



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN
PROGRAMA DE POS GRADO

**El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del
quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez- La Unión
- Piura, 2021.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN
EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA, CURRÍCULO
E INVESTIGACIÓN

AUTOR:

OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ

ORCID: 0000-0002-4170-7112

ASESORA:

YANIRA LISSET UCEDA BAYONA

ORCID: 0000-0001-9667-420X

PIURA – PERÚ

2021

Equipo de Trabajo

AUTOR:

OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ

ORCID: 0000-0002-4170-7112

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Educación y Humanidades, Escuela Profesional de Educación – Estudiante de Posgrado, Piura Perú.

ASESORA:

MG. YANIRA LISSET UCEDA BAYONA

ORCID: 0000-0001-9667-420X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Educación y Humanidades, Escuela Profesional de Educación, Piura – Perú.

JURADO

Dra. ARIAS MUÑOZ MONICA PATRICIA

ORCID: 0000-0003-3679-5805

Mg. BARRANZUELA CORNEJO DELIA FABIOLA

ORCID: 0000-0003-4762-6919

Mg. SANTIVÁÑEZ DE UGAZ RUTH MARÍA

ORCID: 0000-0002-3114-1792

Hoja de firma del jurado y asesor

Dra. ARIAS MUÑOZ MONICA PATRICIA
Presidente

Mg. BARRANZUELA CORNEJO DELIA FABIOLA
Miembro

Mg. SANTIVAÑEZ DE UGAZ RUTH MARÍA
Miembro

Mg. YANIRA LISSET UCEDA BAYONA
Asesor

Agradecimiento

A mis hijos por su paciencia
comprensión y apoyo.
Por su compañía incondicional,
sus sonrisas inocentes
que iluminan y motivan mis días.

A mi esposa, compañera incondicional,
que, con sus palabras de aliento
y su gran corazón, confortaron mi espíritu,
dieron empuje y motivaron
a continuar y dar lo mejor de mí.

A mis padres,
que, a pesar de sus dificultades,
siempre demostraron su afecto,
responsabilidad y entrega.
A mi padre, que aun ausente
lo siento presente y atento.
A mi madre que, aunque pase el tiempo
sigue incansable en su labor.

Resumen

Los resultados de las evaluaciones estandarizadas internacionales hacen ver que los estudiantes peruanos poco vienen aprendiendo; que son muy bajos sus niveles de logro en habilidades de orden superior como la creatividad, muy importante en la vida ciudadana y laboral. Los estudios señalan que esta no se logra porque poco se promueve el desarrollo personal y la mejora de la autoestima, pues de esta última dependen otras habilidades cognitivas. En atención al problema mencionado, la presente investigación tuvo como objetivo conocer el nivel de autoestima y establecer su relación con la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, en 2021. El tipo y diseño fue ex post facto correlacional y para la recolección de datos se usó las técnicas: Prueba de desarrollo (Evaluación Multifactorial de Creatividad) y cuestionario (Escala de Autoestima de Rosenberg), ambos instrumentos validados en investigaciones anteriores. Se encontró que el 31.08% y el 14.13% de los estudiantes tuvo nivel de autoestima alto, y asimismo, alcanzaron niveles de creatividad alto y muy alto, respectivamente; luego el 8.48% evidenció autoestima baja y demostró bajo nivel de creatividad, que, con Chi cuadrado tabla, obtuvo el valor de 30.02, muy por encima del valor crítico, con lo que la hipótesis general fue aceptada, es decir que efectivamente, a mayor nivel de autoestima, mejor es el nivel de la creatividad de los estudiantes; asimismo el valor V. de Cramer obtenido fue 0.65, indicándose una fuerza de asociación moderada entre las variables.

Palabras clave: autoestima, creatividad, creatividad visomotora, creatividad aplicada, creatividad verbal.

Abstract

The results of the international standardized evaluations show that Peruvian students have been learning little; that their levels of achievement in higher-order skills such as creativity are very low, which is very important in civic and work life. Studies indicate that this is not achieved because little is promoted personal development and improvement of self-esteem, since other cognitive abilities depend on it. In response to the aforementioned problem, the present research aimed to know the level of self-esteem and establish its relationship with the creativity of the students of the fifth year of secondary school of the IE Hermanos Meléndez - La Unión - Piura, in 2021. The type and design It was ex post facto correlational and the following techniques were used for data collection: Development test (Multifactorial Assessment of Creativity) and questionnaire (Rosenberg Self-Esteem Scale), both instruments validated and used in previous research. It was found that 31.08% and 14.13% of the students had a high level of self-esteem, and also, reached high and very high levels of creativity, respectively; then 8.48% showed low self-esteem and showed a low level of creativity, which, with the Chi square table, obtained the value of 30.02, well above the critical value, with which the general hypothesis was accepted, that is to say that effectively, at a higher level self-esteem better level of creativity of students; Likewise, the Cramer's V. value obtained was 0.65, indicating a moderate strength of association between the variables.

Key words: self-esteem, creativity, levels, visomotor creativity, applied creativity, verbal creativity

Contenido	
Equipo de Trabajo	2
Hoja de firma del jurado y asesor	3
Agradecimiento	4
Resumen	5
Abstract.....	6
Contenido.....	7
Índice de cuadros	8
Índice de tablas	9
Índice de figuras	10
I. Introducción.....	11
II. Marco teórico.....	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	21
2.3. Hipótesis	61
2.4. Variables	61
3. Metodología.....	62
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	62
3.2. Diseño de la investigación	63
3.3. Población y muestra.....	65
3.4. Definición y operacionalización de variables y los indicadores	67
3.5. Técnicas e instrumentos	70
3.6. Plan de Análisis.....	75
3.7. Matriz de consistencia.....	77
3.8. Consideraciones éticas y de rigor científico	79
IV. Resultados	81
4.1. Resultados	81
4.2. Análisis de resultados	98
V. Conclusiones y recomendaciones	106
Referencias bibliográficas.....	108
Anexos	119

Índice de cuadros

Cuadro 1 Matriz de operacionalización de variables.....	68
Cuadro 2 Baremo de los instrumentos.....	74
Cuadro 3 Matriz de consistencia	77

Índice de tablas

Tabla 1 Población de la investigación	65
Tabla 2 Muestra de la investigación	67
Tabla 3 Niveles de la variable autoestima	81
Tabla 4 Niveles de desarrollo de la creatividad.....	82
Tabla 5 Nivel de desarrollo de la dimensión creatividad visomotora, creatividad aplicada y creatividad verbal	83
Tabla 6 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad	85
Tabla 7 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad visomotora	86
Tabla 8 Relación entre niveles de autoestima y niveles de creatividad aplicada	88
Tabla 9 Relación entre los niveles de autoestima y los niveles de creatividad verbal ...	90
Tabla 10 Prueba de hipótesis general	92
Tabla 11 Prueba de hipótesis específica 1: : Autoestima y Creatividad Visomotora.....	93
Tabla 12 Prueba de hipótesis específica 2 autoestima y creatividad aplicada.....	95
Tabla 13 Prueba de hipótesis específica 3: autoestima y creatividad verbal.....	96

Índice de figuras

Figura 1 Niveles de la variable autoestima.....	81
Figura 2 Niveles de desarrollo de la creatividad	82
Figura 3: Niveles de desarrollo de las dimensiones creatividad visomotora, creatividad aplicada y creatividad verbal	84
Figura 4 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad	85
Figura 5 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad visomotora	87
Figura 6 Relación entre niveles de autoestima y niveles de creatividad aplicada.....	88
Figura 7 Relación entre los niveles de autoestimar los niveles de creatividad verbal	90

I. Introducción

En las escuelas se observa un grave problema que muchos investigadores critican; se señalan que nuestro sistema educativo, que debería promover la creatividad, está terminando con ella y por lo tanto no estaría promoviendo una formación íntegra. Pérez (2009), miembro del Instituto de Creatividad e Innovaciones Educativas de la Universidad de Valencia señala que, “la creatividad de los niños decrece con los años de permanencia en el sistema educativo, de forma que la curiosidad y la búsqueda creativa da paso, con el tiempo, a comportamientos más rígidos, convergentes e inflexibles”.

Por otro lado, se menciona que una de las causas es el poco interés por desarrollar la dimensión emocional y la autoestima de la persona. Precisamente Lojabo (2017) indicó que existe una relación directa entre autoestima y rendimiento académico, por lo tanto, también influye con la consolidación del pensamiento creativo ya que, si el estudiante no se acepta a sí mismo y en el colegio no corrige esto, entonces su rendimiento académico decaerá. Los estudiantes no están aprendiendo como se debe, pues las evaluaciones nacionales e internacionales así lo demuestran. Los aprendizajes en razonamiento matemático y comprensión lectora de estudiantes de nuestro país, son de lo más bajo en comparación con el resto del mundo; así lo hizo ver el cuadro que difundió la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en su página web, donde el Perú ocupó el puesto 64 de 77 países en los resultados de la prueba PISA 2018, OCDE (2019).

La experiencia en las aulas nos lleva a afirmar que, cuando los estudiantes se muestran tímidos, inseguros, poco comunicativos, es decir con baja autoestima, difícilmente dan evidencias de creatividad. Por el contrario, los estudiantes que se

muestran más seguros de sí, son expresivos, participativos, argumentan con mayor rapidez y se muestran más creativos. Pareciera haber una estrecha relación entre el desarrollo personal, y el de las habilidades de orden superior. Estas ideas nos llevan a pensar que cuanto más alto es el nivel de autoestima de un estudiante adolescente, mejor será su desarrollo en el aspecto creativo, pensamiento innovador y de los aprendizajes.

En vista de lo antes descrito, la investigación buscó responder a la interrogante: ¿Qué relación existe entre el nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, 2021? Por lo que el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre el nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, 2021.

Su ejecución fue necesaria e indispensable para medir el tipo de autoestima que poseían los estudiantes del nivel secundaria, así como conocer el nivel de creatividad que podía demostrar cada adolescente y luego, establecer la relación entre estas variables, lo que es beneficioso para la institución educativa donde se desarrolló la investigación, puesto que ofrece información a los docentes y directivos sobre la formación de sus estudiantes, sus logros y dificultades, con lo que se podrá tomar decisiones y hacer reajustes a fin de potenciar el aprendizaje de la población estudiantil.

El aspecto teórico de la investigación queda como antecedente en la región Piura, y será guía y de gran utilidad para nuevas investigaciones porque permitirá a los docentes conocer cómo se relacionan dos habilidades, y contribuir con la consolidación de los aprendizajes y otras habilidades de orden superior o

competencias sugeridas en los documentos de monitoreo y acompañamiento del MINEDU (2017), en las denominadas rúbricas de evaluación de desempeño docente.

La investigación desarrollada fue de tipo cuantitativa, nivel y diseño ex post facto correlacional, cuya finalidad consistió en conocer el nivel de autoestima y establecer la relación con la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, en el año 2021. La población estuvo constituida por 1228 estudiantes del primero al quinto grado de secundaria de la institución educativa en mención, y la muestra integrada por 35 estudiantes de quinto, sección “C”. Para la recolección de datos se usó las técnicas: Prueba de desarrollo (Evaluación Multifactorial de Creatividad) y cuestionario (escala de autoestima de Rosenberg), ambos instrumentos validados y utilizados en investigaciones anteriores.

Luego de aplicados los instrumentos se procedió a la tabulación respectiva y, posteriormente a analizar la información. Los resultados obtenidos evidencian que existe relación entre el nivel de autoestima y el nivel de la creatividad en los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez; encontrando que el 31.08% y el 14.13% de los estudiantes tuvo un nivel de autoestima alto, y asimismo alcanzaron niveles de creatividad alto y muy alto, respectivamente; por otro lado, 8.48% mostró autoestima baja y demostró bajo nivel de creatividad. Estos resultados pudieron evidenciar que cuanto mayor es el nivel de autoestima, mayor también resulta el nivel de creatividad general de los estudiantes. Y, por el contrario, cuando menor el nivel de autoestima, también menor es el nivel de creatividad de los mismos.

La misma tendencia anterior se pudo observar entre autoestima y creatividad visomotora, sin embargo, cuando se hizo la comparación entre autoestima y creatividad aplicada y creatividad verbal, los resultados se fueron haciendo menos marcados, al notarse por ejemplo que hubo estudiantes con elevada autoestima y bajo nivel de creatividad aplicada y verbal. Aunque aún se siguió notando el grupo de estudiantes con alto nivel de autoestima y alto nivel de creatividad, (resultado que se mantuvo en las tres dimensiones).

Finalmente, se aplicó chi cuadrado, para conocer si existía o no relación entre ambas variables del estudio y luego los resultados se sometieron al estadígrafo V. de Cramer para conocer la fuerza de asociación que tenían. Las conclusiones obtenidas fueron que la hipótesis general fue aceptada, es decir que sí existe relación entre autoestima y creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la I. E. Hermanos Meléndez, con un grado de asociación relativamente moderado, y para las hipótesis específicas los resultados fueron que los niveles de autoestima sí se relacionan con la creatividad visomotora, con un grado de asociación moderada, frente a las dos últimas hipótesis donde se midió la relación entre los niveles de autoestima y creatividad aplicada y entre creatividad verbal, concluyéndose que no existe relación entre las mencionadas; asimismo que la fuerza de asociación es moderada.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Para el desarrollo del presente capítulo se hizo la búsqueda exhaustiva de tesis relacionadas con ambas variables, sin embargo, solo dos de las investigaciones, una nacional y otra local, coinciden con ambas variables. Aun así, se está consignando tesis que coinciden con una de las variables a fin de tener las bases teóricas que de sustento a nuestra investigación.

A nivel internacional

Sánchez (2020), en su tesis presentada en la Universidad Camilo José de Cella, de Madrid, para optar por el grado de doctor, titulada: “Inteligencia emocional, creatividad, bienestar subjetivo y rendimiento académico en alumnos universitarios”; investigación de tipo experimental, cuyo objetivo principal fue analizar la IE, la creatividad, la felicidad, la satisfacción con la vida y el RA en estudiantes universitarios y estudiar posibles diferencias individuales en dichas variables, su relación entre sí y carácter predictivo del RA, con el fin de promover entornos de aprendizaje en la universidad que sean creativos, positivos y saludables, y además trabajen estas competencias como variables facilitadoras del rendimiento y la empleabilidad de nuestros alumnos. El mencionado estudio concluyó en que los alumnos de la muestra tienen una IE general media adecuada (27.4 puntos); una atención emocional, claridad emocional y regulación emocional adecuadas; una creatividad media, con niveles moderados de producción creativa; una percepción media-alta en BS, en sus dos componentes de felicidad y satisfacción con la vida, y un rendimiento académico medio de 6,73 puntos, equivalente a una nota de aprobado, próxima a notable. Ahora bien, en cuanto a la intervención

emocionalmente positiva y creativa en el aula, la relación entre la Inteligencia emocional, creatividad, felicidad, satisfacción con la vida y rendimiento académico es: a) respecto de la IE, positiva y moderada entre claridad y regulación emocional y felicidad; claridad emocional y satisfacción con la vida; positiva y baja entre regulación emocional y satisfacción con la vida, y negativa y moderada en el caso de claridad emocional y la creatividad, b) respecto de la creatividad, no existe relación significativa entre las variables estudiadas.

En Colombia, Salamanca (2016), con su investigación titulada: “Relación entre creatividad e inteligencia emocional frente al rendimiento académico en básica primaria”, realizada para optar por el grado de magíster, presentado en la Universidad Internacional de La Rioja. El objetivo de este estudio fue determinar la relación que existe entre las variables de creatividad e inteligencia emocional con el rendimiento académico en niños de básica primaria. La muestra estuvo formada por 124 niños y niñas de cuarto y quinto grado de primaria de un colegio público en Bogotá. La investigación se desarrolló bajo un diseño metodológico cuantitativo, no experimental descriptivo-correlacional, ex post facto. Los resultados obtenidos indicaron que existe una relación positiva entre las variables de creatividad, inteligencia emocional y rendimiento académico. Dicho estudio estableció como una de sus conclusiones el hecho de que en ninguno de los casos con grado cuarto y quinto se encontró alguna relación estadísticamente significativa entre las variables de creatividad e inteligencia emocional; la significatividad de todas las posibles relaciones entre las características y factores son de valor $p > 0,05$ por lo tanto no hay ninguna relación estadísticamente significativa.

Desde Ecuador, Tipan (2017), desarrolló su tesis para optar por el grado de magíster, titulada: “La autoestima y el rendimiento académico en el

bachillerato de la sección nocturna de la unidad educativa “Natalia Jarrín”, Cayambe, provincia de Pichincha”, presentada en la Universidad Central del Ecuador; dicho estudio fue de tipo ex post facto correlacional, cuyo objetivo principal fue Determinar la relación que se establece entre la autoestima en el rendimiento académico de los y las estudiantes del bachillerato de la Unidad Educativa “Natalia Jarrín” del cantón Cayambe. Fue de tipo cualitativa, y la modalidad que corresponde al modelo socio-educativo. En dicho estudio, como resultado se puede evidenciar que la autoestima es un factor que incide en el rendimiento académico de los y las estudiantes, la misma que a su vez se ve influenciada por factores de tipo familiar, social y escolar, pues muchos de los y las estudiantes pertenecen a hogares desorganizados, que brindan el suficiente apoyo a sus hijos e hijas, así también la sociedad que en varias ocasiones ha creado estereotipos al considerar determinados trabajos o actividades propias de la mujer y otras para el hombre, haciendo que el género opuesto se desmotive o se considere inferior al otro y provoque una baja autoestima. La conclusión final fue que, los estudiantes de la institución presentan un nivel entre medio y bajo de autoestima, siendo las mujeres quienes denotan menor nivel que los hombres, razón por la que el rendimiento académico se ve perjudicado en los dos géneros. Y la incidencia de la autoestima en el rendimiento académico, requiere de medidas que contribuyan a elevar el nivel de autoestima de los estudiantes, con la finalidad de mejorar su rendimiento académico.

A nivel nacional

En Arequipa, Collado (2018), presentó en la Universidad Nacional de San Agustín, su tesis para optar por el grado académico de maestría, titulado “La

autoestima y la creatividad en los estudiantes de la institución Hortencia Pardo Mancebo del distrito de Chala, Caraveli – 2018”; estudio que tuvo como objetivo, diagnosticar los niveles de autoestima y creatividad y proponer dos programas educativos para mejorar los niveles de autoestima y creatividad en los estudiantes de la I.E. Hortencia Pardo Mancebo del distrito de Chala, Caraveli. Estudio de tipo cuantitativo, nivel de diagnóstico y diseño descriptivo – comparativo – explicativo. Los resultados obtenidos arrojaron que, el 53,8% de la población tiene una autoestima promedio con una tendencia a moderada alta y muy alta en los grados: tercero, primero, cuarto y quinto, asimismo una tendencia a moderada baja y muy baja en segundo grado; por lo tanto, se deben de realizar actividades con tendencia a priorizar en segundo y primero. Dicho estudio concluyó en relación a la autoestima en las subescalas sí mismo y social que, más del 50% se encontró en niveles promedios; asimismo existe una tendencia a disminuir a moderada baja y muy baja en primer grado para ambos factores, para el factor si mismo existe la tendencia a incrementar a moderada alta en quinto grado; en cuanto a la sub escala social se observó una tendencia a subir a moderada alta solo en cuarto grado; y en relación a creatividad en los factores fluidez y flexibilidad se encontró que más del 80% de estudiantes presenta niveles creativos de superdotación en el factor fluidez y el 40% en flexibilidad; asimismo en el factor flexibilidad existió una marcada tendencia de mejorar a medio alto en tercer y cuarto grado; y en el factor fluidez los mejores niveles fueron encontrados en segundo grado.

En Huánuco, Meza (2016), tesis presentada en la Universidad de Huánuco, para optar por el grado académico de Magister, cuyo título fue: “Autoestima

y rendimiento académico en niños de una institución educativa estatal del distrito de Pillco Marca – Huánuco”; cuyo objetivo fue, determinar la relación entre la Autoestima y el Rendimiento Académico en niños del nivel primaria. La metodología del estudio fue observacional, prospectivo, con un diseño correlacional. El resultado obtenido mostró diferentes resultados entre las variables que se midieron, es decir que estos no fueron concluyentes, por lo que la conclusión final evidenció una baja correlación entre el nivel de autoestima y el rendimiento académico.

En Lima, Enciso (2018), cuyo trabajo de tesis para optar por el grado de magister, titulado “La autoestima y su influencia en el rendimiento escolar del área de comunicación de los estudiantes del nivel secundaria, de la Institución Educativa N° 88114 “San Martín de Porras”, La Victoria – Huarmey, 2018”; presentado en la Universidad Cesar Vallejo, desarrollado con la participación de 115 estudiantes, se propuso determinar la correlación entre la autoestima y el rendimiento escolar de Comunicación de los estudiantes de secundaria de la I.E. N° 88114 “San Martín de Porras” La Victoria, Huarmey. Estudio de tipo correlacional; la aplicación de los instrumentos de recojo de información hicieron ver como resultados que los estudiantes con mayor nivel de autoestima también presentaban mejores resultados en sus aprendizajes; la conclusión a la que arribó dicha tesis fue que es evidente una relación directa y significativa entre la Autoestima y el Rendimiento Escolar en el área de Comunicación de los estudiantes del nivel secundaria, de la mencionada institución.

En Tumbes, Moreno (2016), en su tesis para obtener el grado de maestría, en la Universidad Cesar Vallejo, cuyo título fue: “Autoestima y rendimiento

académico en estudiantes del 5° grado de secundaria, Tumbes 2016”. De tipo ex post facto correlacional, donde la autora pretendió determinar la relación entre la autoestima y el rendimiento académico en estudiantes; Los resultados encontrados indicaron que no hay relación entre las variables autoestima o rendimiento o en todo caso que las evidencias fueron mínimas, por lo que se debe considerar otros aspectos para mejorar en dicha variable; y en sus conclusiones e interpretación de las pruebas, mencionó que la no correlación entre la autoestima y el rendimiento académico en los estudiantes no fueron correlativas.

A nivel regional

En Piura, Espinoza (2017), en su tesis para optar por el grado de magister en la Universidad San Pedro, titulada: Creatividad y autoestima en estudiantes de la Institución Educativa “San José de Tarbes”, Castilla, cuyo objetivo fue establecer la relación entre la creatividad y la autoestima de las estudiantes del tercero de secundaria en el área de Arte de la Institución Educativa “San José de Tarbes”, Castilla, 2017. El estudio presentó un diseño no experimental, transeccional, descriptivo y correlacional, utilizó el método hipotético deductivo, el cual arribó a resultados donde las estudiantes que evidenciaban mejores niveles de autoestima también evidenciaban mayor creatividad; los resultados obtenidos describen que el 71.4% de las estudiantes presentaban un nivel regular de autoestima. En cuanto a la creatividad, el 55,4% tienen un nivel alto y un 22.6% un nivel muy alto; por lo que la conclusión fue que la variable creatividad está relacionada con la variable autoestima, la tendencia positiva de la variable creatividad con un nivel alto y muy alto y de la variable autoestima que también presenta una

tendencia positiva, lo que se puede evidenciar en los rasgos de originalidad que presentan sus creaciones y presentaciones, siendo una característica del desarrollo bio psico social que están experimentando.

Arteaga (2016), en su tesis: Relación de la autoestima con el rendimiento académico en las áreas de Comunicación y C.T.A de los alumnos de Quinto grado de educación secundaria de la institución educativa San Miguel de Piura, para optar por el grado de magister en la Universidad Cesar Vallejo; de tipo de investigación del tipo cuantitativa, con un diseño correlacional. Se planteó como objetivo general, determinar el grado de relación existente entre la autoestima y el rendimiento académico en las áreas de Comunicación y C.T.A de los alumnos del quinto grado de educación secundaria y finalmente en sus resultados encontró que habían mejores resultados académicos en estudiantes que mostraban mayor soltura, socialización y alto grado de seguridad o autoestima; determinó como conclusión, que existe una alta correlación significativa entre los variables, la autoestima y el rendimiento académico.

2.2.Bases teóricas relacionadas con el estudio

2.2.1. La autoestima

Teorías de la autoestima

William James

William James (1842 – 1910), es considerado el padre de la investigación referida al auto concepto. En sus producciones inició la investigación en este campo, hasta la época, poco conocido y, sin

embargo, con sus planteamientos se adelantó y marcaría el rumbo para el tratamiento de este tema.

Las investigaciones de González, (2005) señalan que, para entender más a detalle los componentes del auto concepto, William James propone tres aspectos: en el primero están los elementos constituyentes, donde identificamos el material, espiritual y social; un segundo aspecto lo conforman los sentimientos y las emociones, que, a su vez producen: auto apreciación o auto decepción. Y el tercer aspecto estaría comprendido por los actos en sí, que mueven al cuidado o conservación del yo.

Considerando las ideas del párrafo anterior, se señala que las auto evaluaciones en contextos altamente valorados por el sujeto, influirán en su autoestima general, y que la evaluación que cada uno se hace, depende de sus aspiraciones. Considerando lo anterior, queda claro que William James reconoce fundamental el tratamiento de la autoestima para lograr mejorar en el ser humano, el tema del auto concepto y autoestima.

Morris Rosenberg

El Dr. Morris Rosenberg, destacado docente de sociología en la Universidad de Maryland, desde 1975, define a la autoestima como el aspecto de la personalidad del ser humano que se orienta según la percepción o evaluación que cada quien hace de sí mismo y que también se ve influenciado por factores externos.

La autoestima es la valoración que tienen las personas de sí mismas, que puede ser medible a través de una escala de diez criterios, los mismos que bien aplicados nos brindan información para puntuar si el individuo tiene autoestima alta, que es donde se evidencia estabilidad psicológica, autoestima media y autoestima baja, relacionada con una inestabilidad en el plano emocional, con tendencia a la depresión e inseguridad.

La aplicación de la escala permite su reconocimiento, identificar los factores que estarían influyendo en su logro. Entendiendo que a un ser humano con autoestima alta concebirá e indicará que sus logros, éxitos y triunfos, a su dedicación y esfuerzo, o hasta los sacrificios personales que realizó; caso contrario ocurrirá con alguien con autoestima baja, que atribuirá sus resultados, su situación a terceras personas, a elementos o factores exógenos que no le han ayudado o que han promovido el mencionado resultado.

Abraham Maslow

Para Maslow, impulsor de la psicología humanista, la autoestima es una necesidad, que él denomina la necesidad de estima, y que comprende las emociones o sentimientos personales, dirigidas a la misma persona o también la aprobación sentimientos, opiniones de las otras personas, que viven alrededor del individuo. El mismo Maslow planteó que las personas tienen la necesidad de evaluarse y encontrarse estables, de respeto por sí mismos y también de una necesidad de mantener una reputación o prestigio.

En este sentido es indispensable que la persona identifique los aspectos y formas en que pueda encontrar la satisfacción personal, la equidad en los sentimientos, a fin de lograr la autoconfianza, valor, fortaleza, decisión, empuje, buscando siempre alejarse de la inferioridad, debilidad e impotencia, que desencadenan frustración, disminución del ánimo y generan tendencias neuróticas. En ese sentido es fundamental el logro de cubrir la necesidad de sentirse valorado, de encontrar la valía personal, el merecido respeto, porque sería la más estable y sana, frente a la valoración que depende de los demás, de las personas que rodean al individuo y más aún centrado en la fama o éxito.

Carl Rogers

Psicólogo y representante más conocido del movimiento humanista. Centraba su atención en que la terapia debía estar centrada en el cliente, lo que denominó terapia no directiva. Las razones por las que propuso esta forma de trabajo, señalaban que el ser humano posee en sí mismo, maneras para su análisis y determinación personal y para el denominado proceso evolutivo del auto concepto, establecido por el mismo individuo, de las actitudes y del comportamiento auto dirigido.

Rogers señala que la autoestima se logra con el desarrollo de la persona, es decir que la persona a medida que va creciendo lo va consolidando, y es en la interacción con los adultos que va aprendiendo cómo adquirirlo. Por lo tanto, es necesario que se enseñe estrategias para sentirse bien o lograr la consolidación de una

autoimagen positiva, puesto que, si no se hace, se caerá en lo contrario.

También es necesario comprender que, en la consolidación de la autoestima, la sociedad ha influido y generado que se modifiquen algunas condiciones naturales, con las que se promueven aspectos culturales, que repercuten en la consolidación de este aspecto. Con esto último, se entiende que el autor está señalando que la escuela y el mundo de los adultos, cumple un rol preponderante en la formación de las personas para lograr tener una autoestima elevada, una autoimagen adecuada, que no se debería desaprovechar.

Concepto de autoestima

La autoestima se define etimológicamente a partir de dos vocablos; del griego “auto” que significa: por sí mismo y del latín “estimare” cuyo significado es evaluar, valorar.

La autoestima puede conceptualizarse como la manera en que expresamos nuestra propia valía. Constituye un tema que se ve en las aulas de formación de los docentes, psicólogos, psiquiatras, puesto que comprende un elemento crucial de la personalidad y crecimiento de todo ser. Al respecto hay muchos autores que consideran vital su tratamiento y sobre todo el apoyo, orientación y formación, en el proceso de enseñanza – aprendizaje debido a su trascendencia en formación del ser humano.

La autoestima es un factor muy importante, que va a permitir a la persona desenvolverse por sí misma, lograr la autonomía y ser

feliz. Se convierte en problema cuando no alcanza los niveles esperados y no permite el crecimiento del ser humano. Es la escuela, el espacio donde se promueve la adaptación y el conocimiento social, deberían realizarse acciones educativas que promuevan la maduración, pero no siempre ocurre así, pues allí también se visualiza a niños y adolescentes que tiene fracasos, sobre todo aquellos que presentan un nivel bajo de autoestima. Y luego de esto se genera un círculo vicioso porque este fracaso genera peores sentimientos, que a su vez originan bajos resultados en los diferentes aspectos de la vida del estudiante y, origina la deserción escolar, ahondando el problema.

Los investigadores señalan que el problema trascendental del ser humano de esta época (escolar), radica en que necesita hallar sentido o entendimiento a su propia vida. De esta idea surgen cuestionamientos a los sistemas educativos, que nos llevan a analizar si lo que se enseña a los niños y adolescentes responde a este deseo, o se ha convertido en una enumeración inagotable de aprendizajes que no se vinculan con esta necesidad vital ni con las necesidades reales de la persona.

Para conocer un poco más de su definición, haremos un recuento de los pensadores renombrados que a lo largo de la historia de la humanidad realizaron investigaciones y propusieron sus definiciones, con las que podremos comprender un poco más sobre este tema,

En sus planteamientos, Maslow (1991), señala que la autoestima estaría dentro de las necesidades que tiene el ser humano de ser reconocido o estimado. Cuando las necesidades en mención están satisfechas o alcanzadas entonces la potenciarán o fortalecerán y que si no son satisfechas promueven lo contrario, la infelicidad o complejo de inferioridad.

Por otro lado, el mismo autor plantea que ésta se evidencia o materializa siempre y cuando el ser humano se entienda, se ame a sí mismo, puesto que, si no sucede o logra este paso, tampoco podrá expresarlo hacia los demás. De allí que se indica que solo podemos otorgar buenos sentimientos cuando, inicialmente somos capaces de otorgárnosla a nosotros mismos.

Autores como, Ramírez y Almidón (1997), indicaron que la autoestima, que es la valoración que cada persona tiene de sí misma, crece gradualmente, desde los primeros años, en consecuencia, de la seguridad y muestras de afecto y amor del resto de individuos, con los que se convive o tiene contacto. De esto se desprende que se va formando a partir de las buenas relaciones y muestras de cariño y sentimientos que los otros nos expresan.

Por otro lado, Según Branden (2019) señala que “la autoestima es una poderosa fuerza que está dentro de cada uno de nosotros, es pensar que somos aptos para la vida y que seremos aceptados por los demás”. Esto quiere decir que, representa el gran impulso que orienta al ser humano a seguir adelante, a levantarse y asumir sus consecuencias en la toma de decisiones en los diversos aspectos de

la vida personal. Que se vincula con las muestras de afecto que nos puedan o no dar las otras personas de nuestro contexto cercano.

En sus investigaciones, Yagosesky (1998), define a la autoestima como el producto de un proceso valorativo, que tiene la particularidad de hacerse a profundidad, donde se consideran diversos aspectos personales y externos, que todos, en algún momento realizan sobre sí mismos. En esta valoración recoge diversas expresiones de las acciones propias, características personales, en las que incluso se puede o no haber sido conscientes. El mismo autor señala que en esta acción se relaciona o plantea la valía, las capacidades e incluso lo que merecemos o no, que luego se torna en la causa de nuestra conducta o comportamiento.

Años después, Fischman (2017), anota que la autoestima, en primer lugar, nos lleva a ser conscientes de nuestras acciones personales, por lo tanto, lleva al conocimiento del mismo individuo y es lo que más adelante influirá en sus actitudes consigo mismo, con los demás. El autor considera que esto orienta a la toma de decisiones también, sobre todo de aquellas que deberían buscar el beneficio personal, cuando hay un buen nivel en el resultado, pero que, si el resultado es negativo, entonces se torna en sentimientos de poca valoración, sentimientos de poco respeto de los demás, disminución en las capacidades y competencias personales, lo que genera que la persona no continúe con las mismas ganas o fuerza sus actividades, esto es, impide avanzar en la vida.

Incluye en su definición a la autoestima como el motor desencadenante de nuevas acciones en beneficio o no de la misma persona, por ello resulta importante promover acciones que lleven a que la persona se sienta valorada, acogida y útil. De esta manera habrá continuidad y progreso en la vida personal.

Características de la autoestima

Para Cooper-Smith (1996), se conocen diversas características en la autoestima de las personas, entre estas tenemos:

La relatividad en el tiempo: con lo que se afirma que cambia en el tiempo. Tiende a variar como resultado de la experiencia, en ese sentido promoverán nuevos cambios en ella otras acciones empíricas de la misma persona. La variación también se da de acuerdo al sexo, edad, entre otras condiciones; de acuerdo a estos aspectos es que la persona también la autoestima se manifiesta u orienta.

La individualidad: es la segunda característica, que se depende de la anterior, puesto que se mencionó que el proceso de evaluación que hace la persona de sí, a lo largo del tiempo. Esta valoración siempre se hace de forma personal, aislada; y, sobre todo, también, porque considera las experiencias individuales, aspectos subjetivos, netamente personales. El proceso para establecer la valía lleva a la persona a examinar su rendimiento, aquellas capacidades, características, aciertos y desaciertos en función de una escala y valores preconcebidos culturalmente o que se han ido adquiriendo a lo largo de la historia personal de crecimiento.

Dimensiones de la autoestima

Las dimensiones de la autoestima, según los autores consultados, son las siguientes:

Autoestima general: según Huamán (2018) esta dimensión comprende la forma en que las personas se evalúan luego de percibirse, y se hace en términos generales, es decir que la autoestima está vista como un todo único, si promover sectorizaciones.

Esta dimensión toma como insumo lo establecido por Morris Rosenberg en su escala para medir la autoestima, y es que dicha escala, que se muestra como un cuestionario, presenta diez interrogantes que versan sobre la apreciación positiva o negativa que los adolescentes concluyen por establecer en el proceso de evaluación personal.

Para Bolinches (1998), tenemos que: **Autoestima física:** o autoimagen, Centrado como su nombre lo indica en la apariencia física de las personas. Igual que en los demás casos, los individuos terminan emitiendo juicios de valor sobre su presencia corporal sus rasgos físicos, es decir cómo es que ven ellos mismos su apariencia, cómo juzgan este aspecto, con lo que cabe señalar si se vería como una persona guapa o, por el contrario, fea. La autoimagen se construye teniendo en cuenta las características de la persona que constituyen o determinan la belleza y el atractivo físico, según lo que el ser haya aprendido en su contexto social y cultural.

Autoestima de competencia académico/intelectual: Es la dimensión que centra su evaluación en el aspecto referido al rendimiento, a las capacidades mentales e intelectuales que utilizan en el sector educativo o académico. Los estudiantes emiten juicios de valor sobre cómo ven su desempeño y cómo se autoevalúan, llegando a señalar como, por ejemplo: “Pienso que soy un chico listo” o “Soy bueno para las matemáticas y los cálculos”.

Autoestima emocional: es la dimensión centrada en la percepción personal del adolescente, de sí mismo, al enfrentar situaciones de estrés, de qué manera las personas responden íntegramente, siendo capaces de demostrar autocontrol en determinados contextos o ambientes difíciles, como los de la vida cotidiana.

Establece un análisis de sus propias emociones y cómo se califica al afrontarlas o manejarlas. Dentro de este aspecto encontraremos manifestaciones personales como “Me pongo nervioso cuando debo me preguntan algo los profesores”.

Dimensión social. según Schaffer (2000), el niño busca relacionarse con sus contemporáneos, compañeros, familiares u otras personas. En este afán surge la denominada competencia social, es decir la aceptación de los demás. El niño ansía ser popular, tener muchos amigos, ser importante para sus compañeros. O bien promueve la evaluación personal frente a cuantos de su edad conviven con él y son las autopercepciones que el niño demuestra en sus relaciones con sus amigos y otras personas, incluso evalúa su

nivel de sociabilidad, la facilidad con que se expresa con sus pares y semejantes. Que tenga aceptación en sus compañeros significará logro y por lo tanto elevada autoestima y que sea rechazado por sus compañeros lo torna a la depresión y menosprecio.

Dimensión familiar. En esta dimensión identifica el grado de confianza y seguridad que le transmiten los otros miembros de su familia. Enjuicia las relaciones que mantiene entre los miembros de su hogar, de la seguridad y cuidado que en este espacio le ofrecen. Los adolescentes tienden a emitir juicios evaluativos frente a cómo ven que son o no apreciados en el seno de su familia, suelen hacer comparaciones con los demás miembros y como se perciben en comparación con sus hermanos, además consideran las expresiones que al interior de la familia se vierten.

Dimensión de competencia personal. Esta dimensión comprende la percepción de su yo en relación con sus habilidades personales, talentos, valores que practica. Las valoraciones van establecidas en torno a sus aciertos y desaciertos netamente suyos, por los que obviamente haya o no recibidos elogios, felicitaciones. Aunque a veces los adolescentes y las personas en general tienden a ser extremadamente rigurosa en la evaluación.

Importancia de la autoestima

Los diversos autores revisados coinciden en lo fundamental que es la autoestima para alcanzar el éxito y la felicidad de la persona. En algunos momentos se torna en el motor que permite impulsar y genera engranaje para que se produzcan otras habilidades que llevan

al adolescente y a la persona en general a sentirse plena, a lograr los objetivos que se ha planteado, a sentirse seguro, a mostrarse seguro frente a los demás y por lo tanto capaz de asumir nuevos retos, mayores responsabilidades; no sucediendo lo mismo cuando se tiene a personas con autoestima baja, pues esta incide en la infelicidad, los problemas con los demás.

La autoestima baja está relacionada con la dificultad para la socialización, bajas calificaciones, déficit en el rendimiento escolar, ansiedad, inseguridad, miedo prolongado y excesivo, baja productividad, desvío de la ruta, abandono moral y puede agudizarse hasta desencadenar en el suicidio. Por ende, trabajar en este campo, para promover que los estudiantes de la educación básica se conozcan y logren la madurez emocional respectiva resulta una de las tareas primordiales.

Para autores como Maslow (2016) las personas necesitamos la autoestima. Gracias a ella nos esforzamos por proyectar una imagen de seguridad, independencia y libertad, mostrándonos a nosotros mismos de nuestro destino. Y gracias a este también podemos adentrarnos a lograr la autotrascendencia, propiciando sentimientos altruistas, espirituales de alto nivel, que es el más alto de una pirámide.

Por otro lado, Calero (2007), expresa cuán trascendentes es la autoestima en nuestra vida, para su desarrollo y el logro de la felicidad. Él mismo manifiesta que se da en función de los siguientes aspectos:

Construye el núcleo de nuestra personalidad. La autoestima se torna en el punto principal del desarrollo personal, al generar la preocupación por establecer con claridad lo que el adolescente es en sí y porque motiva la búsqueda de la denominada aceptación, seguridad, autoconfianza; en ese camino se vuelve el impulso para la persona en determinarse a sí mismo, buscar el camino al éxito, la felicidad o la autorrealización.

Determina la autonomía personal. Cuando el ser humano alcanza una autoestima alta, tiende a mostrar determinación, seguridad y confianza, por lo que se siente impulsado a seguir y tomar sus propias decisiones; a analizar y establecer con claridad ese camino a seguir, por lo tanto, se concluye que en la medida que el ser humano logra consolidarla adquirirá la mencionada autonomía, que lo hace a su vez independiente y ejemplo para los demás miembros de su entorno

Posibilita una relación social saludable. El hecho de que la persona se sienta bien consigo misma y que se reconozca como tal, hace que también vea a los demás como a sí mismo y que se promueva el respeto y la consideración por los demás. Una persona que se ha erigido con seguridad y capaz de reconocerse valioso, entonces velará siempre por sus derechos y responsabilidades, fundamentales en las relaciones con los otros miembros de la comunidad y del entorno de la persona.

Fundamenta la personalidad. La autoestima brinda la confianza al ser humano, le promueve verse como alguien diferente,

capaz, con limitaciones, pero sobre todo interesante, valioso, por lo que también promueve el desarrollo de la personalidad; permite que la persona sea capaz de enfrentar situaciones adversas, resolver problemas cotidianos y mostrarse como alguien sensato.

Supera dificultades personales. La autoestima en sí brinda las herramientas al carácter para responder a las vicisitudes y dificultades que se puedan presentar en el camino del individuo. La persona que ha crecido y junto con ella los niveles de su autoestima será una persona que es capaz de identificar sus fortalezas y debilidades y saber dar respuestas oportunas a las exigencias del mundo.

Apoya la creatividad. El ser humano que encuentra satisfacción en su quehacer o que identifica las exigencias que debe afrontar, con la Valia suficiente se sentirá en la capacidad de buscar nuevas formas de responder a las exigencias y problemas que se le presenten, es decir que se sentirá en la capacidad de dar respuestas creativas.

Se señala que las personas con alto nivel de creatividad son las que tienen confianza en sí mismas, en sus capacidades y por ende en su originalidad. Las personas con baja autoestima, por lo general, se tornan conformistas, imitadores de los demás o de alguien en concreto, con temor a mostrar sus ideas por lo que prefieren mantenerse en silencio o a la expectativa, entonces suelen acostumbrarse a una vida mecánica.

Condiciona el aprendizaje. La autoestima influye en el desarrollo de la persona, en que logre los aprendizajes, puesto que, por un lado, quien carece de la seguridad, confianza y deseos de progresar, o se frena por el temor, entonces difícilmente logrará consolidar sus aprendizajes; al menos en los primeros años, en que la persona tiende a estar a la expectativa de la aceptación, del reconocimiento y de consolidarse como una persona valiosa. Se dice que en esa búsqueda algunas personas se pierden o se ven con mayor tiempo demandadas en intentar lograrlas, así como en estar avocadas a dicho propósito.

La baja autoestima, según señalan los autores, promueve una baja concentración; el temor al rechazo y el ensimismamiento que a veces conlleva esta, disminuye el interés por la participación y la discusión en ambientes sociales, como la escuela o centro de formación, perdiéndose así la oportunidad de conexión y desarrollo del nivel próximo de la persona.

Garantiza la proyección de la persona. La autoestima elevada, conlleva a irradiar un buen estado de ánimo, a contagiar a los demás de la energía para seguir. Así también, tal y como Maslow (2016) lo señalaba, esta atribución puede generar el sentimiento de la autorrealización, de la trascendencia.

Por otro lado, una persona que tiene autoestima positiva posee las herramientas para afrontar estos sentimientos de infelicidad o fracaso y por ende podrá sobreponerse a las adversidades y

continuar; su control le hace actuar con menor ansiedad u hostilidad, que también en sí, representa un buen indicio de proyección.

2.2.2. La creatividad

Teorías de la creatividad

Teoría gestáltica de la creatividad

Esta teoría propone que hay una relación estrecha entre el pensamiento creativo y el proceso de la percepción. Según se explica cuando una persona comprende un hecho o un proceso, significa que ha logrado captar o reconocer las conexiones existentes entre las ideas de lo observado o estímulos percibidos, lo cual generaría relaciones de tipo casual o formal.

Investigando al respecto, se pudo saber que el psicólogo Max Wertheimer, en su libro “El pensamiento productivo” (1945), fue uno de los primeros en tratar el asunto de la creatividad. Propuso en su producción, a través del análisis de los procesos creativos ejecutados por grandes personalidades de la historia como lo fueron Galileo Galilei y Albert Einstein.

La Gestalt considera que la creatividad, como el conocimiento humano, es un proceso que se origina de la denominada intuición sensible, es decir que es captada por cualquiera de los sentidos humanos, para luego pasar al proceso conocido como el entendimiento, que, en sí, implica elaboración de ideas o juicios inteligibles, que luego la denominada razón promovería su articulación o exteriorización al mundo, para promover ideas nuevas.

Teoría asociacionista de la creatividad

Teoría promovida por Mednick Sarnoff (1962), citado por Cerda (2006). Dicha teoría postulaba todo lo que se crea es debido a que el hombre ya lo ha visto o vivido anteriormente. Incluso señala que la fantasía y las creaciones más increíbles son producto de que el hombre antes debió observar directamente elementos parecidos y por lo tanto lo que ahora propone como creación es básicamente lo que está recordando. Resolver un problema representa recordar lo que antes ya se ha enfrentado, solo que con el tiempo lo que sucede es que a este nuevo problema se le han agregado algunas características diferentes.

Por otro lado, se indica que la asociación es una manera de aumentar el conocimiento en general. En ese sentido, el proceso de la libre asociación, requiere brindar el espacio de tiempo en que se deba manifestar o recrear. Las personas crearán mejores constructos en la medida en que se les enfrente a situaciones parecidas.

Teoría de las inteligencias múltiples.

La creatividad es un fenómeno que tiene muchas definiciones o conceptos, es polisémico y además multifuncional, es decir que se aplica a un sinnúmero de áreas o campos del saber. Gardner (1998), señala que el individuo creativo es un ser humano que puede resolver situaciones problemáticas con mucha regularidad, que es capaz de crear u elaborar productos, de establecer definiciones nuevas a cuestiones o problemas cotidianos o conocidos.

Gardner también mencionó que las escuelas se enseñan en tratar aprendizajes basados en contenidos correspondientes mayoritariamente a dos de las inteligencias que él menciona en su libro (lingüística y lógico matemática). Esto sería insuficiente en un afán de proponer una educación completa o a cabalidad. Urge un cambio de paradigmas, y en ese sentido es indispensable la promoción de la creatividad como propuesta para enriquecer los anteriores programas, así como en el tratamiento de los aprendizajes en concreto.

También propone considerar los elementos o nodos en este proceso: el individuo, el trabajo, las otras personas, así como los diversos factores que condicionan y posibilitan el desarrollo de la mente creativa, como lo son. Los factores cognitivos, factores afectivos y ambientales, que en conjunto movilizan la consecución de los aprendizajes esperados o de calidad.

Sánchez (2006), dice que el pensamiento creativo, se va a evidenciar en el denominado comportamiento creativo, que suele responder a factores diversos, como la afectividad, el respeto, el aspecto cognitivo, con lo que la persona se sentirá inclinada a escudriñar alternativas de solución diferentes. Para poder establecer un punto de partida se aplicaría una prueba, que permitirá conocer la creatividad de los adolescentes en sus dimensiones visomotora, aplicada o inventiva y verbal.

Sanchez propone que el ser humano aplique elementos propios de su entorno en el desarrollo de otras actividades, que utilice

elementos sencillos como líneas para promover la elaboración de otros dibujos o creaciones ilustrativas; el uso de expresiones escritas o palabras para luego elaborar textos más complejos, considerando la secuencialidad, el sentido, la relación y desarrollo de ideas; todo esto en un determinado momento bien definido. Se supone que un estudiante que es capaz de usar estos elementos con la naturalidad y destreza, será luego capaz también de promover ideas rápidas o en todo caso constructos que responden a las necesidades que se le presentan.

Para efectos de nuestra investigación, tomaremos esta propuesta, dado que se está considerando la prueba que plantea Sanchez para realizar la medición de una de las variables (la creatividad), indicando que esta tiene también mucho que ver con el ambiente y las circunstancias que le rodean. Que puede ser moldeable, educable y repotenciada a partir de la disposición del profesional de la educación para conducir a los estudiantes a adquirir dicha habilidad.

Como podemos ver el pensamiento creativo implica una transformación de aspecto del entorno para dar respuestas a problemas o situaciones del contexto; y pueden darse en los diversos espacios de la vida humana, así tenemos, en la música, en la literatura, en el cine, carpintería, tecnología. Cuando hablamos de una expresión creativa implica que estemos frente a una construcción original, es decir que no sea copia de otro lado o que recientemente haya sido concebido y nueva.

Definición de creatividad

Al respecto de la definición, existen muchos autores y cada uno plantea una definición o conceptualización de lo que es pensamiento creativo o creatividad, entre las que destacan:

Bravo (2009), indica que la creatividad, rastreando sus orígenes, es anglosajón (el término en inglés es *creativity*). Es un sustantivo derivado del infinitivo crear del latín *creare* y está asociado con otra voz latina, *crecere*, (crecer).

Para Tracy (2016), señala que todas las personas son creativas y además que esta es una característica espontánea que aparece con la autoestima elevada. La creatividad comprende tres aspectos bien marcados: depende del pasado de la persona es decir si es que está en su infancia y adolescencia tuvo un ambiente alegre, es seguro que manifestará más creatividad. El segundo aspecto es el poder del presente, que en otras palabras implica estar atento a lo que acontece y promover el movimiento constante de las ideas a fin de evitar quedar rezagado en este contexto tan cambiante. Y el tercer aspecto lo comprende la autoimagen positiva que la persona asume; cuanto más se sienta exitosa e innovadora, mejor podrá afrontar las dificultades y demostrar pensamiento creativo.

Mientras que Bono (2007), señala que la creatividad es una habilidad que se puede aprender, enseñar y aplicar. Es decir que las personas pueden adquirir en los diversos espacios de su interacción y que no está dada solo para aquellos que nacen con talento. La escuela en ese sentido, cobra un rol importante en su cultivo y

enseñanza. Y frente a una demostración bastante prolija de productos creativos que el mundo cada día lanza a los mercados, queda a las empresas replantear cómo lograr mantenerse y continuar, ya no solo considerando precios, sino más bien calidad y nuevas características a los nuevos productos.

Por otro lado Navarro (2008), parte de la situación que el ser humano que se enfrenta a problemas reales, lo van a orientar a responder con creatividad, y es según se vaya regulando este proceso y se vayan estableciendo conductas del tutor frente a estas acciones, entonces se podría consolidar que todos son creativos, pero para poder lograrlo, con mayor rapidez, hay que motivar, hay que hacer que la persona encuentre el gusto e interés por aquello que se está aprendiendo. Luego de todo ese proceso, es necesario hacer que el estudiante sea consciente de lo que va aprendiendo, que vaya evaluado sus procesos, para que en otro momento se dé con mayor amplitud y sobre todo de forma exitosa.

Por otro lado, en la Guía para el desarrollo del pensamiento creativo del MINEDU (2007), se indica que el pensamiento creativo en sí, se relaciona o asocia con expresiones como creatividad, comportamiento creativo, imaginación creadora, pensamiento lateral, pensamiento productivo, innovación, talento y genialidad. Entendido nuevamente creatividad como el conjunto de actitudes que llevan al ser humano a establecer nuevas ideas, productos tangibles o no tangibles, pero que, por el hecho de ser novedosos, de

buscar la solución a un problema, coloca a su autor como un ser talentoso, innovador y que puede llegar a ser hasta genio.

Como se puede leer, son muchos los autores que tratan de definir el término y todos tienen en común que implica sacar algo novedoso, original, producción, es decir partir de algo para producir otro elemento más acabado.

Hablando en el ámbito pedagógico, tenemos que uno de los propósitos de la educación secundaria es consolidar las habilidades de orden superior, dentro de estas tenemos: el razonamiento, el pensamiento crítico y el pensamiento creativo. Los docentes en su afán de conseguir el desarrollo de estas en sus estudiantes, muchas veces terminan planificando demasiadas estrategias, o en otros casos hay una confusión respecto de lo que significa realmente razonamiento, pensamiento crítico y pensamiento creativo.

El pensamiento creativo o creatividad, según Navarro (2008), también, coincide en que la creatividad es innovación, originalidad, genialidad, proceso que sigue al descubrimiento, que deviene del inconformismo y que genera el descubrimiento, la sorpresa. Para llegar a lo antes mencionado, el estudiante o la persona en sí, debe estar en constante proceso de motivación y de movimiento de habilidades cognitivas como la observación, el pensamiento, que acompañado de los rasgos de personalidad, las actitudes, deberían concluir en que para que haya creatividad, es necesario y la tenacidad, consistencia por alcanzar lo acordado,

así también, juega un rol muy importante la metacognición, proceso que va a llevar a la persona a evaluarse, evaluar su desempeño en función de lo que hizo y lo que le rodea y de las necesidades que observe e identifique se tendrá la sensación o deseo de querer transformar algún aspecto de ese contexto o de hacer algo para cubrir esa necesidad, ese agujero. Las pretensiones vienen entonces con la motivación interna de la persona, pero depende de la evaluación que haga esta persona, dependerá de la situación de desbalance que identifique o la necesidad imperiosa de su intervención, de promover la aparición de su producto para contrarrestar aquella necesidad.

Las ideas de Navarro nos hacen ver que el proceso de creatividad conlleva a un proceso de percepción personal, luego a una evaluación del entorno y de las actitudes y aptitudes, para luego de identificar lo faltante, los problemas, las necesidades, emitir una respuesta que ayude a cubrir, satisfacer la necesidad o dar una respuesta al mencionado. Por otro lado, llegar a este estado de producción implica que estemos frente a una persona innovadora, inconforme, muy observadora, descubridora, por lo tanto, con el afán de plantearse preguntas y buscar las respuestas a las mencionadas.

Niveles y modalidad de la creatividad

La creatividad no surge como una característica igualitaria para todas las personas; hay algunas que se muestran frente a los demás con mayor manejo sobre cierto campo del saber, con

mayor interés sobre ciertos aspectos o áreas; las necesidades física, emocionales u otras o a veces el contextos, las personas que rodean al ser son los que orientan y generan estos chispazos, inclinaciones y delimitaciones de la necesidad creativa en el ser humano; todo esto, en consecuencia, lleva al individuo a demostrar o evidenciar la creatividad, que como ya hemos mencionado no es igual para todos. Por ello, para una mejor delimitación, estamos hablando de niveles y modalidad de la creatividad.

Sánchez (2006) señala que los niveles de creatividad, para un mejor estudio se clasifican de la siguiente forma:

- **Creatividad (capacidad) visomotora:** Es aquella que tiene que ver con la capacidad de producir utilizando movimiento corporal y la visión.

- **Creatividad (capacidad) aplicada o inventiva:** Es la capacidad de las personas para encontrar distintas aplicaciones a los productos ya elaborados a aquellos materias primas u objetos por elaborar. Implica la habilidad mental para generar nuevos usos en la vida diaria.

- **Creatividad (capacidad) verbal:** Es la capacidad para utilizar la expresión oral y escrita con fines productivos. El ser humano que domina este campo es capaz de hilvanar ideas, textos de manera rápida por escrito o de forma oral.

Otras consideraciones: Es necesario agregar que un adulto y un niño van a tener diferentes apreciaciones del mundo, diferentes formas de vincularse y también distintas necesidades frente a este, por lo tanto su respuesta va a ser diferente, por ejemplo un adulto estará preocupado por el trabajo, por saciar las necesidades básicas de su familia, por lo tanto esto lo llevará a buscar en el mundo respuesta frente a estas necesidades e inquietudes y podría generar su propia fuente de trabajo, cómo sustituir algún elemento que le resulta costoso por algo menos costoso; en cambio un niño tendrá otras necesidades, tales como ser aceptado frente al grupo de su misma edad, entender el mundo circundante, exteriorizar sus sensaciones, conseguir la aprobación de sus pares.

El producto del proceso creativo suele presentar también características, que hacen que sea considerado dentro de un rango de creatividad o nivel, esto quiere decir que habrá productos que serán o involucrarán un nivel de profundidad mayor que otros, que por su semejanza con otros anteriores presentará características; refiriéndose a ello encontramos a Marín (2012), quien, en Teoría sobre creatividad, que cita a Gardner(2002, p. 66-67), y señala una lista gradada de valores para medir la creatividad de los productos y establecer con ellos un rango de mayor a menor logro, además de su impacto en otros contextos, por lo tanto considera entre estos rangos, matices como:

La inteligencia, sería la capacidad básica y es un potencial biopsicológico. Es decir que esta depende de factores hereditarios, genéticos, que pueden ser impulsados por el factor social que rodean a la persona y también rasgos propios, aspectos netamente personales.

El talento es señal de un potencial que también ha sido adquirido por razones genéticas y hasta por cuestiones netamente de personalidad; que es capaz de avanzar, realizar las acciones de manera rápida, que tiene características que le llevan a actuar de forma sobresaliente y por encima de los demás sin mucho esfuerzo.

La prodigiosidad es el talento en su forma extrema, es decir en su forma más alta en una determinada especialidad; son ejemplos muy conocidos: Mozart, Picasso, Davinci, que por más que pasa el tiempo, sus obras siguen siendo admiradas, al haber sobresalido mucho más en sus campos que otros.

La experiencia y experto se utilizan esta terminología para indicar a las personas que producto de la práctica que vienen desarrollando con el tiempo (según el autor citado, una década como mínimo) y que producto de esa práctica constante llega a alcanzar una excelencia en la técnica.

La creatividad, es una característica dada a las construcciones considerados originales, novedosos en una zona determinada (pero que tampoco deben ser copia de otra) y además útil,

necesario o de mucho valor para esta. Quienes son capaces de reconocer estas características son los expertos en la disciplina o campo.

El genio, es la más alta demostración de la creatividad, de la innovación, que, incluso partiendo del incipiente aspecto, logran dar a conocer o idear un producto nunca antes visto. Se dice que las ideas pueden surgir de una comparación con aspectos, objetos, seres naturales para luego materializarse y responder a aquel agujero o necesidad previstos. La creación es tan notoria que hasta puede a ser reconocido en todo el mundo. Aplicado a personas no solo expertas y creativas, sino que destacan en su contexto y frente a todo el mundo.

Queda claro entonces que un trabajo o producto final reunirá ciertas características con matices que van desde lo inteligente, con talento, prodigioso, realizado con experticia, con creatividad o resultaría siendo una genialidad, partiendo del supuesto de compararlo con lo que se tiene hasta ese momento; Por supuesto que cada constructo puede partir de otro ya anteriormente publicado, pero que sin embargo se convierte en único u original en el momento porque tiene esta característica adicional, porque responde a nuevos estándares o porque cumple una nueva función para solucionar un problema determinado.

Con respecto a los niveles de creatividad tenemos hay autores que concluyen que estos vendrían a ser los resultados de la transformación o alteración del medio. Esta habilidad promueve

que el ser humano no solo piense, sino que se ponga manos a la obra y que se vincule con el ambiente, busque respuestas a inquietudes o problemas, siga una secuencia de procesos y evidenciándose mucho más en los constructos o productos. Apuntan a responder cómo se manifiesta el talento creativo o la conducta creadora en el sujeto. Según Taylor (2008), citado por Rodríguez (2011), la creatividad se manifiesta en diferentes niveles:

Nivel expresivo: Como su nombre lo indica se queda en el plano de la expresión, y es una de las primeras manifestaciones de pensamiento creativo, en general se habla de creatividad inicial o incipiente, que es sobre todo expresión espontánea, ideas improvisadas. Si bien en la expresión se incluyen ideas nuevas, se asocian otros aspectos de otras disciplinas, aún falta insistencia en la conformación de la nueva idea, originalidad y contundencia esencial en la nueva expresión.

En este nivel prima la afectividad, hay facilidad en la expresión de las ideas, de los estados de ánimo, de hacer amigos y relacionarse rápidamente con los demás, es la sociabilidad en efervescencia la que se visualiza, aunque insipiente en la materialización de las ideas en productos.

Nivel productivo: Es el segundo nivel de profundidad; aquí ya se evidencia cierto grado de productividad; el personaje que esta en este nivel se muestra más práctico, capaz de afinar detalles, de poner en evidencia la aplicación de una estrategia,

técnica o idea que se concretiza en un producto determinado que destaca de los demás por su intención de ser diferente de los demás u original. Encontramos aquí productos como una exposición novedosa, la elaboración de un texto narrativo o poético que va más allá de lo que se pedía, elaboración de un dibujo agregando una técnica adicional a la conocida, etc.

Nivel inventivo: Según la autora, es la creatividad de tipo o valor social, porque como su nombre lo indica, persigue el bienestar del grupo con su producto elaborado, por lo general están aquí los denominados inventos de ciencia y tecnología; para conseguirlo se promueve la manipulación del medio, el uso de estrategias novedosas y el afán de ir más allá que los demás, enfrentarse a lo desconocido y mucha curiosidad, así como un acucioso ojo observador.

Nivel innovador: Es el grado de creatividad que se alcanza cuando se ha conseguido originalidad en el producto en un alto nivel, se muestra conexiones más altas y complejas entre lo que produce y la relación con el mundo circundante.

Los autores lo señalan como el momento en que se elaboran productos que son capaces de desplazar o dejar en el pasado a otros por su economía, mejor calidad; se dice que cuando se genera una obra en este nivel, su autor provoca evolución, avance, crecimiento.

Nivel emergente: Básicamente se evidencia cuando el producto expuesto reúne originalidad, novedad y espontaneidad; se menciona que la originalidad está por demás expresada por cuanto lo producido es una propuesta nueva, nunca antes vista. Las ideas que se comparten o que se dan a conocer, son ideas nuevas, recientes y que muchas veces no tienen respaldo de experiencia, pero sí se puede corroborar su efectividad.

Es en este nivel que encontramos la producción creativa denominada genialidad, cuyos resultados llaman mucho la atención y desacostumbrados presenta algunos roces son lo ya existente, y hasta se requiere tiempo para alcanzar la sociabilidad, a la que todo buen productor recurre para solidificarte en su casa.

Como se puede observar, los niveles de demostración del pensamiento creativo, que plantea Taylor, están fundamentalmente orientados por una determinada gradación escalar, que va de menor a mayor riqueza de la misma. Y también hay que ver que los grados en que ésta se manifiesta significarán un proceso, una actitud o un producto con características marcadas.

En otra publicación, Sabbagh (2012) citando a Gordon (2011), sostiene que la actividad creativa se convierte en una parte trascendental en la vida del ser humano, de su crecimiento, y en la medida que este se va dando, la creatividad se va exteriorizando. El mencionado autor discrepa de alguna manera con los anteriores por cuanto indica que la creatividad no depende

de lo novedoso, sino más bien de con elaborar algo que refleje la auténtica experiencia y los recursos propios y que sería considerado como tal aun cuando en otro contexto se haya establecido algo parecido. Agrega que toda idea nueva para que pueda subsistir debe tener creatividad y rigor, es decir que la creatividad no es un proceso ya terminado cuando se ha generado una idea o un producto, sino que mas bien hay que seguir actualizándolo, mejorándolo a fin de tener la lucidez y seguir produciendo.

Sin embargo, aun con todo, en las ideas del autor antes señalado queda de manifiesto el hecho de crear algo que responda a alguna necesidad circundante, a una exigencia del contexto. El producto sigue estando presente como evidencia de la conducta o actividad.

Características de una personalidad creadora

En los anuncios de trabajos actuales, se pide para cubrir los mencionados puestos que la persona sea “proactivo”, término que el diccionario de la Real Academia Española lo define como:

1. adj. Psicol. Que toma activamente el control y decide qué hacer en cada momento, anticipándose a los acontecimientos.

2. adj. Psicol. Que implica acción o intervención activa.

Como se puede apreciar la expresión “proactivo” nos orienta a pensar en una persona que no espera órdenes y que tiende a

anticiparse, adelantarse a las situaciones o hechos, es decir ser una persona con iniciativa, con autonomía, que a decir del análisis se centra más en ser creativo frente a las situaciones adversas o problemas y que los afronte de la mejor manera posible, promoviendo éxitos y mejoras en el negocio o actividad.

Si el desempeño laboral pide a las personas mostrarse con creatividad, indicando que esta es una característica necesaria y que va a posibilitar la prosperidad de la empresa, entonces es necesario que se haga todo lo posible por identificar estas características que hacen que la persona sea como se menciona.

Mirar a una persona y encontrar estas características nos debería llevar a plantear estrategias que le va a permitir redescubriese y si no lo es a que se vaya transformando en la práctica.

Entonces nos preguntamos ¿cuáles son estas características que tienen una persona que es creativa?, ¿cómo reconocerla en el contexto de la escuela o en el desarrollo de una labor profesional?, ¿serán estas características personales se los indelebles que quienes los posean jamás los pierdan?

Los autores que hablan sobre la personalidad creadora son diversos, justamente Bravo (2009), cita a varios autores y resume las características en la siguiente lista que encabeza como indicadores de la creatividad:

1. Originalidad: se evidencia cuando la persona expresa o construye ideas, constructos que son originales, donde

se puede identificar que lo elaborado es de mucho más vistoso, calidad, en sí, es mucho mejor; se establecen jerarquías entre las ideas y se promueve estas nuevas ideas.

2. Fluidez: esta característica se manifiesta cuando las ideas nuevas, las características nuevas aparecen o fluyen con mayor continuidad o rapidez. La persona tiene facilidad para demostrar la riqueza productiva. Es el rasgo más fácilmente cuantificable.

3. Flexibilidad: se manifiesta cuando se agrega otros conceptos o se producen nuevas ideas en un determinado campo; se muestran otros elementos distintos de los que ya se habían establecido. Se evidencian nuevas categorías en los constructos.

4. Actitud de apertura: comprende tener la mente despierta y buscar nuevos horizontes, escuchar propuestas distintas a fin de enriquecer lo que ya se tiene o perfeccionar las ideas previamente establecidas. La actitud del creador siempre ira más allá de la mera observación; se atreverá a experimentar, a probar nuevas ideas y consolidas más ideas.

5. Elaboración: comprende el desarrollo de los constructos o la materialización de la idea. Las personas creativas suelen darle forma a la idea y agregar detalles precisos, que se van a observar con la producción en sí de los constructos.

6. Capacidad de comunicación: el proceso creativo implica conocer lo que otros necesitan, observar y plantear respuestas a las necesidades; mantener sintonía y comunicación fluida con el

público para luego materializar la idea que cubra las expectativas o logre repercutir en los demás.

7. Agudeza o penetración: Esto es, capacidad de análisis para reconocer las necesidades de los demás y también para exteriorizar su idea con planteamientos que generen aceptación o en todo caso que respondan a esa necesidad de mostrar lo que se posee.

Estas características no aparecen frecuentemente conjugadas, pero tampoco es usual que se den en completo aislamiento. Mientras mayor sea el número en que se agrupen, mayor la capacidad creativa de quién las posea. Estos rasgos que, sin duda se evidencian en la práctica constante y con las que se supone, aportan a su entorno, porque le permiten crecer, investigar y promover con ello la continuidad de manera adecuada.

La creatividad en el estudiante

Partiendo de que el estudiante es el personaje central del proceso enseñanza aprendizaje, existen muchas creencias al respecto, y que han ido marcando cada etapa del desarrollo de la educación, así pues se decía tiempo atrás, que este personaje llegaba a las aulas sin conocimiento alguno y que era el docente quien tenía que moldearlo, formarlo a partir de lo que planificaba, luego se pasó a otra etapa donde se decía que se para estimular su aprendizaje se debía condicionar, o luego que se debía partir del contexto circundante y hacer que movilice secuencias, procesos,

pero que realmente dependía de factores externos. Luego, retrocediendo al pasado socrático se establece que la mayéutica es una estrategia ideal para la consolidación de los aprendizajes, es decir que se parta de la pregunta y repregunta para escudriñar en el fondo de la mente del estudiante para promover el desequilibrio en las ideas, la búsqueda de respuestas, la reflexión crítica y la consolidación de productos novedosos.

Los estudiantes llegan a las aulas con un pensamiento creativo, cada uno diferente del resto, entonces en el aula se tendrá un grupo heterogéneo de mentes que traen un bagaje, y una capacidad ya lograda, y es en función de esta, que el docente debe promover su planificación, orientar, guiar para promover el desarrollo en un escalón mayor del pensamiento creativo y en sí de todas las habilidades de orden superior.

Así también, Bravo (2009) hace mención también de las características del estudiante creativo, donde coincide con otros autores mencionando que estos son los que demuestran movilidad, originalidad, pero este autor indica que los comportamientos del estudiante creativo, dependen de si el docente demuestra su pensamiento creativo y si da valor de manera adecuada a la creatividad; aunque es necesario destacar que el factor más importante es, sin duda, el contexto en donde más se desenvuelve la vida del educando: su propio hogar.

Como se puede ver, el pensamiento creativo, necesita para su consolidación, que haya un modelo, que haya un paradigma y que

el acompañante o tutor del estudiante incentive y lo promueva en todos los momentos que se pueda. El estudiante requiere del reforzamiento tanto externo, así como la comprensión reflexiva de que es necesaria como una conducta propia que todos la muestran o la necesitan.

Evaluación de la creatividad:

Para evaluar la creatividad se han establecido varios instrumentos, sin embargo, la polémica está presente desde siempre por cuanto hay un grupo de especialistas que indican que la creatividad no puede ser medida o cuantificada porque no hay una única manera de ser creativo y además se señala que todas las personas poseen esta habilidad.

Por otro lado, Según Navarro (2008) señala que es difícil dibujar la personalidad de la persona creativa y, por tanto, de diseñar el instrumento adecuado para que nos ilumine dicha personalidad. Tampoco parece que los test definan o nos sirvan para pronosticar si un individuo llegará a ser creativo con el tiempo. El problema sigue siendo el criterio o contenido de la evaluación, es decir en qué se debe fijar el evaluador: novedad, utilidad, etc. Para, a partir de ahí, diseñar instrumentos o procedimientos adecuados.

Sin embargo, si partimos de que la creatividad es vista por nuestro sistema educativo nacional como una habilidad de orden superior que debe ser promovida por los docentes en el aula, durante el desarrollo de las sesiones de aprendizaje, se hace necesario que dicha habilidad sea cuantificable u observable con

actitudes o respuestas concretas. Al respecto el MINEDU (2017) menciona la rúbrica número tres, que se denomina promueve el razonamiento, la creatividad y el pensamiento crítico, y en el mismo texto se señala como creatividad, que “alude la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos o establecer nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales a problemas planteados. así mismo, se considera la capacidad de crear un producto de manera libre y singular que permita expresar la propia subjetividad.” Dicho instrumento (rubrica de evaluación), plantea entonces como indicador los comportamientos observables las acciones de generar ideas nueva, establecer asociaciones para solucionar problemas conocidos o sino crear un producto de manera libre, con lo que queda claro que la creatividad puede ser medida al ojo del observador, esto con la intención de mejorar la practica docente y de promover mejores aprendizajes, entonces tomar decisiones de incluir acciones del docente que orillen a los niños y adolescentes al desarrollo de las mencionadas actitudes. Es preciso agregar que en dicha rúbrica se establecen los rangos superiores e inferiores, considerando el numero de estudiantes que lo ejecuta, es decir que será positivo cuanto más estudiantes lo demuestren en el aula, cuanto mayor cantidad de veces el docente lo promueva y negativa, su contraria en ambos casos. Las actitudes para la adquisicion de la habilidad depende de ambos, sin embargo para

el instrumento de evaluación está consignando que sea el docente quien lo promueva, aunque no se descarta y por ende no se deja de puntuar a favor del docente si en el aula hay estudiantes que lo logran por una interacción propia, aunque sea esta entre ellos mismos (entre estudiantes)

Otro autor que plantea un instrumento de evaluación es Huaman (2014), quien coincide con la mayoría de expertos en el tema en señalar que los criterios primordiales al evaluar la creatividad lo representan: la fluidez, la flexibilidad y la originalidad. Al respecto Margarita Amestoy de Sánchez (2006) citado por Huamán (2014), establece criterios para la valoración de la creatividad, entre los que considera: fluidez, flexibilidad y originalidad.

La Fluidez: tiene como indicadores: Número de ideas o enfoques y la Variedad de materiales o detalles

La Flexibilidad: comprende el siguiente indicador: habilidad para cambiar enfoques y puntos de vista, adaptar y relacionar, usar diferentes líneas de pensamiento involucra una transformación, un cambio, un replanteamiento o una reinterpretación.

Originalidad: comprende el siguiente indicador: grado de convencionalidad de la idea, interpretación fuera de lo común, rareza de los elementos incorporados, único o diferente.

Como se puede evidenciar, para medir la creatividad, la autora considera la fluidez, que se supone debe ser abundante en número de intervenciones, la flexibilidad, también evidenciada en la mayor cantidad de intentos con cambios en sus respuestas,

reinterpretaciones y, sobre todo, con originalidad, esto es, que no sean copiadas sus ideas.

Con este cuadro y midiendo la cantidad de respuestas, como el autor citado lo manifiesta, podremos catalogar al evaluado como personas, poco creativas, creativas y altamente creativas.

2.3.Hipótesis

Hipótesis general

A mayor nivel de autoestima, mejor nivel de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura 2021.

Hipótesis específicas

✓ A mayor nivel de autoestima, mayor será el nivel de creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.

✓ A menor nivel de la autoestima, menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.

✓ A mayor nivel de la autoestima mejor será el nivel de la creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.

2.4.Variables

Variable 1: Autoestima

La autoestima es la valoración que tienen las personas de sí mismas. (Rosenberg 1965).

Es un sentimiento valorativo de nuestro ser, de quiénes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad. (Acosta y Hernández 2004).

Variable 2: Creatividad

La creatividad se evidencia con la independencia de pensamiento, la tendencia a la no conformidad, manifestación de contrarias a las habituales, opiniones, capacidad de iniciativa, producción de trabajos útiles, vitales y disponibilidad, facilidad para aplicar conocimientos de una u otra materia o situación, originalidad, imaginación y fantasía en la organización de recursos, invención y construcción de aparatos con materiales sencillos, creación de ideas y procesos novedosos

Las cuatro características más importantes del pensamiento creativo son: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración.

(Sánchez, 2004)

3. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación se desarrolló con la intención de recoger información, sistematizarla y comprobar lo que las teorías plantean y las normas del ministerio de educación peruana proponen que los docentes deben desarrollar en sus sesiones de aprendizaje, en lo concerniente a autoestima y creatividad. Considerando lo antes mencionado, la investigación promovió el recojo de información cuantificable, que luego se procedió a analizarla. Desde esa óptica nuestra investigación adoptó características de ser cuantitativa; “Al final, con los estudios cuantitativos se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explican y predicen)”. Hernández (2016, p 6)

Se estableció la muestra con la que se trabajó, se le aplicó los instrumentos, donde se verificó el nivel de correlación entre las variables autoestima y creatividad, así como también la fuerza de asociación entre las variables mencionadas, coincidiendo con lo que, en metodología de la investigación científica se dice que, sobre los estudios de tipo correlacional, al afirmarse que “su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.” Hernández (2016, p 85).

Es necesario precisar que en un estudio correlacional no se hace mover intencionalmente las variables, sino que sólo se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos e identificar algún tipo de relación que exista entre las variables. Tal cual lo hemos realizado durante el proceso en que se ha desarrollado el estudio investigativo con los estudiantes del quinto de secundaria de la IE “Hermanos Meléndez”.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño fue Ex post facto, cuya expresión ex post facto significa después de hecho. En este, "el investigador se plantea la validación de las hipótesis cuando el fenómeno ya ha sucedido. Generalmente se trata de una búsqueda de las causas que lo han producido, de forma retrospectiva." (Bisquerra, R. 1989 p. 219).

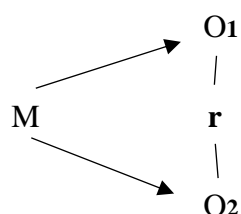
Considerando a Bisquerra, fue ex post facto puesto que buscó validar la hipótesis: si a mayor nivel de autoestima, mejor es el nivel de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez. Asimismo, porque recogió información que permitió identificar el nivel de autoestima y niveles de creatividad de los integrantes de la muestra, habiendo

estos anteriormente participado en un proceso formativo, donde se promovió ambos aspectos, mismos que el currículo nacional y las guías docentes del Ministerio de Educación promueven, y las rúbricas de evaluación de desempeño docente verifican y enfatizan se deben lograr, al señalar que un docente alcanza el IV nivel y mayor puntaje en la evaluación de desempeño cuando, “promueve efectivamente el razonamiento, la creatividad y/o el pensamiento crítico durante la sesión en su conjunto.” MINEDU (2017)

Considerando que, “los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la vinculación” (Hernández R. et al, 2010 p 81). Lo que primero se midió fue el nivel de autoestima que poseía cada estudiante y luego el nivel de creatividad de los mismos, en cada una de sus dimensiones, luego de lo cual se desarrolló el análisis de los datos, e inmediatamente pasar a la siguiente etapa.

Los autores anteriores agregan que, “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (Hernández R. et al 2010 p 81). Entonces una vez que se conoció los niveles de autoestima y creatividad de los estudiantes participantes, se procedió a aplicar el estadígrafo para determinar el grado de asociación entre ambas variables mencionadas.

El referido diseño se grafica de la siguiente manera:



Donde:

M = 35 estudiantes de quinto de secundaria.

O₁ = Autoestima

O₂ = Creatividad

r = Relación de las variables de estudio.

3.3. Población y muestra

Población

La población de estudio estuvo constituida por los 270 estudiantes del quinto grado de secundaria de siete secciones, integrado tanto por varones y mujeres de la I.E. Hermanos Meléndez – La Unión – Piura.

Fueron estudiantes varones y mujeres de entre 16 y 18 años de edad, del distrito de La Unión y caseríos aledaños al distrito, ubicado en el bajo Piura, zona urbana y rural, estrato social pobre, que se dedican a las labores agrícolas, comercio y pesca artesanal.

Tabla 1 Población de la investigación

Grado	Sección	Cantidad		Total
		Mujeres	Varones	
QUINTO	A	19	20	39
	B	23	16	39
	C	15	24	39
	D	22	16	38
	E	18	20	38
	F	16	23	39
	G	17	21	38
TOTAL		130	140	270

Fuente: Nóminas de matrícula de IE Hermanos Meléndez - 2021.

Muestra

Según Hernández (2014), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población.

Bajo estas condiciones, en esta investigación, debido al tamaño de la población respecto a los colaboradores, la muestra estuvo conformado por 35 estudiantes del quinto de secundaria, sección “C” compuesto por varones y mujeres de entre 16 y 18 años de edad, definida por muestreo no probabilístico por conveniencia e interés del investigador, considerándose un grupo intactos de una sección de estudiantes del quinto grado, sección “C”, de la I.E. Hermanos Meléndez – La Unión – Piura.

Asimismo, se tomó a dicho grupo como muestra ya que es el grupo con el que el investigador desarrolló el proceso de formación en lo que se refiere a promoción de la creatividad y fortalecimiento de la autoestima, en un proceso anterior y en el presente año, es el grupo de trabajo asignado como propio de su jornada de laboral.

Otros criterios de selección

La muestra fue heterogénea y se estableció de acuerdo a los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión:

Estudiantes que asisten regularmente a las clases en el grupo de WhatsApp del aula respectiva.

Criterios de exclusión:

Estudiantes que no asisten regularmente y que presenten justificación por enfermedad, por trabajo, o que no pudieron asistir o conectarse en el momento del desarrollo de la aplicación de los instrumentos de investigación.

En el proceso de desarrollo de la investigación se encontró que un estudiante no asiste a clases durante el año 2021, y tres de ellos han sido trasladados a otras instituciones educativas, sin embargo, a la fecha no cumplen con el traslado formal, es decir no han solicitado ni hecho llegar la documentación respectiva.

Tabla 2 Muestra de la investigación

SECCIÓN	C	TOTAL
VARONES	20	20
MUJERES	15	15
TOTAL	35	35

FUENTE: Nóminas de matrícula de quinto "C" IE Hermanos Meléndez - 2021.

3.4. Definición y operacionalización de variables y los indicadores

Variable independiente

Nivel de autoestima

Variable dependiente

La creatividad

Operacionalización de las variables

Creatividad

La creatividad es la habilidad de producir formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas.

Cuadro 1 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ESCALA
Variable dependiente: LA CREATIVIDAD	<p>La creatividad se evidencia con la independencia de pensamiento, la tendencia a la no conformidad, manifestación de contrarias a las habituales, opiniones, capacidad de iniciativa, producción de trabajos útiles, vitales y disponibilidad, facilidad para aplicar conocimientos de una u otra materia o situación, originalidad, imaginación y fantasía en la organización de recursos, invención y construcción de aparatos con materiales sencillos, creación de ideas y procesos novedosos</p> <p>Las cuatro características más importantes del pensamiento creativo son: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración. (Sánchez, 2004)</p>	<p>La creatividad o pensamiento creativo, es una habilidad de orden superior o capacidad que todas las personas poseen, algunas más desarrolladas que otras; y comprende originalidad en las ideas, pensamiento divergente, novedad en el producto.</p> <p>En nuestra investigación se promoverá que sea evidenciada a través de dibujos o gráficos, donde un mayor uso de trazos, agrupamientos de estos o categorías temáticas, indicará un mejor nivel; expresada en diversos usos para objetos reales; elaboración de una narración, incluyendo elementos sugeridos, procurando claridad, coherencia, con fluidez, diversidad y originalidad en las ideas.</p>	Creatividad visomotora	<p>*Fluidez. Número de trazos generados en el dibujo.</p> <p>Flexibilidad: Número de categorías o agrupamientos temáticos diferentes en el dibujo.</p> <p>Originalidad: Grado en que es novedoso el dibujo creado.</p>	1	<p>Técnica: Prueba de desarrollo</p> <p>instrumento: cuestionario: Evaluación Multifactorial de Creatividad. (EMUC)</p>	<p>Escala cualitativa ordinal.</p> <p>Ordinal Escala de Likert</p> <p>(1) Muy inadecuado (2) Inadecuado (3) Adecuado (4) Muy adecuado</p>
			Creatividad aplicada o inventiva	<p>Fluidez: Cantidad de usos que le dé a cada objeto.</p> <p>Flexibilidad: número de categorías o agrupamientos temáticos diferentes.</p> <p>Originalidad: Respuestas de usos fuera de lo común. Se puntúa en función de la infrecuencia estadística de los usos.</p>	2, 3		
			Creatividad verbal	<p>Fluidez: Número de líneas utilizadas en el cuento.</p> <p>Flexibilidad: Cantidad de ideas diferentes que se generen y adaptación a las existentes.</p> <p>Originalidad: Fantasía, situaciones poco</p>	4		

				comunes utilizadas en el cuento.			
Variable independiente: LA AUTOESTIMA	<p>La autoestima es la valoración que tienen las personas de sí mismas. (Rosenberg 1965).</p> <p>Es un sentimiento valorativo de nuestro ser, de quiénes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad. (Acosta, 2004).</p>	<p>La autoestima se define como la forma en que nos valoramos a nosotros mismos y esta es cambiante a lo largo del tiempo e influye en el desarrollo de la creatividad de los adolescentes.</p> <p>Para efectos de nuestro estudio es unidimensional (autoestima), puesto que se mide con la escala propuesta por Rosenberg, que considera medir aplicando un test de diez ítems, que nos orienta a medirla en niveles: alto, medio y bajo.</p>	Unidimensional (autoestima)	<p>Autoestima elevada, considerada como autoestima normal</p> <p>Autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarlas.</p> <p>Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima.</p>	1,2,3, 4,5,6, 7,8,9, 10.	Técnica: cuestionario.	<p>Escala cualitativa ordinal.</p> <p>Ordinal Escala de Likert</p> <p>A. Muy de acuerdo</p> <p>B. De acuerdo</p> <p>C. En desacuerdo</p> <p>D. Muy en desacuerdo</p>

Fuente: elaboración propia del autor.

3.5. Técnicas e instrumentos

Técnica e instrumento para medir la autoestima

Para medir la variable autoestima se utilizó el test como técnica de medición, el cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto externe su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala” (Hernández 2010, p 245). El test aplicado en nuestro estudio corresponde al investigador Morris Rosenberg (1965); la aplicación se hizo con el propósito de medir el nivel de autoestima en las estudiantes, considerando su unidimensionalidad. Estuvo constituido por 10 ítems, y presentó escala Likert: (4) Muy de acuerdo, (3) de acuerdo, (2) en desacuerdo, (1) Muy en desacuerdo, para las preguntas 1,3,4,6,7; mientras que la misma escala, pero con valores como los siguientes (1) Muy de acuerdo, (2) de acuerdo, (3) en desacuerdo, (4) Muy en desacuerdo, para las interrogantes 2,5,8,9,10.

A cada punto se le asignó un valor numérico. Así, el participante obtuvo una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones.

En la medición de la autoestima, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario de la escala de Rosenberg. “El cuestionario como instrumento, se define como un conjunto de preguntas redactadas con sentido y coherencia redactado con lenguaje sencillo y claro” (García, 2002).

La escala de autoestima de Rosenberg, que es un cuestionario para explorar la autoestima personal, entendida como los sentimientos de valía personal y de

respeto a sí mismo, también ya validado y usado a nivel internacional. Su autor es Morris Rosenberg, quien lo presentó en su investigación titulada La autoimagen del adolescente y la sociedad (Rosenberg, 1973), desarrollada con adolescentes de escuelas de Nueva York.

Luego también se desarrolló un estudio de validación instrumental para conocer la consistencia interna (homogeneidad) y la estructura interna (dimensionalidad) de un instrumento de medición de un constructo complejo. Se utilizaron diferentes pruebas estadísticas intuitivas como una aproximación a la validez y la confiabilidad del instrumento. El estudio también contó con la revisión y la aprobación de un comité de ética institucional en investigación. La Fundación Morris Rosenberg permite el uso sin restricción de la ERA en investigaciones y la práctica clínica. (Ceballos, G. et al, 2017)

Las medidas de confiabilidad para la ERA mostraron un coeficiente aceptable para alfa de Cronbach de 0.72, mientras que el coeficiente omega de McDonald estuvo por debajo del valor esperado (0.65). Por su parte, la prueba de unidimensionalidad presentó un coeficiente de Mosier razonable, con valor de 0.75. En conclusión, se tuvo que, la Rosenberg Self-Esteem Scale, diseñada por Morris Rosenberg (1965), presenta altos índices de fiabilidad con una consistencia interna de 0.77 y un coeficiente mínimo de reproducibilidad de 0.90.

Técnica e instrumento para medir la creatividad

Para la medición de los tipos de creatividad de los estudiantes del grupo muestra se empleó la técnica de la prueba de desarrollo, que se ejecutó en función de la “Evaluación Multifactorial de la Creatividad” (EMUC), propuesta por

Sánchez (2006). A través de dicha técnica se sometió al grupo muestral a desarrollar ejercicios concretos, por escrito, y de esa forma puso de manifiesto tres tipos de creatividad: verbal, visomotora, aplicada o de inventiva.

Dicha prueba busca explorar y evaluar los indicadores básicos más importantes que caracterizan al componente creativo de los estudiantes del grupo etario de 16 a 18 años. Esta direccionada a tres dimensiones de la creatividad: la capacidad visomotora, la inventiva o aplicada y la verbal, donde se toman detalles como:

En la capacidad visomotora, al estudiante se le presenta una serie de trazos como círculos, curvas y líneas, con los cuales tendrá que realizar un dibujo, durante un tiempo de cinco minutos.

En la capacidad de creatividad aplicada, al estudiante se le presentarán dos figuras (objetos) una cuerda y una sábana, luego en un periodo de tiempo de tres minutos, el dicente deberá poner por escrito todos los usos posibles que se les puede dar a cada uno de los objetos que observó anteriormente.

En la capacidad de creatividad verbal, el estudiante tuvo que crear y redactar un cuento bien estructurado; aquí se le presentó seis palabras, con las que tendrá que articular un texto narrativo o cuento con todas sus partes bien definidas (inicio, desarrollo y final). Para esta actividad el estudiante cuenta con un máximo de seis minutos.

En cada una de estas dimensiones se evalúa los indicadores: la fluidez, la originalidad y la flexibilidad. Luego, la calificación de los resultados obtenidos

por los estudiantes objetos de estudio se realizó de acuerdo con la tabla de especificaciones, que acompaña a dicho instrumento.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue extraído de la investigación denominada: Detección y registro de niños de secundaria con capacidades sobresalientes en zonas rurales y suburbanas del estado de Yucatán – México, desarrollada por el investigador Pedro Sánchez, quien para el proceso de validación del instrumento utilizó un juicio de expertos buscando la validez de contenido, se analizó la estructura interna de la prueba mediante la determinación de la consistencia de los puntajes, obteniendo matrices de visomotora con aplicada de 0.598, visomotora-verbal de 0.725 y aplicada-verbal de 0.683.

En dicho estudio se utilizó una validez concurrente mediante grupos de contraste. Se partió del criterio que el grupo de estudiantes de secundaria con aptitudes sobresalientes y el de estudiantes de la Licenciatura en Arquitectura eran sujetos creativos, por lo tanto, la prueba debió diferenciar entre estos dos grupos y estudiantes promedio. Para calcular la confiabilidad del instrumento se empleó el análisis de la consistencia interna de las respuestas a los reactivos de la prueba para lo cual se determinó consistencia el alfa de Cronbach la cual arrojó un valor de 0.86 lo que indica que es un instrumento con un buen grado de confiabilidad. Sánchez (2006).

Aplicación de los instrumentos

Los estudiantes de la muestra participaron del test y de la prueba a través del WhatsApp, medio por el que vienen interactuando en sus clases. Se les envió la encuesta con el test de Rosenberg y la prueba de desarrollo para evaluar su

creatividad. Se les dio indicaciones a través de llamadas por el celular y por mensajes de voz, luego, cada estudiante envió foto de sus instrumentos desarrollados. Algunos estudiantes editaron en el celular los instrumentos, otros imprimieron la hoja y procedieron a marcar manualmente.

Cuadro 2 Baremo de los instrumentos

variable	Dimensión	Criterio	Evaluación			
Creatividad	Dimensión 1: creatividad visomotora	Fluidez	de 7 trazos en adelante. = 4 de 5 a 6 trazos = 3 de 3 a 4 trazos = 2 de 1 a 2 trazos = 1 si no emplean ningún trazo = 0			
		Flexibilidad	Utilización de 4 categorías diferentes en el dibujo = 4 Utilización de 3 categorías en el dibujo = 3 Utilización de 2 categorías en el dibujo = 2 Utilización de 1 categoría en el dibujo = 1 Utilización de 0 categorías en el dibujo = 0			
		Originalidad	a criterio del lector = 0 a 4			
	Dimensión 2: creatividad aplicada	Fluidez	≥10 usos = 4 8 - 9 usos = 3 5 - 7 usos = 2 3 - 4 usos = 1 2 usos = 0			
		Flexibilidad	Utilización de 5 categorías diferentes = 4 Utilización de 3 -4 categorías diferentes. = 3 Utilización de 2 categorías diferentes = 2 Utilización de 1 categorías diferentes. = 1 Utilización de 0 categorías = 0			
		Originalidad	sí tiene cinco o más usos diferentes al listado = 4 sí tiene cuatro usos diferentes = 3 sí tiene tres usos diferentes = 2 sí tiene dos usos diferentes = 1 sí todos los usos son repetidos al listado anterior = 0			
	Dimensión 3: creatividad verbal.	Fluidez	≥ 15 líneas = 4 11 - 14 líneas = 3 7 - 10 líneas = 2 3 - 6 líneas = 1			
		Flexibilidad	≥ 6 ideas = 4 4 - 5 ideas = 3 3 - 2 ideas = 2 1 idea = 1			
		Originalidad	a criterio del lector = 0 a 4			
	Escala de valoración, en resumen:					
		Muy bajo	bajo	Regular	Alto	Muy alto

Dimensión 1: creatividad visomotora	0 a 1	2 a 4	5 a 7	8 a 10	11 a 12																												
Dimensión 2: creatividad aplicada	0 a 2	3 a 8	9 a 14	15 a 20	21 a 24																												
Dimensión 3: creatividad verbal.	0 a 1	2 a 4	5 a 7	8 a 10	11 a 12																												
Variable 2: autoestima	Unidimensional (autoestima)	Nivel alto. Nivel medio. Nivel bajo.	<p>Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás. Estoy convencido que tengo cualidades buenas = 0 a 4 Soy capaz de hacer las cosas también como el común de la gente = 0 a 4 Tengo una actitud positiva hacia uno mismo = 0 a 4 En general estoy satisfecho de mí mismo = 0 a 4 Siento que no tengo mucho de que estar orgulloso = 0 a 4 En general me inclino a pensar que soy un fracasado = 0 a 4 Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo = 0 a 4 Hay veces que realmente pienso que soy un inútil = 0 a 4 A veces creo que no soy buena persona = 0 a 4</p>																														
<p>Escala de valoración, en resumen:</p> <table border="1" style="display: inline-table; margin-right: 20px;"> <thead> <tr> <th colspan="2">(preguntas 1,3,4,6,7)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy de acuerdo</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Muy en desacuerdo</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="display: inline-table;"> <thead> <tr> <th colspan="2">(preguntas (2,5,8,9,10))</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy en desacuerdo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Muy de acuerdo</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <table> <tr> <td>Nivel</td> <td>Autoestima</td> </tr> <tr> <td>Bajo</td> <td>5 a 25</td> </tr> <tr> <td>Medio</td> <td>26 a 29</td> </tr> <tr> <td>Alto</td> <td>30 a 40</td> </tr> </table>						(preguntas 1,3,4,6,7)		Muy de acuerdo	4	De acuerdo	3	En desacuerdo	2	Muy en desacuerdo	1	(preguntas (2,5,8,9,10))		Muy en desacuerdo	1	En desacuerdo	2	De acuerdo	3	Muy de acuerdo	4	Nivel	Autoestima	Bajo	5 a 25	Medio	26 a 29	Alto	30 a 40
(preguntas 1,3,4,6,7)																																	
Muy de acuerdo	4																																
De acuerdo	3																																
En desacuerdo	2																																
Muy en desacuerdo	1																																
(preguntas (2,5,8,9,10))																																	
Muy en desacuerdo	1																																
En desacuerdo	2																																
De acuerdo	3																																
Muy de acuerdo	4																																
Nivel	Autoestima																																
Bajo	5 a 25																																
Medio	26 a 29																																
Alto	30 a 40																																

Fuente: instrumentos de evaluación de la autoestima de Rosenberg y evaluación de la creatividad de Sánchez.

3.6. Plan de Análisis

Para el procesamiento estadístico de los datos que se recogieron, luego de la aplicación del instrumento en la presente investigación, fueron

procesados mediante la utilización de Chi Cuadrado y Excel, los cuales fueron presentados en cuadros y gráficos, para luego proceder al análisis e interpretación. Este plan se le considera de mucha importancia por el tipo de información que brinda y las acciones que luego se pueden tomar para promover mejores logros.

Para facilitar el análisis e interpretación, la investigadora procedió a agrupar por dimensiones, asignando una escala valorativa.

Estadística descriptiva

Análisis e interpretación de los cuadros estadísticos de resultados del recojo de evidencia de los niveles de autoestima y del nivel de creatividad desarrollado por los estudiantes del grupo muestral, para identificar características, elementos y evidencias de las formas en que los estudiantes evidencian dichas variables en sus desempeños o aprendizajes.

Prueba de hipótesis

La presente investigación de tipo correlacional, logró establecer los resultados en cada una de las variables autoestima y creatividad, analizando las dimensiones, se procederá a desarrollar la prueba de hipótesis aplicando Chi cuadrado y para conocer el grado fuerza de asociación de variables se usó V. de Cramer.

3.7. Matriz de consistencia

Cuadro 3 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES / DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>General ¿Qué relación existe entre el nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, 2021?</p> <p>Específicos ¿De qué manera la autoestima se relaciona con la creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, en 2021?</p> <p>¿De qué manera la autoestima se relaciona con la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021?</p> <p>¿De qué manera la autoestima se relaciona con la creatividad verbal de los</p>	<p>General Determinar la relación que existe entre el nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura, 2021.</p> <p>Específicos: Establecer la relación de los niveles de la autoestima con la creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.</p> <p>Identificar la relación entre los niveles de la autoestima con la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.</p> <p>Explicar la relación que existe entre los niveles de la autoestima y la</p>	<p>General A mayor nivel de autoestima mejor nivel de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura 2021.</p> <p>Específicos: A mayor nivel de autoestima, mayor será el nivel de creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.</p> <p>A menor nivel de la autoestima, menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.</p> <p>A mayor nivel de la autoestima mejor será el nivel de la creatividad verbal de los</p>	<p>Variable independiente La autoestima</p> <p>Dimensiones: Unidimensional (autoestima)</p> <p>Variable dependiente La creatividad</p> <p>Dimensiones: Creatividad visomotora Creatividad aplicada Creatividad verbal</p>	<p>Tipo: Cuantitativa básica</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: Ex post facto: Correlacional</p> <p>Población: 270 estudiantes del quinto grado de secundaria de la I.E. Hermanos Meléndez – La Unión – Piura.</p> <p>Muestra: 35 estudiantes de 5° “C” de educación secundaria de la I.E. Hermanos Meléndez - Piura</p> <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prueba de desarrollo. - Test.

estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021?	creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021	estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.		
---	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia del autor.

3.8. Consideraciones éticas y de rigor científico

Según ULADECH (2019) menciona los siguientes principios del código de ética para las investigaciones:

- Protección a las personas: Los estudiantes de la institución educativa Hermanos Meléndez – La Unión, del nivel secundario, que serán parte de esta investigación constituirán el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación velaremos por el respeto y la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad de los estudiantes de la IE Hermanos Meléndez. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad, más aún siendo en su mayoría menores de edad, los estudiantes del quinto de secundaria de IE Hermanos Meléndez – La Unión, nos comprometemos a velar por el respeto a sus derechos.

- Beneficencia y no maleficencia: nuestra investigación busca beneficiar a la comunidad educativa y específicamente a los estudiantes de la IE Hermanos Meléndez que participen en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador responderá a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

- Justicia: El investigador se compromete a ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas con los estudiantes de la IE Hermanos Meléndez. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

- Integridad científica: La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, siempre se mantendrá la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

- Consentimiento informado y expreso: En toda investigación cuenta con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de los padres de familia de los estudiantes del nivel secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión, para desarrollar la presente investigación; mediante este procedimiento las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

IV. Resultados

4.1. Resultados

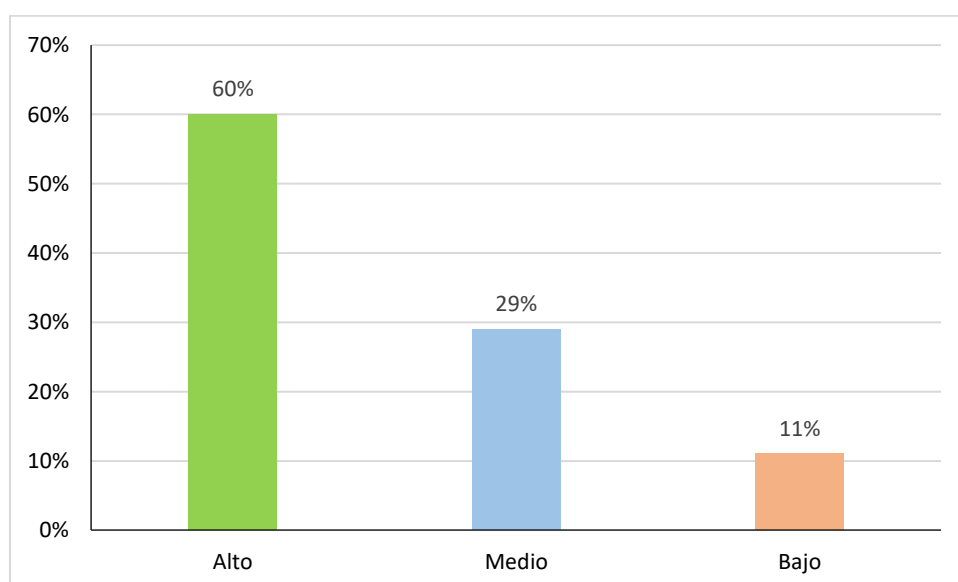
4.1.1. Análisis descriptivo de la variable Autoestima

Tabla 3 Niveles de la variable autoestima

Niveles	fi	hi
Alto	21	60%
Medio	10	29%
Bajo	4	11%
Total	35	100%

Fuente: Test de Rosenberg aplicado a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 1 Niveles de la variable autoestima



Fuente: Test de Rosenberg aplicado a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación

- El 60% de los estudiantes del 5to “C” tienen un nivel de autoestima alta, donde el promedio obtenido según el test fue un puntaje de 30 puntos, siendo el más alto un estudiante que llegó a 38 puntos. Luego se ha encontrado que el 29% del aula se ubica en un nivel medio de autoestima. El porcentaje de estudiantes con baja autoestima fue de 11% siendo el indicador de “Me gustaría tener más respeto por mí

mismo”, en el que la mayoría de los integrantes de la muestra obtuvieron menor puntaje. Al parecer dicho ítem ha sido entendido como una acción positiva, sin embargo, denota la falta del respeto en la persona.

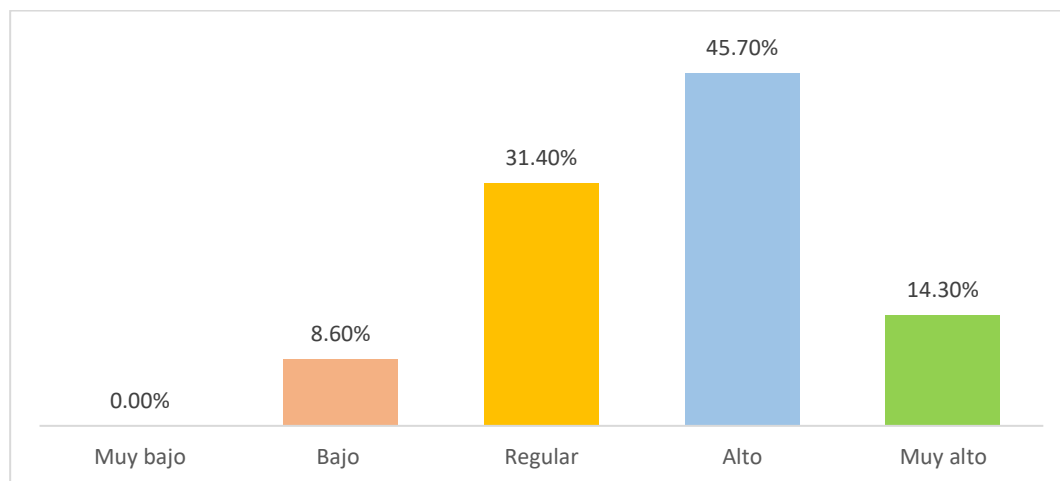
4.1.2. Análisis descriptivo de la variable Creatividad

Tabla 4 Niveles de desarrollo de la creatividad

Niveles	fi	hi
Muy bajo	0	0
Bajo	3	8.6%
Regular	11	31.4%
Alto	16	45.7%
Muy alto	5	14.3%
Total	35	100%

Fuente: Prueba de desarrollo de la Creatividad, aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 2 Niveles de desarrollo de la creatividad



Fuente: Prueba de desarrollo de la Creatividad aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación:

La aplicación de la prueba de creatividad nos permitió identificar que ningún estudiante se ubica en el nivel muy bajo de la creatividad, mientras que un 8.6% se posesiona con un nivel de creatividad bajo, evidenciándose en los

instrumentos que los estudiantes tuvieron dificultad para dibujar, atinando solo a declarar los usos comunes a los objetos sugeridos y más cuando se trató de producir un texto narrativo cargado de fantasía. El mayor grupo de los estudiantes alcanzó a posesionarse en el nivel regular de demostración de creatividad, con un 31.4%; mientras que un 14.3% llegó a niveles muy altos. Los estudiantes ubicados en este último grupo demostraron originalidad en sus constructos, fluidez en las ideas y flexibilidad para expresar sus propuestas.

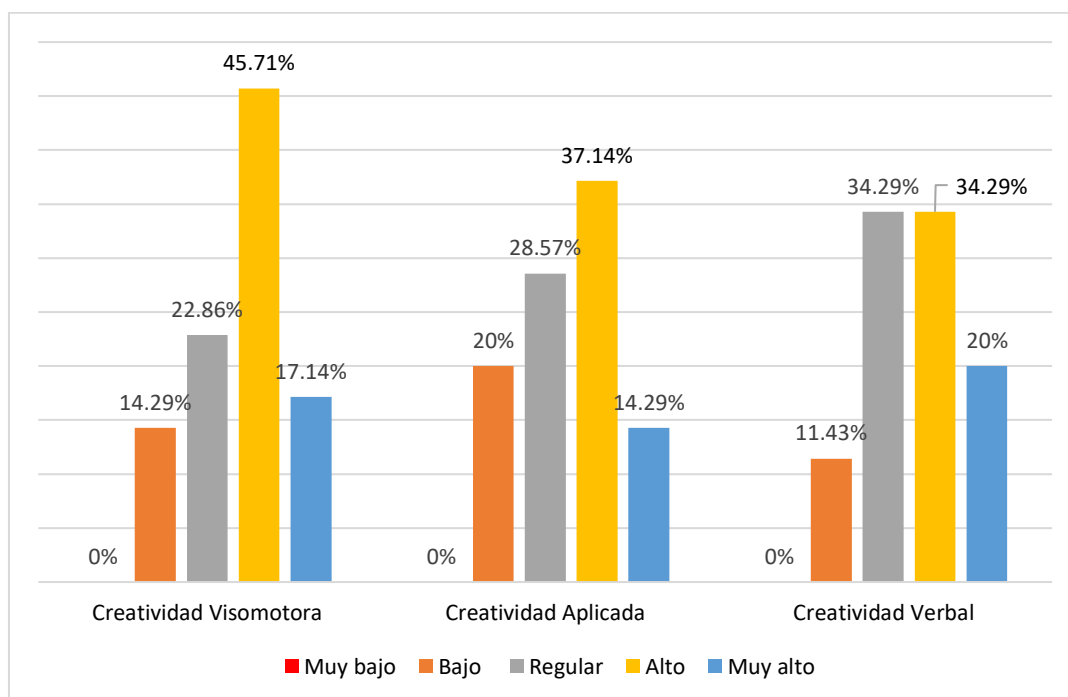
Se pudo observar durante la aplicación del instrumento, que los estudiantes vieron como un limitante de su creatividad el uso del tiempo, que como establecía el protocolo de aplicación, su cumplimiento era estricto. Hubo estudiantes que pidieron más tiempo para su desarrollo, sin embargo, no se les concedió porque fue una característica del instrumento en mención.

Tabla 5 Nivel de desarrollo de la dimensión creatividad visomotora, creatividad aplicada y creatividad verbal

Niveles	Creatividad visomotora		Creatividad aplicada		Creatividad verbal	
	hi	fi	hi	fi	hi	fi
Muy bajo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Bajo	5	14.29%	7	20.00%	4	11.43%
Regular	8	22.86%	10	28.57%	12	34.29%
Alto	16	45.71%	13	37.14%	12	34.29%
Muy alto	6	17.14%	5	14.29%	7	20.00%
Total	35	100.00%	35	100.00%	35	100.00%

Fuente: Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 3: Niveles de desarrollo de las dimensiones creatividad visomotora, creatividad aplicada y creatividad verbal



Fuente: Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación:

El cuadro y la figura 3 presentan que, ningún estudiante se ubicó en el nivel muy bajo de creatividad en las tres dimensiones de esta variable (visomotora, aplicada y verbal); por otro lado, en las tres dimensiones hubo estudiantes que alcanzaron el nivel muy alto con porcentajes de 17.14%, 14.29% y 20%, siendo este último el más alto porcentaje en este nivel, correspondiente a creatividad verbal; el nivel alto de creatividad se observó en la dimensión denominada creatividad visomotora, con un 45.71%, frente al 37.14% obtenido en creatividad aplicada y 34.29% en la subdimensión creatividad verbal.

La creatividad visomotora, que fue donde el estudiante debió observar y luego aplicar ciertas líneas y trazos en la elaboración de un dibujo más complejo, sin embargo, se evidenció que los estudiantes mayormente presentaron acciones y

elementos propios de su entorno, otros repitieron los mismos patrones de líneas y círculos sugeridos en las indicaciones, cuando elaboraron sus dibujos.

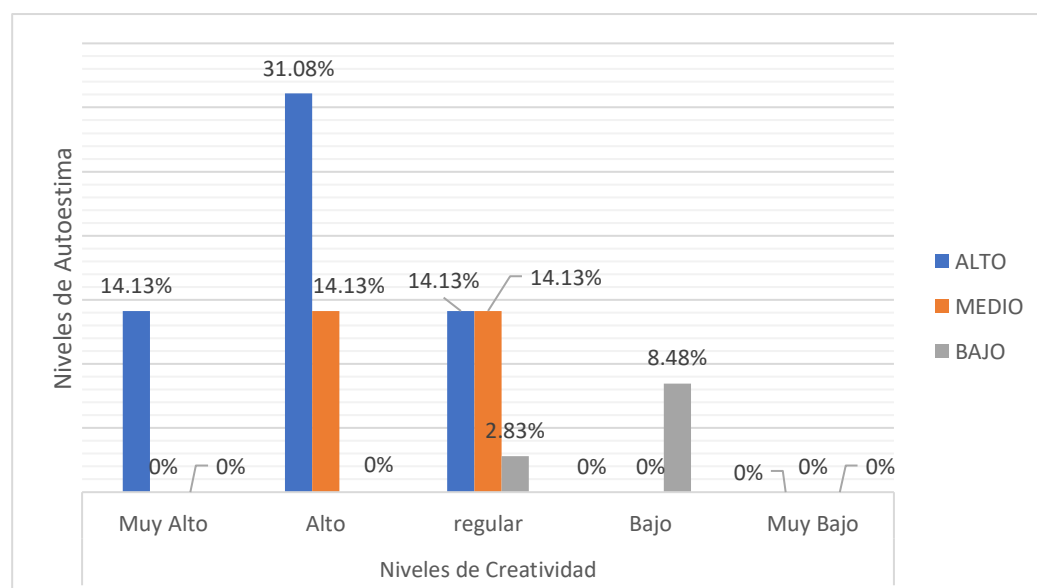
4.1.3. Análisis descriptivo de la relación entre variables

Tabla 6 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad

NIVEL DE AUTOESTIMA	Nivel de Creatividad										TOTAL	
	MUY ALTO		ALTO		REGULAR		BAJO		MUY BAJO		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
ALTO	5	14.13%	11	31.08%	5	14.13%	0	0%	0	0%	21	59%
MEDIO	0	0%	5	14.13%	5	14.13%	0	0%	0	0%	10	29%
BAJO	0	0%	0	0%	1	2.83%	3	8.48%	0	0%	4	12%
TOTAL	5	14.13%	16	45.21%	11	31.08%	3	8.48%	0	0%	35	100%

Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 4 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad



Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

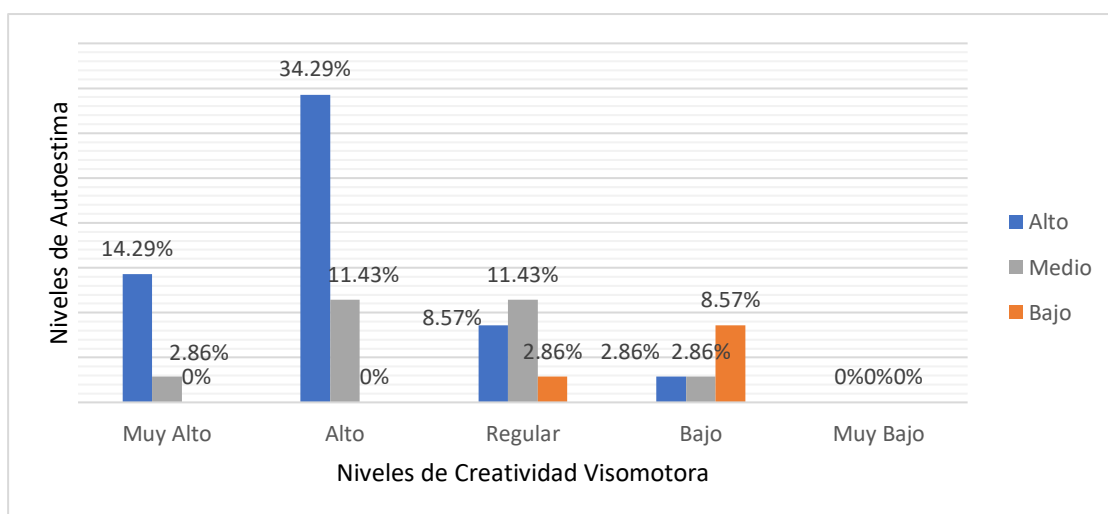
Del total de estudiantes de la muestra, el 14.13% tienen un nivel alto de autoestima y han alcanzado un nivel muy alto de creatividad; mientras que el 31.08% de estudiantes con autoestima alta, alcanzaron un nivel regular en el desarrollo de la autoestima. Por otro lado, el 2.83% tiene un nivel bajo de autoestima y alcanzó un nivel regular de creatividad y un 8.48% de estudiantes que tiene un nivel de autoestima baja se ubicó en un nivel bajo de creatividad. Considerando los resultados que nos muestra la tabla y figura 4, podemos inferir una posible una relación positiva entre los niveles de autoestima y creatividad en los estudiantes del 5to “C” de la IE. Hermanos Meléndez; es decir que cuanto más elevado es el nivel de autoestima mejor será el resultado en la demostración de creatividad; lo cual será demostrado posteriormente a través de la comprobación de las hipótesis.

Tabla 7 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad visomotora

Nivel de Autoestima	Nivel de Creatividad Visomotora										TOTAL	
	Muy alto		Alto		Regular		Bajo		Muy bajo		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%		
Alto	5	14.29%	12	34.29%	3	8.57%	1	2.86%	0	0%	21	60.00%
Medio	1	2.86%	4	11.43%	4	11.43%	1	2.86%	0	0%	10	28.57%
Bajo	0	0%	0	0%	1	2.86%	3	8.57%	0	0%	4	11.43%
Total	6	0.17143	16	0.45714	8	0.22857	5	0.14286	0	0	35	100.00%

Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 5 Relación entre los niveles de autoestima con los niveles de creatividad visomotora



Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Los resultados indican que, el 14.29% presenta un nivel alto de autoestima y han alcanzado un nivel muy alto en creatividad visomotora; el 34.29% tiene alta autoestima y también demostró un alto nivel de creatividad; mientras que el 8.57% que tiene autoestima alta y un nivel de creatividad visomotora regular; solo un 2.86% de estudiantes con autoestima alta tiene un nivel de creatividad visomotora baja. Por otro lado, solo el 8.57% de los estudiantes que presentan un bajo nivel de autoestima, obtuvo también, un bajo nivel de creatividad visomotora; frente al 2.86% que tiene autoestima baja y demostró un nivel de creatividad regular. Por otro lado, ningún estudiante obtuvo nivel muy bajo de creatividad visomotora.

La figura en análisis de la dimensión creatividad visomotora, nos permite observar que la mayor cantidad de estudiantes que tiene autoestima alta también obtuvo niveles alto y muy alto en la creatividad visomotora y por otro lado, los estudiantes que tienen autoestima baja en su mayoría demostraron tener bajo nivel de creatividad, con lo que se deduce una

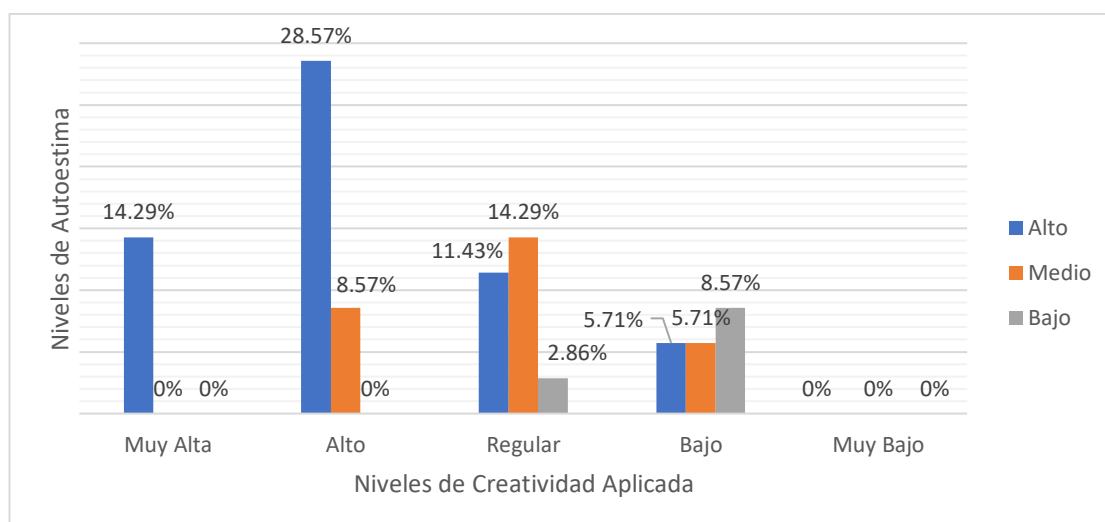
relación clara. La tendencia nos permite ver con claridad que los estudiantes que presentan mejor nivel de autoestima también son capaces de demostrar y posesionarse en un nivel alto de creatividad visomotora; afirmación que será comprobada en la prueba de hipótesis.

Tabla 8 Relación entre niveles de autoestima y niveles de creatividad aplicada

Nivel de Autoestima	Nivel de creatividad aplicada										TOTAL	
	Muy alto		Alto		Regular		Bajo		Muy bajo		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%		
Alto	5	14.29%	10	28.57%	4	11.43%	2	5.71%	0	0%	21	60%
Medio	0	0.00%	3	8.57%	5	14.29%	2	5.71%	0	0%	10	29%
Bajo	0	0%	0	0%	1	2.86%	3	8.57%	0	0%	4	11%
Total	5	14.29%	13	37.14%	10	28.57%	7	20.00%	0	0	35	100%

Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 6 Relación entre niveles de autoestima y niveles de creatividad aplicada



Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

El 14.29% de los estudiantes presenta un alto nivel de autoestima, mismo grupo que evidenció nivel muy alto de creatividad aplicada; el 28.57% tiene autoestima alta, y también nivel alto de creatividad aplicada; luego, el 11.43% tiene autoestima alta y demostró un nivel de creatividad aplicada regular; y un 5.71% de los estudiantes que tiene autoestima alta, obtuvo nivel bajo de creatividad aplicada. Por otro lado, el 8.57% de los estudiantes tiene nivel de autoestima bajo y en la prueba, su resultado fue nivel de creatividad aplicada bajo; El restante 2.86% que tiene autoestima baja, pudo posesionarse en un nivel regular de creatividad aplicada. El mayor porcentaje de estudiantes que tienen nivel de autoestima medio asciende a 14.29%, el mismo que obtuvo como resultado un nivel de creatividad aplicada regular. Ningún estudiante se ubicó en nivel de creatividad muy bajo.

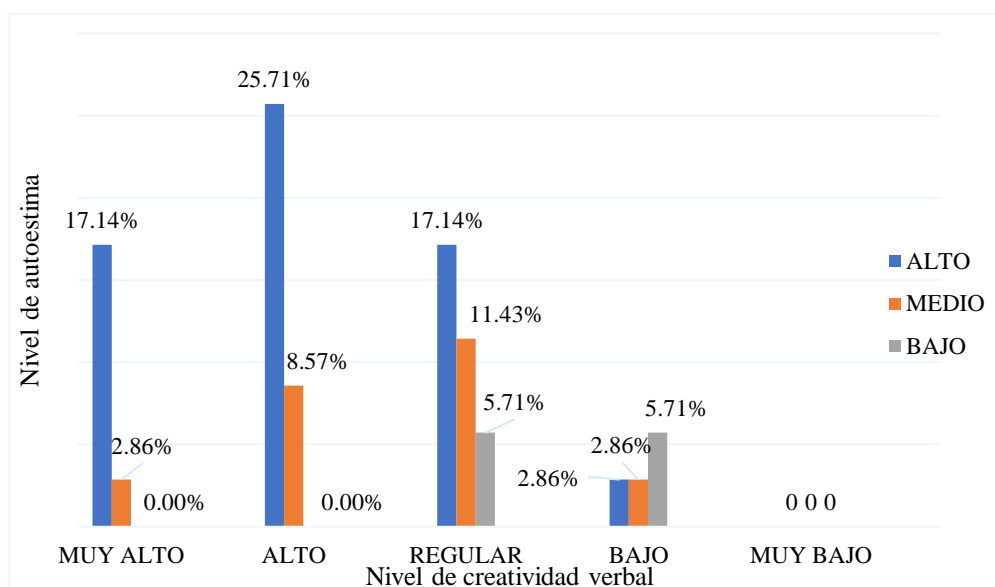
Los resultados de esta dimensión nos permiten observar que la tendencia de estudiantes que tienen nivel alto de autoestima también obtuvo resultados que los ubican en niveles alto y muy alto de creatividad aplicada, aunque, en esta oportunidad si se aprecia a dos estudiantes que tienen autoestima elevada, pero nivel de creatividad aplicada bajo. Y los resultados de quienes tienen autoestima baja también demostraron creatividad aplicada en nivel bajo, por lo que podría identificar que existe relación entre ambas variables de la investigación; lo cual será demostrado posteriormente.

Tabla 9 Relación entre los niveles de autoestima y los niveles de creatividad verbal

Nivel de Autoestima	Nivel de creatividad verbal										TOTAL	
	MUY ALTO		ALTO		REGULAR		BAJO		MUY BAJO		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%		
ALTO	6	17.14%	9	25.71%	6	17.14%	1	2.86%	0	0%	22	63%
MEDIO	1	2.86%	3	8.57%	4	11.43%	1	2.86%	0	0%	9	26%
BAJO	0	0%	0	0%	2	5.71%	2	5.71%	0	0%	4	11%
TOTAL	7	20.00%	12	34.29%	12	34.29%	4	11.43%	0	0%	35	100%

Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Figura 7 Relación entre los niveles de autoestima y los niveles de creatividad verbal



Fuente: Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Del total de estudiantes de la muestra, el 17.14% que posee un nivel de autoestima alto, también evidenció un nivel de creatividad verbal muy alto; luego, el 25.71% que tiene autoestima alta, demostró nivel alto de creatividad

verbal; mientras que el 17.14% presenta un nivel de autoestima alta, grupo mismo que alcanzó un nivel regular de creatividad verbal; frente a un 2.86% que a pesar de tener autoestima elevada, solo alcanzó un nivel bajo de creatividad verbal. Por otro lado, el 5.71% de estudiantes que tiene autoestima baja, demostró un nivel de creatividad verbal regular y otro 5,71% que tiene autoestima baja, también se ubicó con un nivel de creatividad verbal bajo. Asimismo, ningún estudiante posee muy bajo nivel de creatividad verbal.

Los resultados nos permiten distinguir que la mayor cantidad de estudiantes con autoestima alta obtuvieron nivel alto de creatividad verbal; aunque también hay gran porcentaje que obtuvo nivel alto de autoestima y se ubica con nivel muy alto de creatividad verbal. Esta vez se observa a un estudiante que tuvo nivel de autoestima alta, pero demostró bajo nivel de creatividad verbal. Por otro lado, los estudiantes que obtuvieron bajo nivel de autoestima se distribuyeron en cantidades iguales al obtener niveles de creatividad verbal bajo y regular.

4.1.4. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis

Hipótesis general.

Tabla 10 Prueba de hipótesis general

Secuencia	Valores obtenidos / Reglas
Hipótesis nula (HO)	A mayor nivel de autoestima no será mejor nivel de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura 2021.
Hipótesis de investigación (H1)	A mayor nivel de autoestima mejor nivel de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión - Piura 2021.
Estadístico de prueba ((JI CUADRADO = χ^2) $X_2 = \sum(f_o - f_e)^2/F_e$	30.0245098
Valor crítico	15.50
Nivel de significancia	0.05
Regla de decisión	Decisión: Si el valor calculado de X^2 es menor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se acepta la hipótesis nula. Si el valor calculado de X^2 es mayor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se rechaza la hipótesis nula.
V Cramer:	0.65
Conclusión	Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Fuente: Análisis estadístico de la Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación

Considerando los resultados de la aplicación de la chi Cuadrado, cuyo valor es 30.02, el mismo que es superior

por 14.51 al valor crítico, se decide: rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Por otro lado, se aplicó la medida de relación V de Cramer, como alternativa de contingencia, para verificar la correlación o establecer el grado de asociación de las variables de nuestra investigación: autoestima y creatividad. El resultado obtenido con esta prueba señala que es equivalente a 0.65, con lo que se decide que hay una correlación relativamente moderada entre Autoestima y Creatividad de los estudiantes del 5to de secundaria de la IE Hermanos Meléndez.

Hipótesis específicas

Tabla 11 Prueba de hipótesis específica 1: : Autoestima y Creatividad Visomotora

Secuencia	Valores obtenidos / Reglas
Hipótesis nula (H ₀)	Un mayor nivel de autoestima, no incluye, ni promueve un mayor nivel de creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.
Hipótesis de investigación (H ₁)	A mayor nivel de autoestima, mayor será el nivel de creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.
Estadístico de prueba ((CHI CUADRADO = χ^2)) $X_2 = \sum(f_o - f_e)^2/F_e$	17.77
Valor crítico o nivel de significancia	15.50
	Decisión:

Regla de decisión	Si el valor calculado de X^2 es menor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se acepta la hipótesis nula.
	Si el valor calculado de X^2 es mayor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se rechaza la hipótesis nula.
V Cramer:	0.50
Conclusión	Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica de investigación.

Fuente: Análisis estadístico de la Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación

Durante el análisis de la correlación entre Autoestima y creatividad Visomotora, se encontró que la diferencia entre el valor crítico y la sumatoria de chi cuadrado es de 2.27, es decir que el valor chi cuadrado obtenido es superior al valor crítico, razón por la que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1, es decir que A mayor nivel de autoestima, mayor será el nivel de creatividad visomotora de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021. Asimismo, al aplicar V de Cramer se obtuvo como resultado 0.50, con lo que se confirma que la asociación entre las variables autoestima y la dimensión creatividad visomotora es moderada.

Tabla 12 Prueba de hipótesis específica 2 autoestima y creatividad aplicada

Secuencia	Valores obtenidos / Reglas
Hipótesis nula (HO)	Un menor nivel de la autoestima, no promueve que haya un menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.
Hipótesis de investigación (H1)	A menor nivel de la autoestima, menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.
Estadístico de prueba ((JI CUADRADO = χ^2) $X_2 = \sum (f_o - f_e)^2 / F_e$	15.07
Valor crítico o nivel de significancia	15.50 Decisión:
Regla de decisión	Si el valor calculado de X^2 es menor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se acepta la hipótesis nula. Si el valor calculado de X^2 es mayor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se rechaza la hipótesis nula.
V Cramer:	0.46
Conclusión	Se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

Fuente: Análisis estadístico de la Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación

Al seguir la secuencia de trabajo para comprobar la correlación entre autoestima y creatividad aplicada se encontró que el valor crítico es mayor que chi cuadrado obtenida, por lo que inmediatamente, según regla, se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula, en la que se señala que, un menor nivel de la autoestima, no promueve que haya un menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021. Luego, para precisar la fuerza de asociación con V de Cramer entre las variables en mención se obtuvo 0.46, es decir que la asociación entre las variables autoestima y la dimensión creatividad aplicada es moderada.

Tabla 13 Prueba de hipótesis específica 3: autoestima y creatividad verbal

Secuencia	Valores obtenidos / Reglas
Hipótesis nula (H ₀)	Un mayor nivel de la autoestima, no determina que haya un mejor nivel de la creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.
Hipótesis de investigación (H ₁)	A mayor nivel de la autoestima mejor será el nivel de la creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021.

Estadístico de prueba ((CHI CUADRADO = χ^2) $X_2 = \sum (f_o - f_e)^2 / F_e$	10.38
Valor crítico o nivel de significancia	15.50
Regla de decisión	<p>Decisión: Si el valor calculado de X^2 es menor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se acepta la hipótesis nula.</p> <p>Si el valor calculado de X^2 es mayor al valor de X^2 tabla (valor crítico) se rechaza la hipótesis nula.</p>
V Cramer:	0.38
Conclusión	Se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

Fuente: Análisis estadístico de la Cuestionario y Prueba de desarrollo aplicada a los estudiantes de IE Hermanos Meléndez (2021).

Interpretación

Al proceder a analizar la relación entre autoestima y creatividad verbal, aplicando chi cuadrado se obtuvo que los resultados fueron menores en comparación con el valor crítico, entonces por regla de decisión se rechaza la hipótesis específica 3, quedando aceptada la hipótesis nula que textualmente indica que, un mayor nivel de la autoestima, no determina que haya un mejor nivel de la creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, 2021. Asimismo, aplicando V Cramer se obtuvo que el nivel de asociación de las variables en estudio fue de 0.38, con lo que se entiende que presentan

una asociación moderada, con lo que se reafirma lo contrastado en Ji cuadrado de una manera más precisa.

4.2. Análisis de resultados

1. La investigación determinó que existe relación entre el nivel de autoestima y el nivel de la creatividad en los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez; encontrando el 31.08% y el 14.13% de los estudiantes tuvo un nivel de autoestima alto y alcanzó niveles de creatividad alto y muy alto, respectivamente; por otro lado, 8.48% mostró autoestima baja y demostró bajo nivel de creatividad. Así también, el estadígrafo utilizado permitió corroborar que dicha correlación es relativamente moderada. En consecuencia, cuanto más alta es la autoestima, más elevados serán los niveles de creatividad de los estudiantes.

La investigación en autoestima, como lo indicó uno de sus iniciadores: Rosenberg (1973), es necesaria, por cuanto de su desarrollo, positivo o negativo, vienen consecuencias, ya que está relacionada con una inestabilidad en el plano emocional, con tendencia a la depresión e inseguridad o, por el contrario, un desarrollo alto y positivo genera confianza, seguridad y éxito. Entonces considerando que autoestima es el peldaño para que se logren otras habilidades, resulta necesario que los programas educativos la cultiven, como Calero (2007) ya lo intuía en sus investigaciones y postulados, al señalar que, ella apoya la creatividad y mueve al ser humano a responder a las exigencias y problemas que se le presenten. El mismo Calero menciona que la autoestima elevada promueve confianza y originalidad y, tener baja autoestima, por lo general genera timidez, conformismo, falta de participación, con lo que se

promueve un condicionamiento del aprendizaje, es decir lo limita o no permite la interacción con la que si se podría seguir explorando y preguntando.

La presente investigación coincide con la desarrollada por Collado (2018), quien buscó diagnosticar los niveles de autoestima y creatividad, luego de lo cual propuso dos programas educativos para mejorar los niveles de autoestima y creatividad en los estudiantes de la I.E. Hortencia Pardo Mancebo del distrito de Chala, Caraveli (Arequipa); los resultados que obtuvo fueron que el 77.3% de la población tiene un nivel medio bajo del logro de la creatividad en el factor elaboración; con una tendencia marcada de media baja a media, relacionándose esta variable con la baja autoestima, por lo que el mismo autor menciona que debe priorizarse actividades que les permitan elevar los niveles de creatividad en el factor de originalidad.

Por otro lado, Tipan (2017), quien se propuso identificar la relación entre autoestima y el rendimiento académico, obteniendo como resultado la correlación directa entre las variables, de manera relevante; de manera que la autoestima es un factor que incide en el rendimiento académico de los y las estudiantes, y que a su vez depende de diversos factores (familiares, sociales y escolares), que brindan o no apoyo, generan estereotipos y promueven o no la desmotivación y baja autoestima.

En relación con lo manifestado por los autores citados, se hace necesario que la escuela y los docentes en sí, adopten estrategias que promuevan mejoras para fortalecer la autoestima y lograr mejoras en la creatividad y las demás habilidades y competencias de aprendizaje del estudiante.

2. Nuestra investigación se centró establecer la relación de los niveles de

autoestima y creatividad visomotora, y si se cumplía que, a mayor nivel de autoestima, mayor sería el nivel de creatividad visomotora de los estudiantes. Los resultados arrojaron que sí existe una relación directa entre ambas variables y que entre estas existe una asociación moderada. También se evidencia claramente que el 14.49% de estudiantes con alto nivel de autoestima, también alcanzan muy alto nivel de creatividad visomotora, y el 34.29%, que tuvo autoestima alta, también demostró nivel de creatividad alta. En consecuencia, el trabajo en las aulas no solo debe procurar la reflexión crítica o el razonamiento puro, sino que en las actividades de las diversas áreas de aprendizaje se debe promover fluidez, originalidad y flexibilidad.

Recurriendo a las teorías, encontramos a Rogers (1987), quien señala que la autoestima se logra con el desarrollo de la persona; entonces la persona deberá aprender a alcanzar satisfacción en un proceso de interacción y enseñanza – aprendizaje, con los demás. Luego, Maslow (1991) plateó que las personas tienen la necesidad de evaluarse y encontrarse estables, de respeto por sí mismos y también de una necesidad de mantener una reputación o prestigio. Posteriormente, Navarro (2008) dice que la persona en sí, debe estar en constante proceso de motivación, donde haya actividades que generen movilización de habilidades cognitivas, que comprendan desde la observación hasta llegar a la metacognición y lograr el ansiado pensamiento creativo. En suma, el proceso de aprendizaje inicia con la autoestima, estrechamente relacionada con motivación para pasar al proceso de producción creativa de aprendizajes.

La investigación de Espinoza (2017) desarrollada en la institución educativa San José de Tarbes - Piura, también encontró que, los estudiantes

que tuvieron mejores niveles de autoestima, evidenciaban mayor creatividad; esto quedó claro cuando el 71.4% de las estudiantes de la muestra presentó un nivel regular de autoestima y el 55,4% tienen un nivel alto y un 22.6% un nivel muy alto de creatividad, es decir se observó que la variable creatividad está relacionada con la variable autoestima. Aunque en lo referente a la creatividad visomotora el estudio de Espinoza arrojó que el 94,6% (159) de las estudiantes presentaron un nivel bajo en la dimensión creatividad visomotora, y solo un 5,4% (9) se ubicó en el nivel regular, aun así, los resultados generales establecieron la relación entre las variables. También Sánchez (2006), en su investigación referida a estudiantes con capacidades sobresalientes describiendo sus habilidades cognitivas, su motivación al logro y su creatividad señala que el pensamiento creativo se evidencia en el comportamiento creativo, mismo que responde a factores como la afectividad, el respeto, motivación del aspecto cognitivo, con lo que la persona se predispone a buscar, investigar y proponer alternativas o soluciones. El mismo autor propone que la creatividad es de diversos tipos, entre los que señala la creatividad visomotora. Los aspectos en común encontrados en los estudiantes sobresalientes fue, que todos tenían por encima de 90 puntos de promedio en los tres tipos de creatividad (visomotora, verbal y aplicada). También, que existe una tendencia a que el padre cuente con un mayor nivel de estudios; en doce (57%) de ellos, al menos uno de los padres ha cursado estudios de nivel medio superior o superior. Frente a lo citado, nos queda claro que la creatividad tiene múltiples formas de demostrarse y que se ve influenciada por aspectos como la autoestima, la motivación personal y externa, así como también por los referentes que tenga la persona. Un

estudiante podría lograr buenos resultados en su vida escolar si se promueve el acompañamiento acertado y en aspectos específicos como cuidar la formación de una autoestima elevada y que la escuela promueva la detección temprana de sus habilidades para mejorarlas o potenciarlas.

3. Respecto de si se logró identificar si a menor nivel de la autoestima, menor nivel de la creatividad aplicada de los estudiantes, los resultados obtenidos llevaron a rechazar la mencionada hipótesis, pero el estadístico empleado para conocer la fuerza de asociación, hizo ver que la asociación entre autoestima y creatividad aplicada es moderada. Se identificó que el 14.29% de los estudiantes que tuvieron un nivel de autoestima alta también obtuvieron un nivel de creatividad muy alto, sin embargo, hubo un 5.71% de estudiantes con autoestima alta, que obtuvieron nivel de creatividad aplicada baja y otro 14.28% que tuvo entre autoestima media y baja (sumando), y se posesionó en nivel de creatividad aplicada baja. En consecuencia, se indica que existirían otros factores que están interviniendo para que la fuerza de asociación o correlación no sea la planteada en la hipótesis.

La investigación de Espinoza (2017), que dentro de la variable creatividad consideró la dimensión creatividad aplicada, alcanzó en 41.1% de estudiantes que presentaron nivel regular, donde también un 71.40% obtuvo nivel de autoestima elevado, con lo que, su resultado final fue que no se encontró la relación entre ambas variables. En el caso de la presente investigación, sí se ha encontrado a estudiantes con nivel alto de creatividad aplicada y hasta nivel muy alto, entonces, si nuestros resultados son mayores, es razonable pensar que existe una mayor relación entre las variables y dimensiones.

Los resultados de Sánchez (2020) en su investigación referida a inteligencia emocional, creatividad, bienestar subjetivo y rendimiento académico, que como se puede leer no tiene todas las variables que se consideró en nuestra investigación, sí trabaja con la creatividad y la inteligencia emocional, que el autor explica citando a LeDoux(2001) que las emociones pueden tomar el control de lo cognitivo y por lo tanto es necesario cultivar la inteligencia emocional, a fin de entender las emociones en los otros, así como desarrollar el crecimiento emocional e intelectual. Volviendo a Sánchez (2020) indicó, respecto de la creatividad, no existe relación significativa entre las variables creatividad y bienestar, pero, sin embargo, la relación que tuvo la creatividad y el rendimiento académico en su estudio fue significativa, positiva y baja, concluyendo ejercer cierta influencia sobre el rendimiento. Así también Salamanca (2016) en su investigación desarrollada con estudiantes colombianos para medir la relación entre creatividad, inteligencia emocional frente al rendimiento académico, llegando a establecer como una de sus conclusiones que, existe una relación estadísticamente significativa y de carácter positivo entre rendimiento académico y la inteligencia emocional en los sujetos de la muestra y más aún que hay una relación entre rendimiento académico y creatividad. La autora plantea como sugerencia que se aplique un plan de intervención, con lo que se pueda volver a revisar el impacto positivo o negativo sobre el rendimiento de los estudiantes.

Frente a los resultados obtenidos y haciendo comparaciones con los resultados de otras investigaciones nos queda claro que, hay factores que promueven impacto positivo o negativo en el desarrollo de las habilidades y

capacidades de los estudiantes de la institución educativa Hermanos Meléndez, por lo que también coincidimos con lo que manifiesta Salamanca (2016) al afirmar que sería interesante seguir revisando la correlación entre creatividad e inteligencia emocional, para mirar la incidencia que tienen al ser trabajadas al mismo tiempo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

4. Con la cuarta hipótesis se buscó determinar si a mayor nivel de la autoestima mejor será el nivel de la creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez, encontrando que estadísticamente la asociación entre las variables autoestima y la dimensión creatividad aplicada es moderada, muy a pesar de que la hipótesis haya sido rechazada, esto debido a que la fuerza de asociación encontrada al aplicar el estadígrafo V de Cramer entre las variables en mención se obtuvo 0.46. podemos ver que el 14.29%, 17.14 y el 22.86% de estudiantes tuvo nivel de autoestima alto y también obtuvieron nivel de creatividad aplicada muy alta, alta y regular, respectivamente; frente al 5.71% de estudiantes que tuvo autoestima elevada y nivel de creatividad aplicada bajo. Estos resultados nos ponen frente a interrogantes como buscar conocer que factores influyeron para desviar la tendencia y que haya llevado a rechazar la hipótesis específica.

La teoría de las inteligencias múltiples sobre creatividad, que promueve Gardner (1988) afirma que en las escuelas se enseña básicamente aprendizajes de un par de áreas (matemática y lingüística), frente a lo que propone indispensable la enseñanza de la creatividad para incluirla en los programas establecidos, debido a la demanda que se hace de esta en el contexto. Y si consideramos lo establecido por Sarnoff (1962), citado por Cerda (2006), que postulan la teoría asociacionista, indicando que todo lo que

se crea es debido a que el hombre ya lo ha visto o vivido anteriormente; en tal sentido los aprendizajes también surgen por asociación, donde la autoestima, promovida como estrategias que también desarrollen motivación y permitan al estudiante desarrollar pensamiento creativo, que según documentos del MINEDU (2017), considera a la creatividad una habilidad de orden superior que todo estudiante debe poseer al egresar de la educación básica regular.

Collado (2018), que, a pesar de haber desarrollado una investigación de otro tipo, pero consideró las mismas variables, plantea la necesidad de establecer un trabajo específico, consciente y centrado en despertar el pensamiento creativo en conjunto con los sentimientos de aceptación y seguridad personal; aunque los resultados obtenidos no sean como los que Collado encontró, consideramos que la relación que existe entre autoestima y creatividad verbal puede orientarse y generarse a partir de los lazos que se puedan establecer y también del nivel de naturalidad, confianza y con actividades que promuevan la exigencia o el pensamiento creativo pertinente.

Ahora, considerando los resultados de Enciso (2018) en su investigación sobre autoestima y rendimiento académico en Lima, donde se obtuvo que los estudiantes con mayor nivel de autoestima también presentaban mejores resultados en sus aprendizajes; y presentó como conclusión que fue evidente la relación directa y significativa entre la Autoestima y el Rendimiento Escolar en el área de Comunicación de los estudiantes del nivel secundaria, de la mencionada institución. También Espinoza (2017), describió que el 20,8% (35) de las estudiantes de su muestra presentaron un nivel bajo en la dimensión verbal de la variable creatividad, y un 79.2% (133) en el nivel regular, y aun así la hipótesis general de su estudio fue aceptada y luego

propuso que en la institución educativa se utilice nuevas estrategias donde se incluya a la familia para promover mejorar en la creatividad y autoestima, siendo esta última, de vital trascendencia en el futuro de los estudiantes. Frente a los resultados expuestos, resulta importante se siga indagando en las causas que pudieron haber promovido el rechazo de la hipótesis y como Espinoza lo manifiesta para que se promueva mejores resultados en aspectos que los estudiantes necesitan desarrollar a fin de alcanzar el éxito académico y personal.

V. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Los niveles de autoestima están directamente relacionados con los niveles de la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura; asimismo entre ambas variables hay una correlación relativamente moderada.
- Respecto a los niveles de la autoestima y la creatividad visomotora, los resultados arrojaron que se relacionan directamente, y con un grado fuerza de asociación moderada. Evidenciándose que, a mayor nivel de creatividad, mejor será el nivel de creatividad visomotora que demuestren los estudiantes.
- Los niveles de autoestima no se relacionan directamente con la creatividad aplicada de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, sin embargo, existe una asociación moderada entre ambas variables, lo que se evidencia al haber obtenido que el 14.29% de los estudiantes tienen un alto nivel de autoestima, mismo grupo que se posesionó en nivel muy alto nivel de creatividad aplicada; el 28.57% tiene autoestima alta, y también nivel alto de creatividad aplicada y el restante

2.86% que tiene autoestima baja pudo posesionarse en un nivel regular de creatividad aplicada.

- En cuanto a la manera en que la autoestima se relaciona con creatividad verbal de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez – La Unión – Piura, se encontró que no existe relación entre ambas variables; únicamente se observó que presentan una asociación moderada.

5.2. Recomendaciones

- Trabajar una investigación aplicada o experimental, para buscar estrategias a fin de mejorar los resultados encontrados en los estudiantes, incidiendo en el desarrollo personal, la mejora de la autoestima y luego potenciar las habilidades de orden superior como la creatividad.
- La institución educativa Hermanos Meléndez y, específicamente los docentes del nivel secundaria de la mencionada institución deben seguir aplicando estrategias de enseñanza, en las diversas áreas para promover, con actividades sistematizadas, la consecución de la creatividad aplicada, verbal y visomotora.
- Procurar incluir el seguimiento constante y cercano a las familias de los estudiantes, para conocer y reforzar el clima familiar y elevar el nivel de autoestima de los estudiantes desde el seno de la familia.

Referencias bibliográficas

Acosta, R. y Hernández, J. (2004), La autoestima en la educación, Universidad de Tarapacá, Chile.

Águila, E., (2014), Habilidades y estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico y creativo en alumnado de la Universidad de Sonora., Universidad de Extremadura, http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1774/TDUEX_2014_Aguila_Moreno.pdf?sequence=1 Extremadura - España. Recuperado de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1774/TDUEX_2014_Aguila_Moreno.pdf?sequence=1

Alfonso, D. (2016), El desarrollo de las habilidades sociales de las personas con diversidad funcional a través del proceso creativo. Ediciones Complutense, España.

Arana, M. (2018), La autoestima y su relación con el rendimiento escolar de los estudiantes de nivel secundario, distrito Yambrasbamba-Amazonas [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Cesar Vallejo - Amazonas]. Repositorio institucional de la Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31513>

Arteaga, R (2016), Relación de la autoestima con el rendimiento académico en las áreas de Comunicación y C.T.A de los alumnos de Quinto grado de educación secundaria de la institución educativa San Miguel de Piura- 2016. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Cesar Vallejo - Piura] Repositorio institucional de la

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/20277>

Bisquerra, R. (1989), Metodología de la investigación educativa, La Muralla.

Bono, E. de (2007). Creatividad 62 ejercicios para desarrollar la mente. Barcelona - España. Editorial Paidós.

Bolinches, A. (2015), El secreto de la autoestima una nueva teoría de la seguridad personal. Barcelona. España. Ediciones B.S.A.

Bravo, D. (2009) Desarrollo de la creatividad en la escuela. San José - Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.

Branden, N. (2019), Los seis pilares de la autoestima. Buenos Aires Argentina. Editorial Paidós,

Buhingas (2012). La creatividad es un proceso universal. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=kiWu5KxEGVs>

Calero, M. (2007). Autoestima y docencia. Lima, Perú: San Marcos

Campos, A. (2015), Implementación de un programa de creatividad matemática a Través De Resolución De Problemas En Educación Primaria. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad de Valladolid] Repositorio institucional de la Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/13534/1/TFG-B.750.pdf>.

Cerda, H. (2006), La creatividad en la ciencia y en la educación. Bogotá, Colombia, Cooperativa Editorial magisterio.

Collado (2018), La autoestima y la creatividad en los estudiantes de la institución Hortensia Pardo Mancebo del distrito de Chala, Caraveli – 2018 [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Nacional de san Agustín, Arequipa] Repositorio institucional de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7613>

Coopersmith, S. (1995). The antecedents of self esteem consulting. USA: Psychologist.

Encalada, H. .(2016), Estrategias didácticas sustentadas en el pensamiento creativo para mejorar la capacidad de producción. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Privada Antenor Orrego] Repositorio institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego – Trujillo. <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/2291>

Espinoza, M. (2017), Creatividad y autoestima en estudiantes de la Institución Educativa San José de Tarbes, Castilla, 2017, [Tesis para optar por el grado de maestría, Universidad San Pedro] Repositorio institucional de la Universidad San Pedro – Piura. http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/12264/Tesis_61495.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Enciso, K. (2018), La autoestima y su influencia en el rendimiento escolar del área de comunicación de los estudiantes del nivel secundaria, de la Institución Educativa N° 88114 “San Martín de Porras”, La Victoria – Huarmey, 2018; [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Cesar Vallejo] Repositorio institucional de la

Universidad Cesar Vallejo – Lima.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41185>

Fischman, D. (2017), El camino del líder - Historias ancestrales y vivencias personales, Editorial Planeta, Perú. S.A.

Guzmán, (2017), Relación entre el desempeño laboral y el pensamiento divergente de los docentes de la UGEL 03 – Lima. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Cesar Vallejo] Repositorio institucional de la Universidad Cesar Vallejo – Lima. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8506?show=full>

Gardner, Howard (1998). Inteligencias múltiples: La teoría en la práctica. Paidós.

González, O. (2005), Estructura multidimensional del autoconcepto físico. (Revista de Psicodidáctica, vol. 10, núm. 1, 2005, pp. 121-129), Universidad del País Vasco. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/175/17514745011.pdf>

Vitoria-Gazteis, España

Hernández, D (2015), Herramientas para la medición de la capacidad creativa en la ingeniería: una revisión de literatura de la última década, Cartagena - Colombia. Recuperado de: <https://www.acofipapers.org/index.php/eiei2015/2015/paper/viewFile/1274/438>

Hernández, R. (2014), Metodología de la investigación. Interamericana Editores, 2014, México.

Hernández, R. (2010), Metodología de la investigación. Maw Grac Hill editores, 2010, México.

Huamán, U. (2014), Características creativas en estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús del distrito de San Ramón Chanchamayo. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Nacional del Centro del Perú] Repositorio institucional de la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
<https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/3242/Huaman%20Quispe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

James, W. (1945) Principios De la psicología. Buenos Aires, Glem.

Llaca, J. y Elescano I. (2018), La autoestima y la creatividad en estudiantes del 2º grado de la institución educativa Manuel Scorza torre de Andabamba, Acobamba - Huancavelica. [Tesis para optar por el grado de maestría, presentado en Universidad Nacional de Huancavelica] Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica.
<http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2221>

Lojabo, A. (2017), Cómo influye la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes de tercer año de educación básica de la escuela fiscomisional Cuenca en el área de matemáticas. [Tesis para optar por la licenciatura, presentado en Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador]. Recuperado de:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14319/1/UPS-CT007031.pdf>

Maslow, A. (1991), Motivación y personalidad, Ediciones Díaz de Santos, Madrid.

Marín, T. (2012), Teorías sobre la creatividad. [Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid, España]. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/33332/1/T36442.pdf>

Meza (2016), Autoestima y rendimiento académico en niños de una institución educativa estatal del distrito de Pillco Marca – Huánuco, [Tesis para optar por el grado de Magister]. Repositorio de la Universidad de Huánuco. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/874>

MINEDU, (2018), Resolución Ministerial N.º 138-2018 MINEDU, Lima.

MINEDU, (2017), Rúbricas de observación de aula, editora y comercializadora Cartolan EIRL, Lima.

MINEDU, (2015), ¿Qué y cómo aprenden nuestros estudiantes? Rutas de aprendizaje. Lima: Ministerio de educación, 2015.

MINEDU, (2007), Guía para el desarrollo del pensamiento creativo, Metrocolor S.A., Lima.

Moreno, Y. (2016), Autoestima y rendimiento académico en estudiantes del 5º grado de secundaria, Tumbes 2016, [Tesis para optar por grado de magister, presentada en la Universidad cesar Vallejo, Piura]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53181>

Muñoz, W. (2010), Estrategias de estimulación del pensamiento creativo de los estudiantes en el área de educación para el trabajo en la III etapa de educación básica, Carabobo, Venezuela. Recuperado de: http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/congreso/ACCESO/R1658_Wilmar.pdf

Navarro, J. (2008), Mejora de la creatividad en el aula de primaria. [Tesis doctoral de la Universidad de Murcia, - España]. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/11009/NavarroLozano.pdf>

OECD (2019), PISA 2018: Perspectivas e interpretaciones. [Archivo Pdf] Recuperado de: <https://www.oecd.org/pisa/PISA%202018%20Insights%20and%20Interpretations%20FINAL%20PDF.pdf>

Pérez, P. (2009), Creatividad e innovación: una destreza adquirible, Ediciones Universidad de Salamanca, España.

Piedra, M. (2010), El desarrollo de la creatividad como competencia cognitiva del docente. Recuperado de: <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1273/1/El%20desarrollo%20de%20la%20creatividad%20como%20competencia%20cognitiva%20del.pdf>

Piguave, V. (2010), Importancia del desarrollo de la creatividad para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial desde el proceso de enseñanza-aprendizaje, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

(Ecuador). Recuperado de:

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/8939>

Ramírez y Almidón. (1997), Maestros no me griten en público. Revista.

Rogers, C. (1987), El camino del ser, Kairós, España.

Rodríguez, M. y otros, (2011), Procesos cognitivos en el desarrollo del

pensamiento creativo en los estudiantes del curso de biología de la

Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación

Enrique Guzmán Valle. [Tesis de la Universidad Enrique Guzmán y

Valle, Lima]. Recuperado de:

<http://www.une.edu.pe/investigacion/CIE%20CIENCIAS%202010/C>

IE-2010-

090%20RODRIGUEZ%20SAN%20MIGUEL%20MARIA%20CAR

MELA.pdf

Rosenberg, M. (1973) La autoimagen del adolescente y la sociedad. Buenos

Aires - Argentina. Paidós.

Sabbagh, A. y otro. El método de la innovación creativa. Buenos Aires -

Argentina, Ediciones GRANICA.

Salamanca, J. (2016), Relación entre creatividad, inteligencia emocional y

rendimiento académico en niños de primaria, [Tesis presentada para

obtener el grado de magister en la Universidad Internacional de La

Rioja]. Repositorio digital de la Universidad Internacional de La Rioja

- Colombia. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/4552>

Sandoval, P. (2013) Un estudio sobre la creatividad de los estudiantes de diseño gráfico, [Tesis para optar por el grado de magister en la Universidad de Sonora, México]. Repositorio de la Universidad de Sonora – México. Recuperado de: http://www.mie.uson.mx/tesis/sandoval_2013.pdf

Sánchez, H. (2003), Psicología de la creatividad, Visión Universitaria, Lima.

Sánchez, P. (2006), Validación y confiabilidad de un instrumento para medir la creatividad en adolescentes. evaluación multifactorial de la creatividad, X Congreso Nacional de Investigación Educativa, México. Recuperado de: http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_01/ponencias/0319-F.pdf

Sánchez, P. (2004), Detección y registro de niños de secundaria con capacidades sobresalientes en zonas rurales y suburbanas del estado de Yucatán. Programa de Detección de Alumnos con Habilidades Sobresalientes en Secundaria. Universidad Autónoma de Yucatán, México.

Sánchez, M. (2009), Creatividad y emoción: la intuición y las emociones positivas en el proceso creativo artístico. [Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid - España]. Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/33332/1/T36442.pdf>

Sánchez, S. (2020), Inteligencia emocional, creatividad, bienestar subjetivo y rendimiento académico en alumnos universitarios. [Tesis doctoral

- presentada en la Universidad Camilo José de Cela, España].
Repositorio Universidad Camilo J. de Cela – España.
<https://repositorio.ucjc.edu/bitstream/handle/20.500.12020/891/TESIS%20SUBIDA%20AL%20REPOS%20SIN%20SELLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santaella, M. (2006), La evaluación de la creatividad, Caracas - Venezuela.
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070207.pdf>
- Schaffer, R. (2000), Desarrollo social y de la personalidad. Siglo XXI Editores S.A. México.
- Tipan (2017), “La autoestima y el rendimiento académico en el bachillerato de la sección nocturna de la unidad educativa Natalia Jarrín, Cayambe, provincia de Pichincha, [Tesis presentada para optar por el grado de magister en la Universidad Central del Ecuador]. Repositorio institucional de la Universidad Central del Ecuador
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/12483/1/T-UCE-0010-087-2017.pdf>
- Tracy, B. (2016), Creatividad y resolución de problemas. Estados Unidos. Grupo Nelson INC.
- Swift, S. (2015), Desarrollo de la creatividad en el aula de educación primaria a través de un proyecto artístico multidisciplinar. [Tesis presentada de fin de grado en la Universidad Internacional de La Rioja]. Repositorio digital de la Universidad Internacional de La Rioja - Madrid.
<https://reunir.unir.net/handle/123456789/3256>

Yagosesky, R. (1998), Autoestima en palabras sencillas. España. Editorial Paidós.

Whartheimer, M. (1945). El pensamiento productivo. España. Editorial Paidós.

Anexos

Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE ROSENBERG PARA MEDIR EL AUTOESTIMA DEL ESTUDIANTE

ESTUDIANTE: _____ GRADO Y SECCIÓN: _____

INSTRUCCIONES

Responde según tu propia experiencia. Recuerda que no habrá respuesta buena ni mala, la información que proporciones será de gran ayuda para el proyecto de investigación que se viene desarrollando.

Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una el coeficiente Rho de Spearman de ellas, marcando con un aspa la alternativa elegida.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras				
2	Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso				
3	Creo que tengo algunas cualidades buenas				
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás				
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso				
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo				
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo				
8	Me gustaría tener más respeto por mí mismo				
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones				
10	A veces pienso que no sirvo para nada				

Muchas gracias por tu apoyo.

INSTRUMENTO: EVALUACIÓN MULTIFACTORIAL DE LA CREATIVIDAD

EMUC
EVALUACIÓN MULTIFACTORIAL DE LA CREATIVIDAD

ESTUDIANTE: _____ **GRADO Y SECCIÓN:** _____

INSTRUCCIONES

A continuación, se presentan una serie de ejercicios que evaluarán tu capacidad creativa en tres dimensiones:

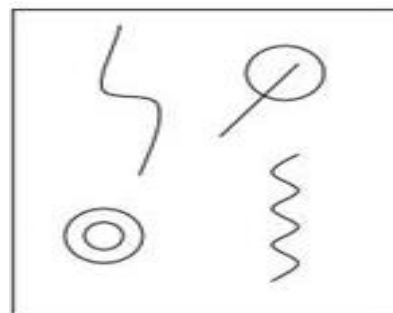
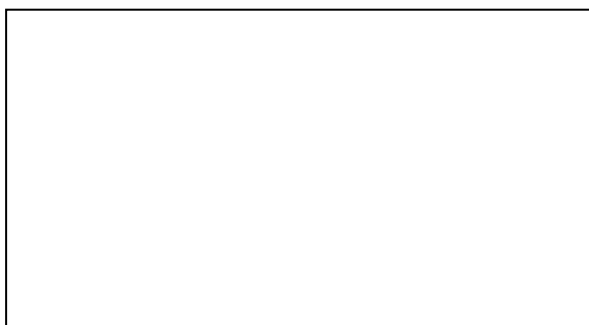
- visomotora
- inventiva o aplicada
- Verbal

Sigue las instrucciones del aplicador ya que cada una tiene un tiempo límite predeterminado. Haz tu mejor esfuerzo

CREATIVIDAD VISOMOTORA

INSTRUCCIONES

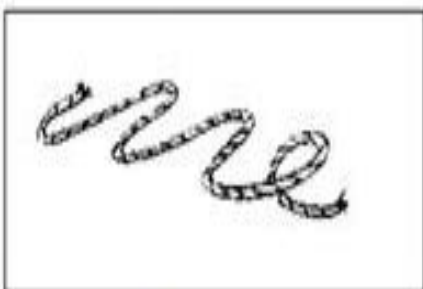
Crea un dibujo en recuadro de la izquierda utilizando todos los trazos que se encuentran en el recuadro de la derecha, puedes agregar otras formas. Tienes TRES minutos para hacer el dibujo



CREATIVIDAD APLICADA 1

Instrucciones

A continuación, se te presenta una figura. Piensa y escribe todos los usos posibles que le puedas dar a este objeto. Escribe todos los usos que se te ocurran. Tienes DOS minutos para completar esta tarea.



Cuerda

CREATIVIDAD APLICADA 2

Instrucciones

A continuación, se te presenta una figura. Piensa y escribe todos los usos posibles que le puedas dar a este objeto. Escribe todos los usos que se te ocurran. Tienes DOS minutos para completar esta tarea.



Sábana

CREATIVIDAD VERBAL

Instrucciones

A continuación se te presenta 6 palabras. Con ellas inventa un cuento que incluya todas las palabras. Debes escribir un inicio, el desarrollo de la historia y un final. Tienes CINCO minutos para terminar la tarea.

Playa, computadora, oso, cepillo, otoño y bata.

Anexo 2: permiso de Dirección del colegio para realizar el trabajo de investigación



**DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN
PIURA**

Institución Educativa

“HERMANOS MELÉNDEZ”

Chepa Santos 505 – La Unión – Telf. 415161

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

La Unión, 16 de abril del 2019.

CARTA N° 002-2019- GOB.REG.PIURA-DREP-UGEL.LU-IE-HMD

SEÑOR : PROF. OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ
ESTUDIANTE DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE LA ULADECH

ASUNTO : AUTORIZACION PARA DESARROLLAR PROYECTO DEINVESTIGACION

REF. : CARTA ULADECH CATOLICA

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo en nombre de la Institución Educativa “Hermanos Meléndez” del distrito de La Unión, perteneciente a la Unidad de Gestión Educativa Local La Unión, y a la vez con relación al documento de la referencia, comunico a usted que se le concede la **AUTORIZACION PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TITULADO “EL NIVEL DE AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO DE SECUNDARIA DE LA I.E. HERMANOS MELENDEZ”**, que sabemos redundará en beneficio también de nuestros estudiantes e institución educativa.

Sin otro particular es propicia la ocasión para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,


Mg. Blas Enrique Tumi Antón
DIRECTOR (e)

Activar V
Ve a Config



**DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN
PIURA**

**Institución Educativa
“HERMANOS MELÉNDEZ”**

Chepa Santos 505 – La Unión – Telf. 415161

“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERU: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA”

La Unión, 05 de abril del 2021.

OFICIO N.º 152-2021- GOB.REG.PIURA-DREP-UGEL.LU-IE-HM.D

SEÑOR : PROF. OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ
ESTUDIANTE DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE LA ULADECH

ASUNTO : AUTORIZACION PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS
DE PROYECTO DE INVESTIGACION

REF. : CARTA ULADECH CATOLICA

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo en nombre de la Institución Educativa “Hermanos Meléndez” del distrito de La Unión, perteneciente a la Unidad de Gestión Educativa Local La Unión, y a la vez con relación al documento de la referencia comunico a usted que habiendo recibido autorización para desarrollar su trabajo de investigación desde abril del 2019 y ahora para efectos de cumplir con el recojo de información se le **AUTORIZA LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TITULADO “EL NIVEL DE AUTOESTIMA Y LA CREATIVIDAD DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO DE SECUNDARIA DE LA IE HERMANOS MELÉNDEZ – LA UNIÓN – PIURA, 2021”**, durante el presente año en nuestra Institución Educativa.

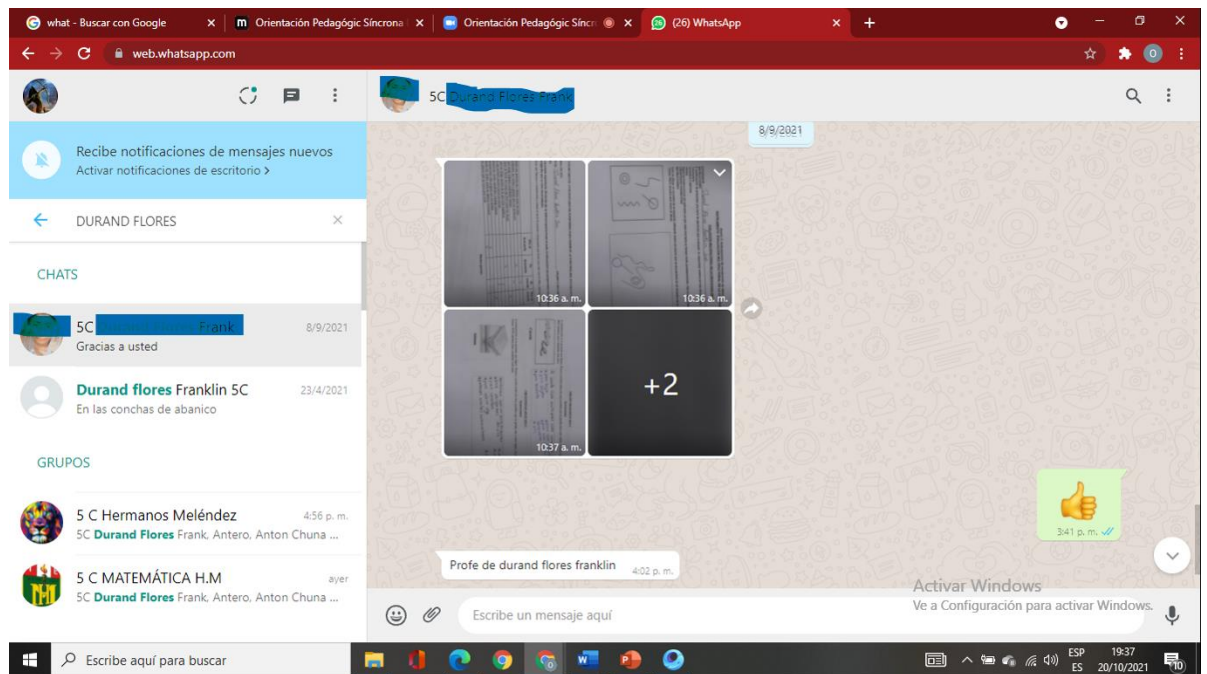
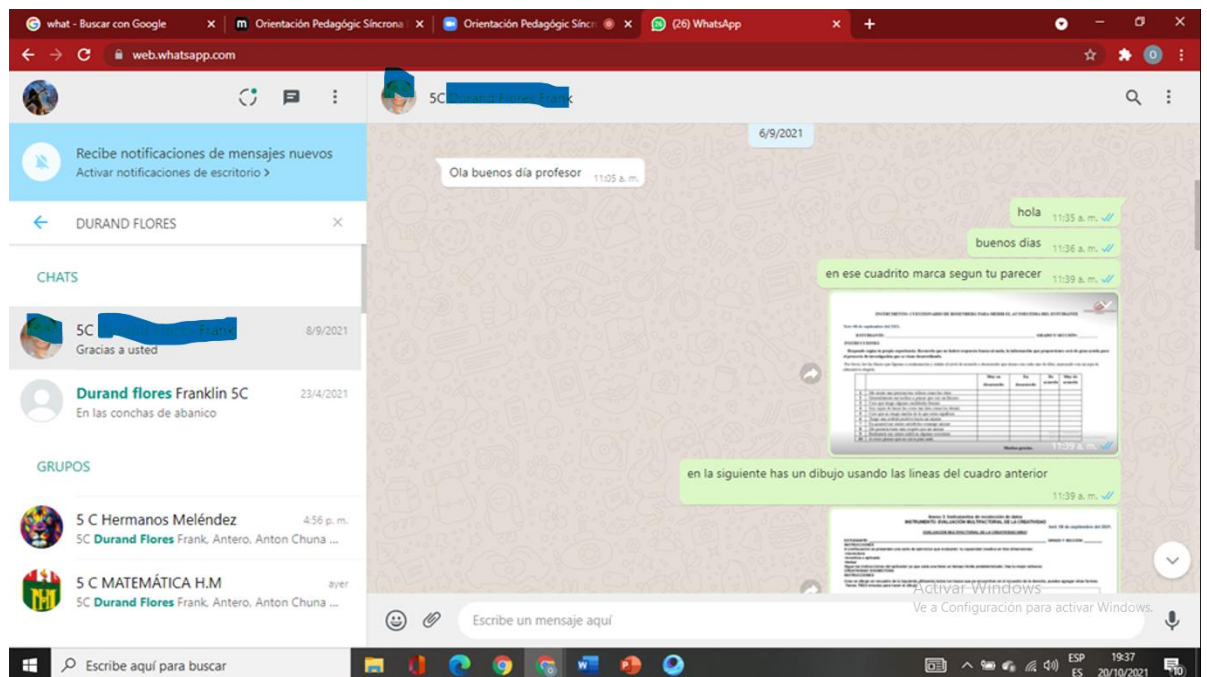
Sin otro particular es propicia la ocasión para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,



DIRECTORA

Anexo 3: Fotos aplicando los instrumentos de investigación



what - Buscar con Google x m Orientación Pedagógica Sincrona x Orientación Pedagógica Sincrona x (26) WhatsApp x +

web.whatsapp.com

Quintana Fernández Yolbra 5C

Recibe notificaciones de mensajes nuevos
Activar notificaciones de escritorio >

YOLBRA x

CHATS

Quintana Fernández Yolbra 5C 9/9/2021

Quintana 4c 6/9/2021

Foto


GRUPOS

5 C Hermanos Meléndez 4:56 p. m.
Quintana Fernández Yolbra, Yolbra Quintana ...


5C RELIGIÓN _INGLÉS ayer
Quintana Fernández Yolbra, Yolbra Quintana 4...

5 C MATEMÁTICA H.M. 30/07

en ese cuadrado marca segun tu parecer 8:39 a. m. ✓



en la siguiente has un dibujo usando las líneas del cuadro anterior 8:39 a. m. ✓



aca debes escribir los usos de los objetos 8:39 a. m. ✓

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escribe un mensaje aquí

what - Buscar con Google x m Orientación Pedagógica Sincrona x Orientación Pedagógica Sincrona x (28) WhatsApp x +

web.whatsapp.com

Quintana Fernández Yolbra 5C

Recibe notificaciones de mensajes nuevos
Activar notificaciones de escritorio >

YOLBRA x

CHATS

Quintana Fernández Yolbra 5C 9/9/2021

Quintana 4c 6/9/2021

Foto

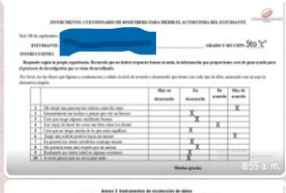

GRUPOS

5 C Hermanos Meléndez 4:56 p. m.
Quintana Fernández Yolbra, Yolbra Quintana ...

5C RELIGIÓN _INGLÉS ayer
Quintana Fernández Yolbra, Yolbra Quintana 4...

5 C MATEMÁTICA H.M. 30/07

Hazlo en los minutos que se pide. Usa el cronómetro de tu celular 8:39 a. m. ✓

Profe es difícil dibujar así 9:07 a. m.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escribe un mensaje aquí

what - Buscar con Google x m Orientación Pedagógica Síncrona x Orientación Pedagógica Síncrona x (26) WhatsApp x +

web.whatsapp.com

Recibe notificaciones de mensajes nuevos
Activar notificaciones de escritorio >

CHATS

CONTACTOS

GRUPOS

5 C Hermanos Meléndez 4:56 p. m.
Franklin Fernández 4 C. Antero, Anton Chuna Br...

5 C RELIGIÓN INGLÉS

Te voy a enviar el test y la prueba 6:16 p. m. ✓

Lee con atención y responde según las indicaciones 6:16 p. m. ✓

Prof buenas. Tardes 6:16 p. m.

en ese cuadrito marca según tu parecer 6:16 p. m. ✓

Tú
Lee con atención y responde según las indicaciones
Ok listo 6:16 p. m.

en la siguiente has un dibujo usando las líneas del cuadro anterior 6:17 p. m. ✓

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escribe un mensaje aquí

Responde	Marca	Marca	Marca
1. De dónde es el animal que se muestra en la foto?			
2. ¿Cuántos patas tiene el animal que se muestra en la foto?			
3. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
4. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
5. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
6. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
7. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
8. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
9. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			
10. ¿Qué animal es el que se muestra en la foto?			

what - Buscar con Google x m Orientación Pedagógica Síncrona x Orientación Pedagógica Síncrona x (20) WhatsApp x +

web.whatsapp.com

Recibe notificaciones de mensajes nuevos
Activar notificaciones de escritorio >

Busca un chat o inicia uno nuevo

5 C Hermanos Meléndez 4:56 p. m.
Imán Santos Samir 4to C. 1. Lo que mas me ...

Alvaro Arrunategui 6:10/2021
✓ 00000076015096 MACALUPU MONTEN...

Aprendo en casa 3 grado 3:12 p. m.
+51 930 199 168 salió del grupo 197

HM secundaria 2021 7:33 p. m.
Lucia: Sticker 4

Mario 7:32 p. m.
✓ Foto

Los tesisas 7:32 p. m.
Doramandra: Yo defendiendo lo que me dijo la Yani...

Vanira In... 7:00 p. m.

Muy bien. 8:20 p. m. ✓

Prof buenas noches hay te estoy enviando las hojas del examen resueltas 8:03 p. m.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escribe un mensaje aquí

Anexo 4: Consentimiento informado



Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN (PADRES)

Título del estudio: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021.

Investigador (a): OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ

Propósito del estudio:

Estamos invitando a su hijo(a) a participar en un trabajo de investigación titulado: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021. Este es un estudio desarrollado por investigadores de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Explicar brevemente el fundamento de trabajo de investigación (máximo 50 palabras)

La investigación que desarrollaremos busca conocer qué nivel de autoestima y de creatividad poseen los estudiantes a fin de identificar logros de sus aprendizajes; con lo que también se busca promover el análisis concienzudo del trabajo docente frente al pensamiento creativo y por consiguiente identificar si hay relación entre autoestima y creatividad.

Procedimientos:

Si usted acepta que su hijo (a) participe y su hijo (a) decide participar en este estudio se le realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Autorizar a su menor hijo a participar de la investigación.
2. Desarrollar la prueba de desarrollo para medir la creatividad y el cuestionario del test de autoestima.
3. Evitar faltar el día en que se tomará la de valuación de su moneda.

Riesgos: (Si aplica)

Describir brevemente los riesgos de la investigación.

Participar en el presente trabajo de investigación no representa ningún riesgo.

El proceso de evaluación se llevará a cabo en dos grupos, cumpliendo con el distanciamiento social y demás protocolos de bioseguridad, por lo que le pedimos asistir a la institución portando sus mascarillas, alcohol y respetando el distanciamiento social respectivo.

Beneficios:



Brindar información sobre las variables autoestima y creatividad de los estudiantes de la muestra.

Generar el aprovechamiento de la información y resultados de la investigación para orientar el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes de la institución Educativa Hermanos Meléndez.

Costos y/o compensación: (si el investigador crea conveniente)

Confidencialidad:

Nosotros guardaremos la información de su hijo(a) sin nombre alguno. Si los resultados de este seguimiento son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de su hijo(a) o de otros participantes del estudio.

Derechos del participante:

Si usted decide que su hijo(a) no participe en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal del estudio o llame al número telefónico: 954402179.

Si tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que su hijo(a) ha sido tratado injustamente puede contactar con el Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, correo

Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

DECLARACIÓN Y/O CONSENTIMIENTO

Acepto voluntariamente que mi hijo(a) participe en este estudio, comprendo de las actividades en las que participará si ingresa al trabajo de investigación, también entiendo que mi hijo(a) puede decidir no participar y que puede retirarse del estudio en cualquier momento.

Maria Milagros Sarraque Villagas

[Signature]

Yamira Namuche Sarraque

8 de Septiembre 2021

Nombres y Apellidos
PARTICIPANTE

Fecha y Hora

[Signature]
OMAR ARRUNATEGUI RUIZ
INVESTIGADOR

Fecha y Hora

Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN (PADRES)

Título del estudio: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021.

Investigador (a): OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ

Propósito del estudio:

Estamos invitando a su hijo(a) a participar en un trabajo de investigación titulado: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021. Este es un estudio desarrollado por investigadores de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Explicar brevemente el fundamento de trabajo de investigación (máximo 50 palabras)

La investigación que desarrollaremos busca conocer qué nivel de autoestima y de creatividad poseen los estudiantes a fin de identificar logros de sus aprendizajes; con lo que también se busca promover el análisis concienzudo del trabajo docente frente al pensamiento creativo y por consiguiente identificar si hay relación entre autoestima y creatividad.

Procedimientos:

Si usted acepta que su hijo (a) participe y su hijo (a) decide participar en este estudio se le realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Autorizar a su menor hijo a participar de la investigación.
2. Desarrollar la prueba de desarrollo para medir la creatividad y el cuestionario del test de autoestima.
3. Evitar faltar el día en que se tomará la de valuación de su moneda.

Riesgos: (Si aplica)

Describir brevemente los riesgos de la investigación.

Participar en el presente trabajo de investigación no representa ningún riesgo.

El proceso de evaluación se llevará a cabo en dos grupos, cumpliendo con el distanciamiento social y demás protocolos de bioseguridad, por lo que le pedimos asistir a la institución portando sus mascarillas, alcohol y respetando el distanciamiento social respectivo.

Beneficios:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Brindar información sobre las variables autoestima y creatividad de los estudiantes de la muestra.

Generar el aprovechamiento de la información y resultados de la investigación para orientar el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes de la institución Educativa Hermanos Meléndez.

Costos y/o compensación: (si el investigador crea conveniente)

Confidencialidad:

Nosotros guardaremos la información de su hijo(a) sin nombre alguno. Si los resultados de este seguimiento son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de su hijo(a) o de otros participantes del estudio.

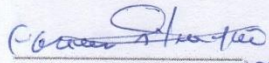
Derechos del participante:

Si usted decide que su hijo(a) no participe en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal del estudio o llame al número telefónico: 954402179.

Si tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que su hijo(a) ha sido tratado injustamente puede contactar con el Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, correo Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

DECLARACIÓN Y/O CONSENTIMIENTO

Acepto voluntariamente que mi hijo(a) participe en este estudio, comprendo de las actividades en las que participará si ingresa al trabajo de investigación, también entiendo que mi hijo(a) puede decidir no participar y que puede retirarse del estudio en cualquier momento.


Nombres y Apellidos: José Daniel Santos Silva
PARTICIPANTE
Carmen Silva Imón

8:30 am.
Fecha y Hora


OMAR ARRUÑATEGUI RUIZ
INVESTIGADOR

Fecha y Hora

Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN (PADRES)

Título del estudio: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021.

Investigador (a): OMAR FERENKS ARRUNATEGUI RUIZ

Propósito del estudio:

Estamos invitando a su hijo(a) a participar en un trabajo de investigación titulado: El nivel de autoestima y la creatividad de los estudiantes del quinