoestima. Al preguntar a algunos estudiantes por qué consideraban que esto ocurriría algunos comentan que podría ser que se absorbe lo que la universidad muestra como más importante.

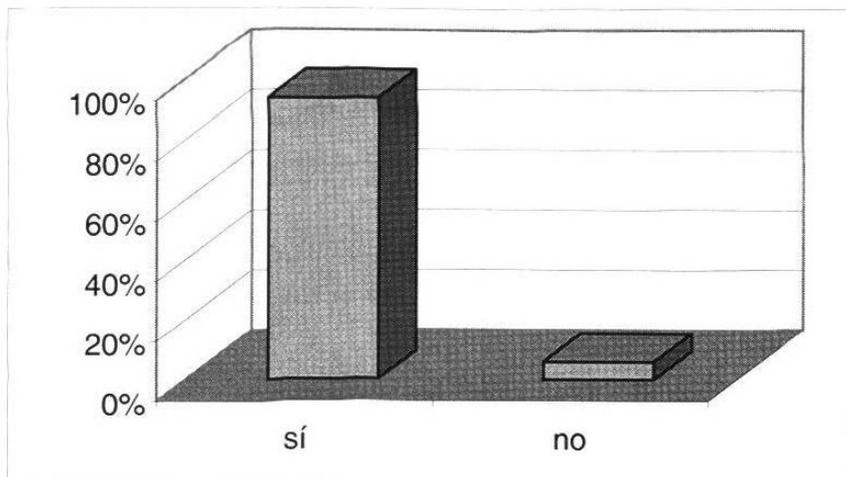


Figura 12. Interés por un programa de autoestima

Un 94% manifiesta agrado por un programa para el desarrollo de la Autoestima.

Un 99% expresa agrado por un programa para el Desarrollo de la Creatividad

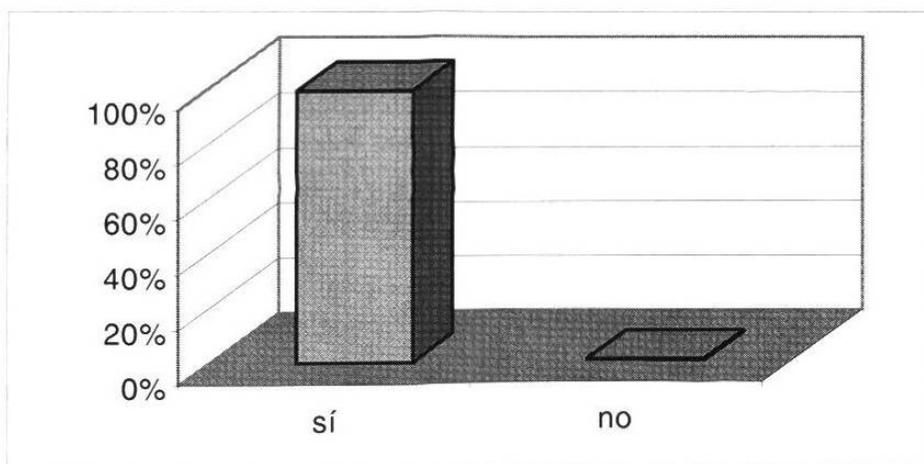


Figura13. Interés por un programa de creatividad

Al preguntárseles si participarían en estos programas, comentan que depende mucho del impulso institucional que se le den y la seriedad con que se implementen.

ANÁLISIS DE COMENTARIOS:

Tabla 12- Un área que la Universidad debería reforzar es:

Area	Número de repeticiones
Informática- Cómputo	13
Inglés	12
Didáctica de Maestros	11
Bibliotecas	10
Investigación	9
Prácticas Profesionales	8
Administración- Secretaría Académica	5
Laboratorios	5
Area Deportiva	5
Creatividad	4
Planes de Estudios	3
Bolsa de Trabajo	3
Unidad Mederos	3
Leyes	2

Lo relacionado con las computadoras, inglés, la didáctica de los maestros y las bibliotecas aparecen como preocupaciones fuertes de los estudiantes del estudio. Se comentaba que la Universidad podía correr el peligro de quedarse atrás especialmente a lo relacionado con la alta tecnología.

Dimensión II

1. Presentación y Análisis de Resultados del Cuestionario aplicado a 30 empresas importantes que ejercen funciones en Monterrey, Nuevo León, con el fin de conocer las habilidades requeridas tanto para la selección como el desarrollo de su personal.

a. Características de la Muestra:

Esta dimensión se llevó a cabo con un total de 30 empresas que fueron presentadas en la metodología donde se habló de la muestra por cada dimensión.

Tabla 13. Antigüedad de la Empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-30 AÑOS	9	30
31-60 AÑOS	16	53
MAYOR DE 60 AÑOS	5	17
TOTAL	30	100

Observamos que la mayor cantidad de empresas del estudio poseen una antigüedad ubicada dentro del rango de 31 a 60 años. La mayoría son empresas grandes como se observa en la figura 15, y en su mayoría se dedican al giro industrial (Fig 16.)



Figura 14. Clasificación por tamaño de las empresas de la muestra



Figura 15. Giro de la empresa

La gran mayoría de empresas son nacionales, y un pequeño número son empresas extranjeras con operaciones en Nuevo León.



Figura 16. Nacionalidad de las empresas

b. Resultados de la Encuesta

Tabla 14. Requisitos fundamentales que todo Empleado debe tener para entrar a su Empresa.

REQUISITOS FUNDAMENTALES
1. Valores- Integridad, Ética
2. Cumplir con el perfil del puesto establecido por el jefe de la vacante
3. Buen desempeño académico
4. Dominio del inglés
5. Buena presentación
6. Flexibilidad
•Disponibilidad de Horarios
•Disponibilidad de reubicación internacional
7. Capacidad de Trabajo en Equipo
8. Actitud de Servicio

Las empresas entrevistadas ubicaron en primer lugar el tema de los valores y la integridad como requisito fundamental para considerar a un empleado dentro de su empresa. Utilizan algunas formas para evaluarlo, básicamente durante la entrevista inicial con algunas preguntas claves. Nos llama la atención el interés que ponen en el desempeño académico de los estudiantes al momento de seleccionarlos para los trabajos. Le dan también mucha importancia al inglés y a la flexibilidad, al igual que a la capacidad para trabajar en equipo y la actitud de servicio. Se les pidió también a las empresas que enumeraran de forma espontánea las habilidades que más buscaban en su personal, en la tabla que se presenta a continuación podemos observar las respuestas:

Tabla 15. Habilidades fundamentales que su empresa ha considerado importantes seleccionar y desarrollar en todo su personal.

HABILIDADES FUNDAMENTALES
1. Trabajo en Equipo
2. Comunicación
3. Liderazgo
4. Atención y Servicio al Cliente
5. Flexibilidad y Adaptación

En primer lugar se señala el Trabajo en Equipo, una empresa señala que le llama la atención cómo les hace falta a algunos ejecutivos el desarrollo de habilidades de interacción con personas y logro de resultados de otros. Las otras habilidades enumeradas también se relacionan con el Trabajo en Equipo como lo es la comunicación, el liderazgo, la actitud de servicio, desde el punto de vista del enfoque general de que en una organización todos somos clientes, por lo que es importante colaborar y apoyarse entre sí.

En el cuestionario también se le pidió a las empresas que jerarquizaran una serie de habilidades dadas por nosotros. A continuación podemos observar estos resultados:

Tabla 16. Jerarquización de Habilidades

JERARQUIZACIÓN DE HABILIDADES
1. Responsabilidad
2. Trabajo en Equipo
3. Comunicación
4. Liderazgo
5. Identificación de variables críticas
6. Autoaprendizaje
7. Innovación
8. Juicio
9. Relaciones Interpersonales
10. Habilidad para hablar en público

En primer lugar ubican la responsabilidad, por considerarla como fundamental para el logro de los objetivos de colaboración y trabajo en Equipo. Algunos consideran que la responsabilidad es una habilidad y otros que es un valor, pero se decidió incluir dentro de este listado para observar el grado de importancia que le dan las empresas. De igual forma observamos el orden de ubicación de las variables enumeradas. Es importante señalar que el Trabajo en Equipo es una habilidad que relacionamos mucho con el tema de la autoestima, y al revisar el marco teórico podemos observar cómo Reasoner afirma que una persona con buenos niveles de autoestima será capaz de mantener sanas y confortables relaciones con los demás. Observamos también que se le da mucha importancia a la innovación de nuevos patrones de solución a los innumerables problemas que enfrentamos en el cambiante y retador mundo.

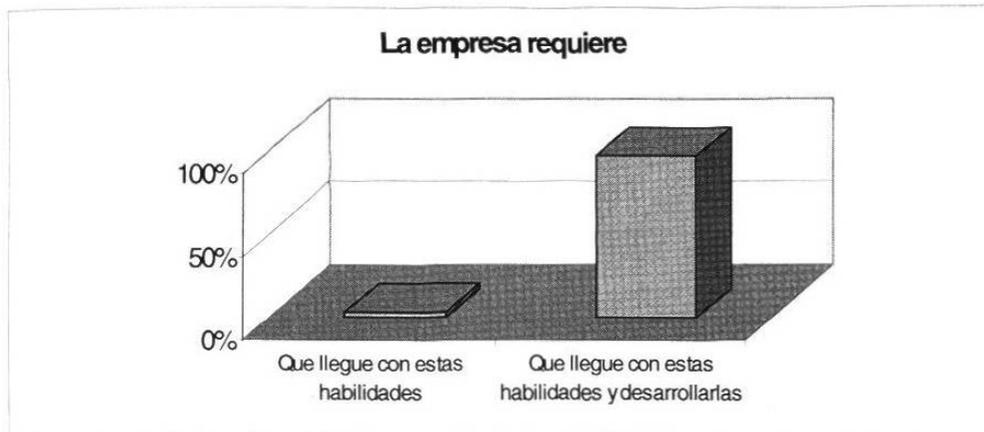


Figura 17. Requisitos actuales de la empresa para la selección de su personal.

El 97% de las empresas del estudio manifiestan que por experiencia la empresa ha requerido desarrollar estas habilidades en su personal. Consideran que los estudiantes llegan con habilidades técnicas muy bien desarrolladas, algunos traen la experiencia de haber participado en actividades sociales y universitarias, pero no sienten que la universidad invierta mucho tiempo y esfuerzo en el desarrollo de habilidades humanas, de relación personal, que puedan contribuir a la empresa en sus necesidades. De igual forma, expresan que los estudiantes llegan con más nociones de creatividad, innovación, especialmente los que vienen de carreras ingenieriles, pero que a estas mismas personas puede hacerle falta el desarrollo de habilidades personales.

Al pedirle a las empresas que jerarquizaran la calidad de universidades en base a los estudiantes que reciben, podemos observar la siguiente información en la tabla 17.

Tabla 17. Jerarquización de universidades locales.

Jerarquice los nombres de las Universidades Locales donde encuentra estas habilidades mayormente desarrolladas.

1. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
 2. Universidad de Monterrey
 3. Universidad Autónoma de Nuevo León
 4. Universidad Regiomontana
-

Recibimos comentarios positivos de los programas de desarrollo de habilidades del pensamiento que realiza el Tecnológico de Monterrey a nivel institucional. De igual forma el avance tecnológico. Sin embargo, es muy importante hacer la aclaración de que algunas empresas consideran que la actitud de servicio y compromiso se observa más en estudiantes de la UDEM y de la UANL.

Se le pidió a las empresas que evaluaran la Calidad de Estudiantes que prepara la Universidad Autónoma de Nuevo León en base a su experiencia, y el puntaje promedio otorgado por las empresas del estudio fue de : **7.8** en una escala de 1 al 10.

Se les pidió a las empresas consejos para que se mejore la calidad de los estudiantes de la Universidad y se maximice el desarrollo de ciertas habilidades y sus comentarios los podemos observar en la tabla 18. Nos llama mucho la atención el fuerte énfasis que hacen las empresas en la importancia de unir esfuerzos con la universidad para que se prepare a los estudiantes en base a las necesidades reales que presenta el mundo laboral a donde éstos irán a aplicar los aprendizajes obtenidos en la universidad. De igual forma, hacen énfasis en la preparación de los maestros, quienes necesitan transmitir con el ejemplo, mas que con solo exigencias académicas, las actitudes que contribuirán al éxito de los estudiantes en su desempeño laboral.

Tabla 18. Consejo de las personas entrevistadas.

QUÉ CONSEJO PODRÍA DAR PARA MAXIMIZAR EL DESARROLLO DE ESTAS HABILIDADES QUE REQUIERE SU EMPRESA?

Que se le de una idea más clara a los alumnos de la realidad de las empresas

- Realizar convenios para implementar proyectos conjuntos de la Universidad con las empresas.
- Que se realizaran más practicas laborales

Exigir un nivel más alto tanto a maestros como a alumnos.

- Más exigencia en la calidad de presentaciones y trabajos

Desarrollo del inglés.

Dar más importancia al factor Humano.

Desarrollo de la vocación de servicio.

Hacer consciencia a las cabezas, directores, rectores, de ciertas áreas claves y después diseñar algún programa de desarrollo de éstas.

- Cursos de superación personal como autoestima, creatividad, trabajo en equipo, liderazgo.
 - Enseñarle a los jóvenes a plantearse metas
 - Desarrollo de Habilidades del Pensamiento
-

El tema de los cursos de autoestima y creatividad surgió de forma espontánea en estos consejos, pero más que nada se hacía énfasis en que esto se institucionalizara de forma comprometida por parte de la universidad más que solo hablar de la importancia que ésta tiene sin realizar esfuerzos de mediano y largo plazo que garanticen efectividad en los resultados observados.

Para concluir con esta encuesta se realizaron dos preguntas: Si se consideraba que las habilidades de Trabajo en Equipo, Comunicación, Liderazgo, que la empresa ha considerado muy importante tanto seleccionar como desarrollar en su personal tienen alguna relación con la autoestima y con la creatividad y vemos cómo la gran mayoría para no decir el 100% contestó que sí. Nos dicen que el tema de la autoestima puede ser todavía algo delicado por la resistencia que poseen algunas empresas para encarar las

realidades humanas de manera clara y sin temores, pero que depende mucho de la manera como se presente para que se logre comprender el impacto y la importancia que éste concepto adquiere para el desarrollo exitoso de cualquier trabajador dentro de una organización. Al tema de la creatividad si se le está dando más importancia, porque por sí solo se ha considerado fundamental para competir y responder a las exigencias del mercado mundial, y consideran que las empresas están haciendo esfuerzos por incluir a sus empleados en procesos de desarrollo de esta habilidad.

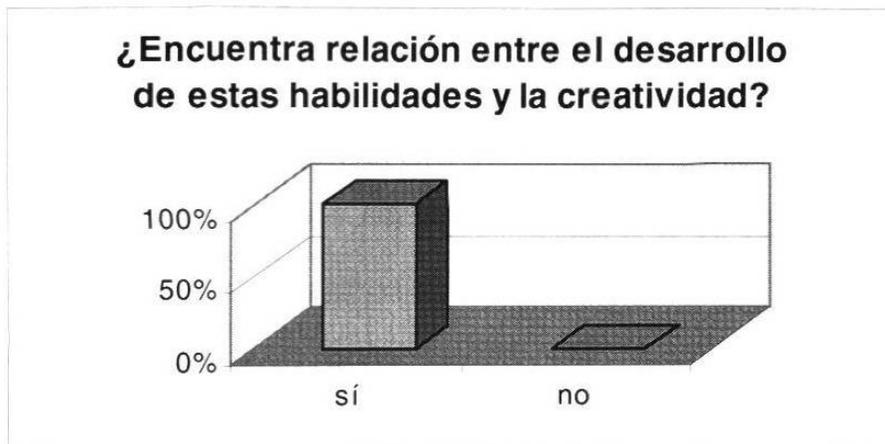


Figura 18. Relación entre las habilidades que desarrollan y la creatividad

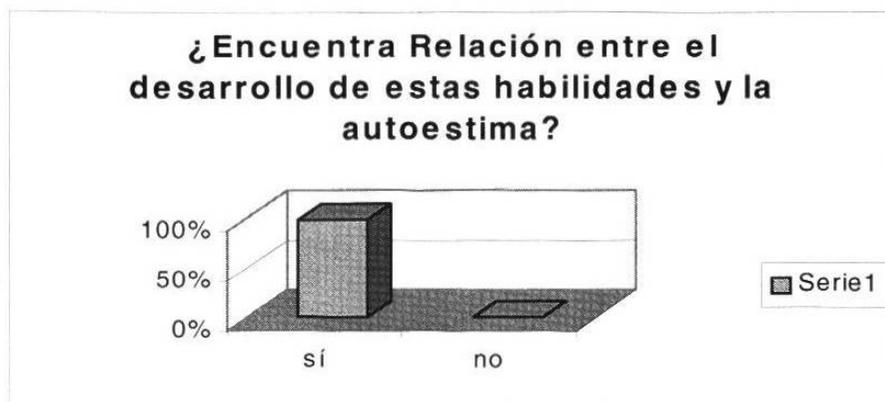


Figura 19. Relación entre las habilidades que desarrollan y la autoestima.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de haber observado los resultados de cada una de las tres dimensiones del estudio estamos en condiciones de verificar las hipótesis planteadas al principio de nuestra investigación y contestar cada una de nuestras interrogantes .

DIMENSIÓN I

- 1- Evaluación de la autoestima y creatividad alcanzada por una muestra de estudiantes de seis facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León.
- 2- Encuesta de Opinión aplicada a una muestra de estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Para nuestra primera dimensión, observamos que se verifica nuestra hipótesis ya que los puntajes promedios alcanzados por los estudiantes tanto para Autoestima como para Creatividad general se ubican dentro del rango promedio o bajo.

Existen condiciones externas no controladas en esta investigación que han propiciado que los estudiantes alcanzaran estos niveles de autoestima y creatividad, por lo que no puede concluirse que se debe solamente a su experiencia en la Universidad, sin embargo, el motivo de nuestro planteamiento como hipótesis es que si el medio educativo promoviera el desarrollo de estas habilidades de manera organizada e institucional, los puntajes promedios se ubicarían con mayor frecuencia dentro del rango promedio y alto.

En General no existe diferencia significativa entre los puntajes obtenidos para la prueba de autoestima en cada una de las Facultades del estudio, por lo que podemos observar

que el comportamiento para esta habilidad se mantiene uniforme. Llama la atención que los puntajes promedio para las subescala de seguridad e identidad, básicas para el desarrollo de la autoestima, se encuentren cerca del nivel medio (5), lo que nos indica que estas dos dimensiones, deberán ser atendidas y reforzadas con especial interés.

En los resultados observados se confirma la teoría de Robert Reasoner et al(1991) al afirmar que los puntajes para las subescalas de propósito y competencia tienden a ser mayores.

En cuanto a lo que se refiere a la Creatividad, es importante señalar que la media general del grupo evaluado se encuentra dos puntos por encima del nivel promedio para la población, lo cual podría ser mejor, si se compara con los puntajes de creatividad obtenidos por grupos de estudiantes que son sometidos a preparación y desarrollo de sus niveles de creatividad. (Torrance, 1990). Nos llama la atención que la Facultad de Contaduría y Administración obtenga puntajes bajos en el desarrollo de la Creatividad, específicamente para lo que se refiere a fluidez, originalidad, abstracción y elaboración.

Una dimensión importante para ser considerada en el desarrollo de la creatividad deberá ser la elaboración, donde los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León salieron con puntajes bajos. La teoría nos dice (Torrance, 1990), que el área de elaboración involucra procesos complejos del pensamiento de relación y generalización de ideas y quienes obtienen altos puntajes en esta dimensión se caracterizan por altos estándares de comportamiento creativo. En Fluidez, Originalidad, Abstracción y Resistencia los puntajes se ubican por encima del promedio, mostrando una inclinación

positiva hacia la Resistencia al cierre prematuro. Esto nos indica que en general los estudiantes muestran flexibilidad y apertura a la hora de resolver sus problemas.

En las Facultades de Psicología y Arquitectura se observan puntajes altos para abstracción, lo que puede indicar que en estas facultades se desarrolla esta habilidad. La Facultad de Trabajo Social muestra un puntaje alto para la subescala de resistencia, lo que nos indica una buena adecuación en general de los estudiantes a sus esquemas sociales, y un enfoque más amplio de la necesidad de adaptación y flexibilidad.

En relación a la prueba de creatividad también observamos que las mujeres obtuvieron puntajes más altos que los hombres para la subescala de abstracción, es importante aclarar que estos datos pueden tener causas generales que no han sido controladas en este estudio, sin embargo la descripción general de los resultados nos acerca a la observación de que si bien es cierto no se han encontrado científicamente datos que indiquen la superioridad intelectual por género, existen algunas áreas que tanto el hombre como la mujer desarrollan más por las características de sus actividades. En la revista Fortune de Febrero de 1997 un artículo señala que si bien es cierto que el hombre posee una masa cerebral más grande que la mujer, ésta última posee un número mayor de células nerviosas y mayor número de conexiones neurocerebrales. Esto quedará en suposición, mientras que no se encuentren hallazgos sustentados con mayor fuerza a nivel científico, sin embargo, nos parece un dato muy interesante.

Se observa en los resultados diferencias importantes por semestre, donde los estudiantes de semestres más altos obtienen puntajes tanto para creatividad como para autoestima a un nivel superior. Esto nos indica que el nivel de madurez y la experiencia en

actividades académicas y técnicas, llevan a los estudiantes a mejorar sus niveles de desempeño, a medida que avanza su progreso académico. Específicamente podemos observar que los estudiantes de mayores semestres obtienen mejores puntajes en las subescalas de seguridad, fluidez, abstracción, resistencia y creatividad general.

Una relación importante que se observa es que a mayor capacidad de abstracción, mayor sentido de propósito muestran los estudiantes para la realización de sus metas. De la misma forma, la competencia se correlaciona significativamente con la creatividad general, lo que nos indica que mientras mayores habilidades de originalidad, abstracción y elaboración tenga la persona, mayor sentido de competencia y habilidad siente poseer y por lo tanto lo proyectará en sus actividades.

Al analizar los resultados del cuestionario aplicado a 200 estudiantes de la universidad observamos un interés general por el mejoramiento continuo de los procesos educativos, y un mayor compromiso por parte de la universidad por la revisión constante de sus practicas y la flexibilidad a la hora del diseño de nuevas y mejores estrategias. Se cumple la hipótesis de que los estudiantes consideran importante el desarrollo de la autoestima y de la creatividad y están interesados en que la Universidad les ofrezca alternativas de desarrollo de estas habilidades.

A nivel general los estudiantes consideran que el nivel educativo de la Universidad es Bueno, que le hacen falta algunos detalles a los planes específicos de algunas facultades, sin embargo, manifiestan niveles generales de satisfacción. Consideran que el ser egresados de la Universidad Autónoma le abre buenas oportunidades para entrar

en empresas, sin embargo, existen áreas de oportunidad que se deben observar dentro de la preparación de los estudiantes.

Un poco más de la mitad de los estudiantes encuestados consideran que la universidad promueve el Desarrollo de la Autoestima, pero la otra parte, un 49% considera que ésta es un área de oportunidad que la universidad necesita observar y valorar con más cuidado. En lo relacionado con el desarrollo de la creatividad, un 50% lo considera bueno, y un 33% lo considera regular. Dentro de este 33% se encuentran las personas que recomiendan la implementación y desarrollo de un programa de creatividad para apoyar estas limitaciones.

Tanto en lo relativo a la autoestima como a la creatividad, un alto número de estudiantes le dan una importancia mayor del 50% dentro del desarrollo de los estudiantes.

Un número muy alto de estudiantes, 99% expresan alto interés porque la Universidad ofrezca un programa de desarrollo de la Creatividad. Este mismo interés se observa en lo relacionado con un programa de autoestima, donde un 94% manifiesta interés.

Dentro de las cinco áreas que los estudiantes perciben que la Universidad debe reforzar se encuentran: Cómputo, la didáctica de los maestros, en lo que se refiere a la preparación técnica y humana, de igual forma las bibliotecas, la Investigación y el Inglés. El desarrollo de la creatividad aparece dentro de las diez áreas más importantes que los estudiantes consideran que deben ser reforzadas.

DIMENSIÓN II

Habilidades requeridas por empresas importantes de Monterrey tanto para la selección de personal, como para la capacitación y desarrollo de sus trabajadores.

Los resultados de esta dimensión nos indican un alto interés por parte de las empresas por unir esfuerzos con la universidad, aumentando los tiempos de practicas laborales y las relaciones empresa-universidad durante la preparación académica.

Podemos observar que los cinco requisitos fundamentales que buscan las empresas en los candidatos son en primer lugar: valores, el cumplimiento del perfil del puesto en cuanto a conocimientos y características generales, un buen desempeño académico, el dominio del inglés y una buena presentación. En cuanto a las cinco habilidades más importantes que las empresas buscan tanto seleccionar como desarrollar son en primer lugar trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, atención y servicio al cliente y flexibilidad y adaptación. Esto confirma nuestra hipótesis relacionada con las habilidades que busca la empresa, y de igual forma refuerza el comentario del Ing. Sida Medrano Presidente de la Fundación Mexicana de la Calidad Total, quien nos señaló en una entrevista realizada telefónicamente en la Ciudad de México DF en septiembre de 1998, en la sede de la Fundación, estas habilidades como básicas dentro del funcionamiento de cualquier organización.

Al momento de jerarquizar habilidades, en primer lugar las empresas piden responsabilidad, la cual confirmaría la información anteriormente expuesta donde se señala que las empresas piden en primer lugar valores. Se confirma también la

importancia del trabajo en equipo, que como habilidad general aparece en primer lugar, y dentro de la jerarquización se mantiene en los primeros lugares, en este caso en segundo. La comunicación y el liderazgo también están siendo requisitos importantes de las empresas del estudio.

Las empresas de la investigación se han visto en la necesidad de desarrollar programas de capacitación y desarrollo para observar en su personal estas habilidades, y por la experiencia ocasionalmente llegan con estas habilidades desarrolladas

El Tecnológico de Monterrey aparece en primer lugar dentro de la percepción expresada por las empresas del estudio, la Universidad Autónoma de Nuevo León se ubica en tercer lugar luego de la Universidad de Monterrey.

La evaluación general que hacen las empresas a la formación integral que ofrece la Universidad Autónoma de Nuevo León es buena, si se promedia la puntuación obtenida alcanza un ocho en una escala de uno a diez. Sin embargo, el consejo más importante y consistente que dan las empresas a la Universidad Autónoma es que se realicen convenios para implementar proyectos conjuntos de la Universidad con las Empresas. Que se aumenten y mejoren las practicas laborales, y que se analicen las necesidades conjuntas de ambos, para la maximización de los esfuerzos en búsqueda de los mayores beneficios, tanto para los estudiantes como para las empresas.

Un 100% de las empresas del estudio considera que existe una importante relación entre la autoestima y la creatividad y cada una de las habilidades que buscan desarrollar en su personal.

Una de las personas entrevistadas afirma lo siguiente: “ Si un empleado tiene una autopercepción de autoestima es más favorable el desempeño laboral que pudiera ofrecer y así mismo se facilita la Capacitación y Desarrollo que se le brinda”

De igual forma otra persona expresa: “ En el mundo de hoy, se necesita mucho las habilidades de flexibilidad y adaptación, y el desarrollo del pensamiento creativo te abre muchas puertas”.

DIMENSIÓN III

Propuesta de un Programa para el desarrollo de la creatividad y la autoestima en estudiantes universitarios.

Al momento de concluir qué temas o actividades deberá incluir un programa que busque desarrollar tanto la creatividad como la autoestima de los estudiantes de la Universidad, será importante alinearnos con la teoría presentada y sus justificaciones de buenos resultados.

En el caso de la autoestima se ofrece un programa completo para el desarrollo de las cinco dimensiones generales de la misma que son: Seguridad, Identidad, Pertenencia, Propósito y Competencia.

En cada una de las sesiones que se sugieren se busca despertar en los estudiantes el interés y la responsabilidad por el desarrollo de su propia autoestima.

De igual forma en todo lo relacionado con la Creatividad, se pretende desarrollar la fluidez, la originalidad, la elaboración, abstracción y resistencia, tomando en cuenta el proceso creativo y desarrollando la inventiva en la experiencia cotidiana.

En base a todo lo anterior podemos concluir que tanto los estudiantes como las empresas piden que se desarrollen habilidades relacionadas con Trabajo en Equipo, Comunicación y Liderazgo y ambos concuerdan en que tanto la Autoestima como la Creatividad son dos habilidades básicas, de fondo para el desarrollo y dominio de las habilidades generales que necesita el hombre y la mujer de hoy para responder a las exigencias del medio.

De igual forma, si la Universidad Autónoma se encuentra en una importante revisión de sus procesos internos para convertirse en la Mejor Universidad Pública de México, resulta fundamental que se escuchen las percepciones y recomendaciones de sus clientes directos, los estudiantes, y de sus clientes potenciales, las empresas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda presentar la presente investigación a las Autoridades Universitarias para su análisis y consideración.
- Los programas que se presentan en este estudio se han diseñado para su exposición en un período de un semestre, por lo que se recomienda que se considere su institucionalización, al mismo tiempo que el entrenamiento a los maestros que estarán a cargo de los mismos.
- Sería interesante la realización de una investigación para evaluar los resultados de cada uno de los programas para el logro del desarrollo general tanto de la autoestima como de la creatividad.

- De igual forma, se recomienda la estandarización de los instrumentos de medición de las habilidades de esta investigación.
- Resulta importante la consideración de las opiniones de los estudiantes en cuanto a las áreas que se necesitan reforzar, al mismo tiempo que el interés expresado por las empresas en cuanto al reforzamiento de las relaciones entre éstas y la Universidad.
- Se ofrece una amplia documentación bibliográfica tanto de autoestima como de creatividad para que se refuerce y comprenda la necesidad real que existe de atender estos temas, y sobretodo para capacitar al personal que tiene que relacionarse directamente con los estudiantes.

CAPITULO VI
PROGRAMAS PROPUESTOS PARA EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA
Y LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

I. PROGRAMA DE AUTOESTIMA ORIGINAL

El Programa de Autoestima que se propone en esta investigación tiene como base conceptual el Programa “Building Self Esteem in the Secondary School”(1991), debido a que sus autores consideran que también puede ser utilizado en los primeros niveles de formación universitaria. A continuación presentamos la historia y beneficios de este programa.

A. Historia

La versión secundaria del Programa Fortalecimiento de la Autoestima, es producto de 20 años de desarrollo y pruebas de campo, iniciando en Mt. Diablo Unified School District en Walnut Creek, California. En 1917, se realizó un esfuerzo concertado por un grupo de Bancroft School, y el Dr. Stanley el Coopersmith, en ese momento presidente del Departamento de Psicología de la Universidad de California; en Davis, para el desarrollo del diseño de un programa para fortalecer el autoconcepto de los estudiantes y para construir una motivación intrínseca sin sacrificar la excelencia académica. El Dr. Coopersmith es conocido por su investigación en autoestima y por la creación del *Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI)*, y del *Behavioral Academic Self-Esteem (BASE) Profile*, reconocidos actualmente como medidas estandarizadas de la autoestima.

El esfuerzo de la escuela fue impulsado por un estudio acerca de las prioridades de la instrucción conducido en más de 250 escuelas y 5,000 padres

quienes reportaron que ellos consideran que la autoestima es una meta instruccional tan significativa como el aprovechamiento de la lectura.

(Reasoner, 1973). Por un período de dos años un grupo permaneció reuniéndose con el Dr. Coopersmith para explorar algunos conceptos y aprender estrategias que pudieran traer resultados efectivos para aumentar la motivación y el sentimiento positivo hacia el sí mismo. A medida que el programa se desarrolló, atrajo alrededor de 200 visitantes por año de todo California y de otros estados, motivados por el alto nivel de motivación en los estudiantes, el aumento en la responsabilidad demostrado por los estudiantes, el incremento en el interés por el aprendizaje, la comparable ausencia de problemas significativos de disciplina y el aumento en el rendimiento académico. La escuela se convirtió en una muestra para el Programa de Educación de Primera Infancia de California y para el Centro para el estudio de la Evaluación de la Universidad de California.

En una encuesta de 350 visitantes a la escuela, 90% reportó que los estudiantes funcionaban de manera significativamente diferente de estudiantes de otros colegios que les eran familiares. Los comentarios más frecuentes eran que los jóvenes lucían felices, más relajados, más confiados, con más determinación en sus actividades y más abiertos acerca de sí mismos. También funcionaban más independientes que estudiantes de otros colegios. La evidencia también sugiere que el nivel intelectual, medido con pruebas de inteligencia, también aumentó de manera significativa.

Un estudio realizado en la secundaria, seis años después, demostró que los estudiantes expuestos a este programa demostraron mayor aprovechamiento académico y aumentaron sus habilidades de liderazgo y la motivación en el salón de clases. De igual forma, estaban involucrados en menos incidentes de conductas inadaptadas y se habían trazado metas significativas para ellos. Ninguno de ellos se vio envuelto en abuso de drogas o alcohol, y los profesores reportaron que estos estudiantes eran diferentes a los otros colegios, por su nivel general de motivación (Reasoner, 1983).

En el año de 1976 el procedimiento y las actividades del salón de clases fueron recopiladas y descritas en un manual preparado con un fondo concedido por la Comisión de Abuso de Drogas de Santa Clara (The Santa Clara Country Drug Abuse Commission). Profesores en “ The Altos School District” fueron entrenados en el material utilizado. Como resultado del continuo éxito y efectividad del programa, *Consulting Psychologist Press*, ofreció publicar el programa y fue guiado para la publicación del ***Building Self-Esteem Program*** para el kinder hasta el nivel octavo.

Desde su publicación en el 1982, el programa ha sido utilizado a través de los Estados Unidos con un éxito supervisado. Un proyecto de tres años conducido desde 1983 hasta 1985 fue originado por la Fundación Lucile Packard, con el fin de determinar la efectividad del programa. El estudio utilizó tres escuelas experimentales y tres de control en tres distritos diferentes. Los resultados del

estudio demostraron que en comparación con los estudiantes del grupo control, aquellos estudiantes que utilizaron el programa no solamente se sintieron mejor consigo mismos, sino que también experimentaron pocos problemas sociales, estuvieron mayormente motivados en el salón de clases, participaron en más actividades de grupo y tuvieron menos problemas de disciplina. Por encima del 90% de los profesores reportaron que el programa tuvo un impacto significativo en el clima general de la escuela y en las actitudes de los estudiantes. (Reasoner & Gilbert, 1988).

Además de las pruebas de validez recibidas por maestros, profesores y administrativos en relación a la efectividad del programa, *The Building Self-Esteem Program* ha sido también validado por agencias de psiquiatría y programas de rehabilitación de drogas por su efectividad en el fortalecimiento de la autoestima y la restauración del funcionamiento personal. El marco conceptual en el cual el programa se basa, ha sido reconocido y utilizado como base para otros programas (Borba, 1989, Little, 1988). **Después de nueve años de uso, se tomó la decisión de preparar un programa comparable de sexto grado hasta sexto de secundaria, que sirviera también para los primeros niveles universitarios**, basado en los mismos conceptos. *Building Self Esteem in the Secondary Schools*, es el resultado de esta decisión.

Este programa es producto de los esfuerzos de colaboración de los autores por preparar un programa flexible y práctico para los profesores en general. (Robert Reasoner, 1991).

Consideramos interesante presentar los resultados de un estudio piloto realizado en la Escuela Silver Creek, en San José, California, donde al final los participantes, seleccionados al azar, fueron comparados con aquellos estudiantes no seleccionados y se encontraron diferencias significativas:

Los estudiantes que participaron en el programa aumentaron su interés hacia el aprendizaje y el ambiente en que lo viven, asumieron mayor iniciativa en involucrarse ellos mismos en el ambiente escolar. Las ganancias fueron mantenidas aún después de un año. Como conclusión del estudio fue evidente que aquellos estudiantes que participaron en el programa se sintieron mejor consigo mismos en comparación con los estudiantes no seleccionados.

Otro aspecto importante del estudio fue el cambio significativo de parte de los profesores del grupo experimental. El grupo de profesores comenzó a realizar una evaluación más positiva de su colegio y de la relación con sus colegas y los otros miembros administrativos. Indicaron mayor apoyo mutuo, participaban en un mayor número de actividades de cooperación y momentos para compartir con sus colegas; reportaron sentirse más competentes como educadores y obtenían mayor satisfacción en sus carreras. (Reasoner, 1988).

B. Contenido

El objetivo de este programa es proporcionar las condiciones necesarias para fortalecer cinco actitudes básicas, esenciales para la autoestima:

1. Sentido de Seguridad
2. Sentido de Identidad o Autoconcepto
3. Sentido de Pertenencia
4. Sentido de Propósito
5. Sentido de Competencia Personal.

Estos cinco factores han sido identificados a través de investigación y estudios de campo como elementales, en aquellos individuos quienes demostraron características de una autoestima alta, incluyendo la habilidad para relacionarse con otros, enfrentar problemas con confianza, trabajar por sus metas, pensar y actuar sobre la base de los juicios independientes, mantener altos niveles de éxito en la mayoría de sus acciones.

El Programa (BSESS), ha sido diseñado como un proceso secuencia, paso a paso, pues cubre necesidades de los estudiantes de manera sistemática.

En el programa original las actividades están programadas para presentarse durante un año completo. Cada área del programa contiene un total de 30 actividades, organizadas para su presentación por un mes.

PROGRAMA: “FORTALECIMIENTO DE LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS”.

Como lo señalan los autores del programa original, el mismo también puede ser utilizado en los primeros niveles de la vida universitaria. Por esto se ha tomado como guía para la elaboración del programa : *Fortalecimiento de la Autoestima en la Universidad*. Cada una de las sesiones de este programa tomará el contenido del programa original, organizandose en 16 sesiones para cumplir un semestre completo.

Se seleccionaron actividades de cada área del programa original, para trabajar en cada una de las sesiones, y de esta forma alcanzar los objetivos del mismo. En cada sesión se agregan algunas dinámicas vivenciales relacionadas con el tema, para hacer la actividad más entretenida para los participantes.

A. Objetivo:

Ofrecer a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León información tanto práctica como teórica y vivencial, que contribuya al desarrollo de la Autoestima como herramienta importante para el desenvolvimiento integral de los estudiantes.

B. Contenido

La secuencia de desarrollo de las sesiones será la siguiente:

La primera sesión será introductoria del tema de **autoestima**, luego cada área será trabajada de la siguiente forma:

1. **Sentido de seguridad:** En estas sesiones se busca fortalecer las normas y límites claros, aprendidas tanto en el hogar como en la escuela. Los estudiantes podrán revisar las expectativas de sus padres y maestros en relación a ellos y de esta forma podrán compararlas con sus propias expectativas. Podrán relacionar las normas con sus responsabilidades, al igual que reflexionar sobre las responsabilidades que poseen en cuanto a sus derechos y libertades.

Las actividades incluidas en esta sesión son:

- Normas del Hogar y de la Escuela
- Responsabilidades Personales
- Expectativas Parentales
- Derechos
- Libertad vs. Responsabilidad
- Código de Etica
- Dependencia
- Responsabilidad hacia sí mismo
- Organización del Tiempo

2. Sentido de identidad o autoconcepto: Un sentido de identidad fuerte, implica que el individuo posee una idea realista de quién es, incluyendo sus fortalezas y debilidades. En estas sesiones, se busca que los individuos se hagan conscientes de sus cualidades positivas, de sus sentimientos, sus valores, lo que otros piensan de ellos y cómo esto influye en lo que ellos piensan de sí.

Las actividades incluidas en las sesiones son:

- Cualidades positivas
- Estableciendo mis sentimientos
- Características personales
- Decepciones
- Lo que otros piensan de mí
- Mi bandera
- Mi rango de sentimientos
- Sentimientos
- Yo tuve un sueño
- Soy un artista de cine
- Mi comercial

Algunas actividades serán realizadas durante la sesión y otra serán asignadas como trabajo de casa para discusión posterior.

3. Sentido de pertenencia: El significado del sentido de pertenencia aumenta a medida que vamos creciendo, cuando los jóvenes necesitan ser aceptados por los pares y sentirse parte de un grupo es de primordial importancia. En estas sesiones se busca que los individuos se hagan conscientes de sí mismos y de la presencia del otro, y de sus sentimientos hacia ese otro. Despertar interés en las características de los demás y conocer qué tienen en común. También se busca fortalecer el trabajo en grupo.

Las actividades propuestas para estas sesiones son:

- La entrevista
- Palabras de aliento
- Ayudando a otros
- Descubre a tu amigo
- ¿Quién es tu amigo?
- Creando confianza
- Qué tenemos en común
- Proyecto compartido
- Creando un clima positivo
- Ronda de Sentimientos
- Retroalimentación

4. Sentido de propósito: Se requiere que los estudiantes creen en su propio potencial, cuando realizan tareas específicas. La autoestima se nutre por el logro de metas, la solución de problemas y un sentido de crecimiento personal. En estas sesiones se busca que los estudiantes se planteen metas personales, que reflexionen acerca de lo que ellos esperan de sí mismos y a dónde quieren llegar.

Las actividades que se sugieren para esta sesiones son:

- La Fantasía
- Planteamiento de Metas
- Imaginando ser A's
- Ser Padres
- Creando Hipótesis
- Expectativas Personales
- El círculo de valores
- Manuscrito
- Debilidad vs Fortaleza
- Medida del Cociente de Éxito
- Lista de Deseos
- Ocupaciones del Futuro

- Mi Héroe.

5. Sentido de competencia: El sentido de competencia personal viene de la creencia de que uno puede enfrentar los problemas y llegar hacia el éxito. Esta confianza es esencial para la autoestima e incluye la habilidad para usar las capacidades cognitivas, sociales y de comportamiento para integrarlas en el curso de la acción y para alcanzar propósitos específicos.

En estas sesiones se busca que los estudiantes confíen en sus recursos y potencialidades a través del reconocimiento de su presencia en ellos y la reflexión sobre algunos aspectos relacionados.

Las actividades de estas sesiones son:

- Personalidad del año
- Conociéndome a mí mismo
- Errores y oportunidades de crecimiento
- Mi mundo Perfecto
- Debilidades y Fortalezas
- Que hago bien
- Mentes que hablan
- Ayudando a resolver problemas
- Mis éxitos
- Tomando decisiones

- Máscaras
- Carta a padres

C. Duración:

El programa ha sido diseñado para dictarse por espacio de un semestre completo, incluyendo 16 sesiones de dos horas cada una.

D. Recomendaciones:

En el anexo podrán encontrar una guía general de la forma como llevar a cabo cada una de las actividades mencionadas.

Con la teoría presentada en esta investigación se pueden idear nuevas estrategias de trabajo con el fin de que se llenen al máximo las expectativas de los alumnos al mismo tiempo que se logran los objetivos deseados.

Se recomienda presentar el presente programa a las autoridades de la Universidad para su análisis y aprobación, posteriormente realizar una presentación y preparación a los maestros que tendrán a su cargo la exposición del mismo.

I. PROGRAMA PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

A. Objetivo:

Ofrecer a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León información tanto práctica como teórica que contribuya al desarrollo de la creatividad como herramienta importante para la solución de sus problemas.

B. Contenido:

El Programa de Creatividad para estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León se ha dividido en sesiones que incluyen exposición teórica y talleres prácticos. A continuación se propone una secuencia de temas que se sugieren como parte elemental de este programa para el Desarrollo de la Creatividad. En la teoría presentada anteriormente se pueden encontrar herramientas de desarrollo y referencias prácticas para asignar dinámicas adecuadas según sea el tema en cuestión.

C. Duración:

El Programa ha sido diseñado para dictarse por espacio de un semestre completo, incluyendo 16 sesiones de dos horas cada una.

SESIÓN I Y II

- I. Saludo y Bienvenida
- II. Presentación de Objetivo del Programa General
- III. Establecimiento de Normas Generales de trabajo de grupo

- IV. Introducción al Tema de la Creatividad:
 - Definición de Creatividad
 - Pensamiento Creador
 - Características de las Personas Creativas
- V. Aplicación de la Prueba de Creatividad de Torrance a todo el grupo
- VI. Explicación del contenido de la prueba y forma de corrección.
 - Fluidez
 - Originalidad
 - Elaboración
 - Flexibilidad
- VII. Autocorrección de la prueba por cada estudiante.
- VIII. Reflexión grupal y compromiso personal con el desarrollo de la creatividad.

SESIÓN II Y III

- I. Enseñanza de la Creatividad
 - Hemisferios Cerebrales
 - Procesos de Pensamiento y Percepción
 - Tipos de Pensamiento
 - Lineal y Lateral
 - Convergente o Divergente

- Marcos para la Creatividad
 - Mida su tiempo
 - Adquiera la Técnica
 - Relaje su mente
 - Tenga una corazonada
 - Flexibilice su pensamiento
 - Tenga curiosidad
 - Recoja el guante
 - Salga del camino trillado

SESIÓN V, VI Y VIII

El Proceso Creativo

SESIÓN VIII

Factores que favorecen el Desarrollo de Habilidades del Pensamiento

- Planificación
 - Consideración de Objetivos o Propósitos
 - Consideración de Prioridades

SESIÓN IX

Técnicas para reforzar el Proceso Creador

- Lluvia de Ideas
- Consideración de Variables
- Reglas y Principios
- Matrices de Descubrimiento
- Considere Consecuencias
- Alternativas, Posibilidades y Opciones
- Considere otros puntos de vista

SESIÓN X

La Creatividad en Grupo

SESIÓN XI

Activación de Procesos Creativos

SESIÓN XII – XIV

Inspiración en Equipo

SESIÓN XV Y XVI

La Creatividad en la Vida.

D. Recomendaciones:

Se recomienda presentar el presente programa a las autoridades de la Universidad para su análisis y aprobación, posteriormente realizar una presentación y preparación a los maestros que tendrán a su cargo la exposición del mismo.

REFERENCIAS

- Adler, A. (1969). *The science of living*. New York: Anchor Books, Doubleday.
- Allport, Gordon (1986). *La personalidad: Su Configuración y Desarrollo*. Barcelona: Editorial Herder.
- Beane, J., & Lipka, R. (1986). *Self-concept, self-esteem, and the curriculum*. New York: Teacher's College Press.
- Bednar, Richard et al. (1991). *Self Esteem*. Washington: APA.
- Belbin, R. Meredith. (1981). *Management Teams: Why They Succeed or Fail*. Nueva York: Halstead Press.
- Bono, Edward de. (1993). *Pensar Bien*. México: Selector.
- Bono, Edward de (1994) *El pensamiento Lateral*. México: Paidós.
- Branden, Nathaniel. (1991). *Cómo Mejorar su Autoestima*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Briggs, D. (1970). *Your Child's Self Esteem*. New York: Doubleday.
- Brookover, W. B., et al. (1965). *Self- concept of ability and school achievement II. U.S. Office of Education, Cooperative Research Project 2831*. East Lansing: Michigan State University.
- Callahan (1978). *Five Minutes phobia cure Dr. Callahans Treatment for fears*. Wilmington, DE, Entrekprise Publishing.
- Cartwright, Dorwing y Alvin Zander. (1989) *Dinámica de Grupos, Investigación y Teoría*. México: Editorial Trillas.
- Clemes, H., & Bean, R. (1981). *Self Esteem: The Key of your child well being*. Nueva York: Kensington Publishing.
- Coopersmith, S.R. (1967). *The Antecedents of Self Esteem*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Coopersmith, S. (1975) *Developing Motivation in young children*. San Francisco, CA: Albion Pess.

- Coopersmith, Stanley. (1981). *The Antecedents of Self Esteem*. California: Consulting Psychologists Press.
- Corbella, Juan. (1991) *Enciclopedia Práctica de la Psicología*. Barcelona: Plaza de Janes.
- Covington, M (1984). *Recent research findings on self-esteem: Educational Implications*. Paper presented at the annual California State Conference on Self-esteem, San José.
- Curry, Nancy & Carl Johnson. (1992) *Beyond Self-Esteem*. Washington: National Association for the Education of Young Children.
- Duncker, K., (1980) *La Psicología de la Productividad*. Barcelona: Paidós.
- Erikson et al (1982). *Juego y Desarrollo*. Barcelona: Grijalbo.
- Mckay, Mathew & Fanning, Patrick &. (1987). *Stop Letting your life lead you, Master your own destiny through Self Esteem*. California: New Harbinger Publications.
- Garza González, Manuel (1998). *Manual sobre Técnicas de Psicología Industrial Aplicada*.
- Gesell, Arnold (1989). *Diagnóstico del Desarrollo Normal y Anormal del niño, evaluación y manejo del desarrollo neuropsicológico normal y anormal*. México: Paidós.
- Gilmore, J. (1974). *The productive personality*. San Rafael, CA: Albion Press.
- Gordon, W. J.J. (1961) *Synectucis* New York: Harper & Row.
- Guilford, J.P.(1978) *Creatividad y Educación*. Buenos Aires: Paidós.
- Hubert, René (1980). *El Desarrollo Mental*. México: Editorial Trillas.
- James, W. (1890). *Principles of psychologist*. New York: Henry Holt.
- Jones B, Fly et al. (1987). *Strategic Teaching and Learning*. Association for Supervision and Curriculum Development.
- Kegan, R. (1982). *The envolving self*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Kerlinger, Fred. (1988). *Investigación del Comportamiento*. México: Editorial McGraw-Hill/ Interamericana.
- Longoria, Ramón. (1997) *Apuntes sobre el Desarrollo de la Creatividad*. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Arquitectura.
- Lowenfeld, V y Brittain, W. L. (1972) *Desarrollo de la Capacidad Creadora*. Buenos Aires: Kepeluz.
- Maier, Henry. (1989). *Tres Teorías sobre el Desarrollo del Niño*. Argentina: Paidós.
- Maslow, A. (1982). *La Amplitud Potencial de la Naturaleza Humana*. México: Editorial Trillas.
- Matussek, Paul. (1977). *La Creatividad*. Barcelona: Editorial Herder.
- Montessori, Maria. (1986). *Formación del Hombre*. México: Editorial Diana.
- Oerter, Rolf. (1975) *Psicología del Pensamiento*. Barcelona: Herder.
- Papalia, Diane y Sally Wendkod. (1990). *Desarrollo Humano*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Perkins, D.N. (1991). *Teaching for Transfer*. NY: Educational Leadership.
- Penagos, Julio César (1998). *Preguntas más comunes sobre Creatividad*. Universidad de las Américas, Puebla, México. Pcorzo@vdlapvms. Pue. Udlap. Mx.
- Piaget, Jean. (1986). *Seis Estudios de Psicología*. Barcelona: Colección Ariel.
- Piaget, Jean. (1985). *El nacimiento de la inteligencia en el niño*. México: Grijalbo.
- Polya, George. (1965). *Cómo plantear y resolver problemas*. México: Trillas.
- Reasoner, Robert. (1991). *Enhancement of self-esteem in children an adolescents: Family an Community Health*.
- Reasoner, Robert & Gail Dusa (1991). *Building Self Esteem for Students*. California, Estados Unidos: Consulting Psychologist Press Inc.
- Rodriguez, Mauro (1988). *Autoestima Clave del Éxito*. México: Manual Moderno.
- Rogers, Carl. (1981). *El Poder de la Persona*. México: Editorial Trillas.

Sánchez, Margarita de (1997). *Desarrollo de Habilidades del Pensamiento*. México: Editorial Trillas.

Sánchez, Margarita de (1997) *Diplomado de Habilidades Docentes*: Instituto Tecnológico de Monterrey.

Sanguinetti , Mario.(1997). *Encuentro Anual de Presidentes de America Latina*. Panamá, *PRENSA*.

Scheirer, M. A., & Kraut, R. (1979). *Increasing educational achievement via self-concept change*. Review of Educational Research.

Setton, Lea. (1994) *Manual de Psicoterapia*. Panamá: Universidad Santa María la Antigua.

Stager, Ross. (1988). *Psychology*. New York: McGraw –Hill.

Steffenhagen, R.A., & Burns, J. D. (1987). *The Social Dynamics of Self-Esteem*. New York: Praeger.

Student at Risk. (1987 Bulletin). San Jose, CA: Santa Clara Country Office of Education.

Torrance, E. P. (1962). *Guiding creative talent*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Torrance, E. P. (1990). *Norms-Technical Manual Figural (Streamlined) Forms A & B*. Bensenville, IL: Scholastic Testing Service, INC.

Voli, Franco (1994). *Autoestima para padres*. Madrid: Editorial San Pablo.

Wimbey, Artur & Jack Lochhead.(1993). *Comprender y Resolver Problemas*. Madrid, Aprendizaje Visor.

Wylie, R. C. (1974). *The self concept*. Lincoln: University of Nebraska Press.

FOLLETOS

Catálogo de Carreras U.A.N.L. 1989. Editado por el Consejo Universitario

Universidad Autónoma de Nuevo León: *Visión 2006: Educación y Desarrollo para el siglo XXI*". 1997.

Ministerio de Salud, *Compendio de Investigación (1983-1993)*. Panamá.

APÉNDICE

APÉNDICE A

INVENTARIO DE AUTOESTIMA PARA ESTUDIANTES

NOMBRE:

FECHA:

EDAD:

FACULTAD:

FECHA DE NAC:

AÑO:

SEXO:

INSTRUCCIONES:

Lea cada oración que aparece debajo y decida si la expresión es usualmente CIERTA o usualmente FALSA para usted.

Si la oración es CIERTA para usted, encierre en un círculo la letra C. Si la oración es FALSA para usted, encierre en un círculo la letra F.

- C F Tengo muchos amigos cercanos
- C F Yo espero hacer un trabajo mejor que regular en la universidad
- C F La mayor parte de mis compañeros parecen tener más amigos que yo
- C F No me va tan bien en la universidad como quisiera porque me preocupo demasiado
- C F En clase me olvido de algunas cosas que se porque me pongo muy nervioso(a).
- C F Siento que el estar en la universidad es algunas veces una pérdida de tiempo.
- C F No me gusta que se me pida participar en clase porque temo no tener *la respuesta correcta.*
- C F Usualmente me va bien en matemáticas
- C F Siempre tengo amigos a los que puedo recurrir por ayuda para los trabajos universitarios.
- C F Pareciera que no le intereso a algunas de mis amistades.
- C F Algunas veces me siento tan nervioso(a) que me cuesta mucho trabajo concentrarme.
- C F Entre mis planes está ser mejor estudiante en la universidad.
- C F Sé lo que necesito obtener de la universidad para ser exitoso(a).
- C F Cuando realmente me esfuerzo encuentro que obtengo buenos Resultados en las cosas más difíciles.
- C F Me siento seguro del resultado que he de obtener en los exámenes.
- C F Normalmente me esfuerzo más en clase que la mayoría de mis Compañeros.

- C F Usualmente no hago preguntas en clase porque me siento muy apenado(a).
- C F Lo que más me gusta de la universidad son los recesos.
- C F Muchos compañeros me consideran un amigo(a) cercano(a).
- C F Cuando me llaman a participar en clase siento pánico.
- C F Mis maestros parecen estar contentos con mi trabajo en clase.
- C F A menudo tengo problemas para terminar mis trabajos a tiempo.
- C F Me esfuerzo mucho para obtener buenas notas en la universidad.
- C F Muchos compañeros no me toman en cuenta en sus secretos y actividades
- C F Desearía tener más amigos
- C F Me esfuerzo por ser uno de los mejores estudiantes de mi clase.
- C F Usualmente me siento confiado de que puedo aprender lo que los Maestros esperan que yo aprenda..
- C F Algunas veces me siento solo(a) en la universidad.
- C F A menudo me preocupo de si le caigo bien o no a mis profesores.
- C F Estoy orgulloso(a) de mi rendimiento académico
- C F Frecuentemente dejo de hacer mi trabajo universitario cuando se vuelve muy difícil.
- C F Usualmente me siento bien acerca del trabajo que hago en Matemáticas.
- C F Tiendo a preocuparme mucho cuando sé que pronto habrá un examen
- C F A menudo no presto atención en clase.
- C F Me agradan mis notas de Historia
- C F La mayoría de mis compañeros me incluyen en sus actividades.
- C F Cada vez que hago algo siempre doy mi mayor esfuerzo.
- C F Algunas veces siento que no encajo con mis compañeros de clase.
- C F Casi siempre entrego mis tareas a tiempo.
- C F Cuando tengo examen, me preocupo por la nota que podría obtener.

INSTRUCCIONES

Escoja la respuesta ya sea A ó B, que hace que la oración sea cierta para usted, encierre en un círculo la letra que seleccionó.

1. Si llegara a lograr una meta que me he fijado, sería probablemente porque:
 - a. Alguien me dijo que necesitaba hacerlo.
 - b. Yo supe como tomar buenas decisiones.

2. Si sacara una mala calificación en un trabajo escrito, sería probablemente porque:

- a. No me esforcé lo suficientemente duro en la asignación
 - b. Un trabajo escrito es más difícil de calificar correctamente.
3. Si yo obtuviera una baja calificación en un examen de vocabulario, sería probablemente porque:
- a. No estudié para el examen
 - b. La lista de palabras era muy larga.
4. Si sacara una buena calificación en matemáticas, sería probablemente porque:
- a. Los problemas eran fáciles
 - b. Trabajé duro para obtener esa nota.
5. Si un dibujo o pintura mío fuese seleccionado por el profesor, sería probablemente porque:
- a. Soy bueno(a) en arte
 - b. Era distinto a todos los demás.
6. Si llegara a obtener una mala calificación en una investigación, sería probablemente porque:
- a. No entendí lo que se suponía tenía que hacer.
 - b. No le dediqué mucho tiempo a la investigación.
7. Si mi profesor(a) llamara a mi tía a la casa sería probablemente porque:
- a. Otras personas me metieron en problemas
 - b. Hice algo que rompió las reglas.
8. Si quisiera estar en la directiva de mi clase y no lo consigo, sería probablemente porque:
- a. Las personas de mi salón solo votaron por sus amigos
 - b. .No supe cómo hacer una buena campaña
9. Si me va mal en un ejercicio, sería probablemente porque:
- a. No estudié suficientemente
 - b. El ejercicio tenía preguntas difíciles.
10. Si no estuviese obteniendo buenas calificaciones en la universidad, sería probablemente porque:
- a. El maestro no me ayudó lo suficiente.
 - b. Mi mejor trabajo no era lo suficientemente bueno.



THINKING
CREATIVELY
WITH
PICTURES

By E. Paul Torrance

FIGURAL
BOOKLET A

NAME _____

AGE _____ SEX _____

SCHOOL _____

GRADE _____

CITY _____

DATE _____



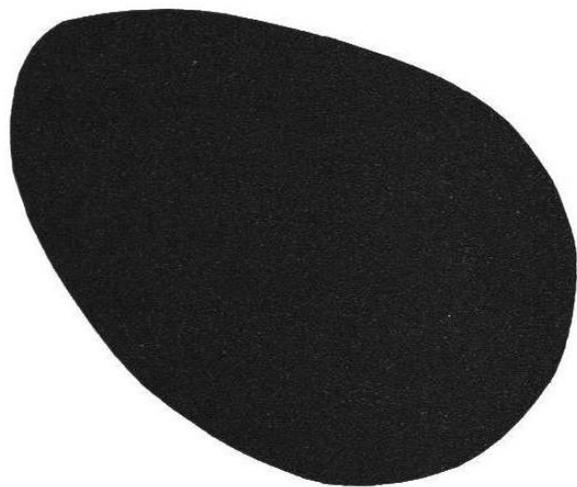
SCHOLASTIC TESTING SERVICE, INC.
480 Meyer Road
Bensenville, IL 60106-1617

Activity 1. PICTURE CONSTRUCTION

On the opposite page is a curved shape. Think of a picture or an object which you can draw with this shape as a part.

Try to think of a picture that no one else will think of. Keep adding new ideas to your first idea to make it tell as interesting and as exciting a story as you can.

When you have completed your picture, think up a name or title for it and write it at the bottom of the page in the space provided. Make your title as clever and unusual as possible. Use it to help tell your story.



YOUR TITLE: _____

Activity 2. PICTURE COMPLETION

By adding lines to the incomplete figures on this and the next page, you can sketch some interesting objects or pictures. Again, try to think of some picture or object that no one else will think of. Try to make it tell as complete and as interesting a story as you can by adding to and building up your first idea. Make up an interesting title for each of your drawings and write it at the bottom of each block next to the number of the figure.

 1. _____	 2. _____
 3. _____	 4. _____



5.



6.



7.



8.



9.



10.

Activity 3. LINES

In ten minutes see how many objects or pictures you can make from the pairs of straight lines below and on the next two pages. The pairs of straight lines should be the main part of whatever you make. With pencil or crayon add lines to the pairs of lines to complete your picture. You can place marks between the lines, on the lines, and outside the lines—wherever you want to in order to make your picture. Try to think of things that no one else will think of. Make as many different pictures or objects as you can and put as many ideas as you can in each one. Make them tell as complete and as interesting a story as you can. Add names or titles in the spaces provided.



1. _____



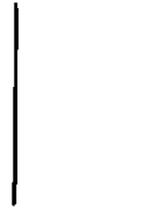
2. _____



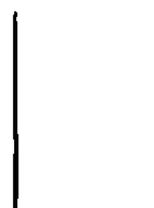
3. _____



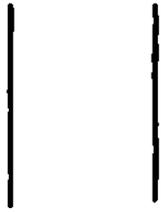
4. _____



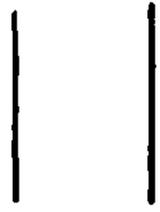
5. _____



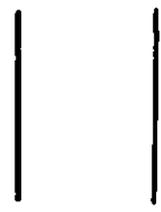
6. _____



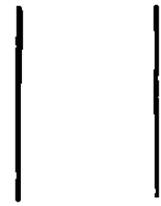
7. _____



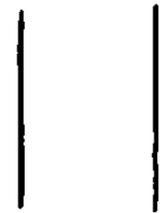
8. _____



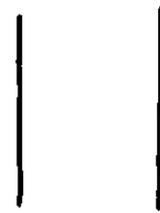
9. _____



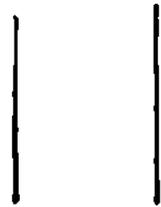
10. _____



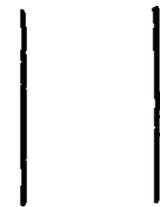
11. _____



12. _____



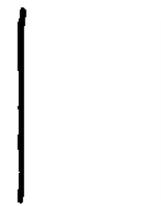
13. _____



14. _____



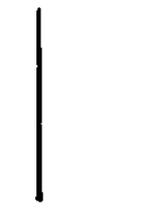
15. _____



16. _____



17. _____



18. _____

GO ON TO NEXT PAGE

APÉNDICE B

CUESTIONARIO APLICADO A LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN LA DIMENSIÓN II

Edad _____ **Lugar de nacimiento** _____
Sexo _____ **Facultad** _____
Turno _____ **Semestre** _____

A continuación se le presentarán una serie de interrogantes relacionadas con su Universidad, le agradecemos contestar de manera honesta y clara debido a que los resultados serán para una investigación de estudios de post-grado.

1. Cómo consideras el nivel educativo de la Universidad Autónoma de Nuevo León
 Excelente Bueno Regular Insatisfactorio
2. Los planes de estudio específicos de tu carrera te parecen
 a. Muy completos b . Adecuados c. Te da igual d. Le hacen falta algunos detalles
 e. Completamente inaceptables.
4. Un área que la Universidad debería reforzar es:

5. Las oportunidades que te brinda el ser egresado de esta universidad para entrar a las empresas la consideras:

Excelente Buena Regular Inadecuada

6. Cómo evalúas el Desarrollo de la creatividad que propicia la Universidad

Excelente Bueno Regular Inadecuado Inexistente

7. Promueve la Universidad el Desarrollo de la Autoestima

Sí _____ No _____

8. Qué porcentaje de importancia de las a estos últimos temas para el desarrollo de los estudiantes.

Autoestima

Creatividad

a. Menos de 20%

a

b. 20-50%

b

c. 50-80%

c

d. 80-100%

d

9 Te gustaría que la universidad te ofreciera un programa completo para el desarrollo de la Autoestima.

Sí _____ No _____

10. Te gustaría que la universidad te ofreciera un programa completo para el desarrollo de la Creatividad.

Sí _____ No _____

CUESTIONARIO PARA EMPRESAS

DIMENSIÓN II

NOMBRE DE LA EMPRESA _____

RAMO/GIRO _____

ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA _____

CLASIFICACIÓN (Grande, Mediana, Pequeña) _____

NACIONAL _____ **EXTRANJERA** _____

CARGO DE LA PERSONA ENTREVISTADA _____

A continuación se le presentarán una serie de interrogantes relacionadas con los requisitos de su proceso de selección y desarrollo de su personal. La siguiente información será valiosa para la realización de una investigación de estudios de postgrado, por lo que le agradecemos su tiempo y colaboración.

1. Cuáles son los tres requisitos fundamentales que todo candidato debe poseer para entrar a trabajar a su empresa.

2. Cuáles son las tres habilidades fundamentales que su empresa ha considerado importante desarrollar en todo su personal.

3. Jerarquice las siguientes habilidades en orden de prioridad para su empresa, donde 1 es a la que se le da más importancia y 10 menos importancia. Procure darle un orden jerárquico a todas, marcando un solo número para cada una.

1. Responsabilidad _____
2. Comunicación _____
3. Trabajo en Equipo _____
4. Habilidad para hablar en público _____
5. Liderazgo _____
6. Identificación de variables críticas _____
7. Innovación _____
8. Juicio _____
9. Interrelación con los demás _____

10. Autoaprendizaje_____**4. La empresa requiere:**

- a. Que el personal llegue con estas habilidades
- b. Desarrollar estas habilidades en su personal
- c. a y b

5. En su experiencia, los estudiantes llegan con estas habilidades desarrolladas

Siempre Frecuentemente Ocasionalmente Nunca

Comentario_____

6. Jerarquice los nombres de las universidades locales donde encuentra estas habilidades mayormente desarrolladas. Señalando 1 para la que mayormente desarrolla estas habilidades.

Universidad Autónoma de Nuevo León_____

Universidad de Monterrey_____

Universidad Regiomontana_____

Tecnológico de Monterrey_____

Otra_____

7. Por su experiencia, si tuviera que darle un valor a la Calidad de estudiantes que prepara la Universidad Autónoma de Nuevo León en sus licenciaturas, qué valor le daría en una escala de 1-10, donde 1 es lo mínimo y 10 lo máximo.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Qué consejo podría dar para maximizar el proceso de desarrollo de estas habilidades que requiere su empresa.

9. Encuentra ud. Relación entre estas habilidades que busca su empresa y la creatividad.

10. Encuentra ud. Relación entre estas habilidades que busca su empresa y la autoestima.

Comentarios:

CUESTIONARIO PARA EMPRESAS DE CONSULTORIA

NOMBRE DE LA EMPRESA _____

RAMO/GIRO _____

ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA _____

CLASIFICACIÓN (Grande, Mediana, Pequeña) _____

NACIONAL _____ **EXTRANJERA** _____

CARGO DE LA PERSONA ENTREVISTADA _____

A continuación se le presentarán una serie de interrogantes relacionadas con los requisitos de su proceso de selección y desarrollo de su personal. La siguiente información será valiosa para la realización de una investigación de estudios de postgrado, por lo que le agradecemos su tiempo y colaboración.

4. Cuáles son los tres requisitos fundamentales que ha observado que solicitan en la mayoría de sus empresas clientes.

5. Cuáles son las tres habilidades fundamentales según su experiencia, las empresas buscan desarrollar en todo su personal.

6. Jerarquice las siguientes habilidades en orden de prioridad para las empresas, donde 1 es a la que se le da más importancia y 10 menos importancia. Procure darle un orden jerárquico a todas, marcando un solo número para cada una.

11. Responsabilidad _____

12. Comunicación _____

13. Trabajo en Equipo _____

14. Habilidad para hablar en público _____

15. Liderazgo _____

16. Identificación de variables críticas _____

17. Innovación _____

18. Juicio _____

19. Interrelación con los demás _____

20. Autoaprendizaje _____

4. La empresa requiere:

- d. Que el personal llegue con estas habilidades
- e. Desarrollar estas habilidades en su personal
- f. a y b

6. En su experiencia, los estudiantes llegan con estas habilidades desarrolladas

Siempre Frecuentemente Ocasionalmente Nunca

Comentario _____

6. Jerarquice los nombres de las universidades locales donde encuentra estas habilidades mayormente desarrolladas. Señalando 1 para la que mayormente desarrolla estas habilidades.

Universidad Autónoma de Nuevo León _____

Universidad de Monterrey _____

Universidad Regiomontana _____

Tecnológico de Monterrey _____

Otra _____

7. Por su experiencia, si tuviera que darle un valor a la Calidad de estudiantes que prepara la Universidad Autónoma de Nuevo León en sus licenciaturas, qué valor le daría en una escala de 1-10, donde 1 es lo mínimo y 10 lo máximo.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Qué consejo podría dar para maximizar el proceso de desarrollo de estas habilidades que requiere su empresa.

9. Encuentra ud. Relación entre estas habilidades que busca su empresa y la creatividad.

10. Encuentra ud. Relación entre estas habilidades que busca su empresa y la autoestima.

Comentarios:

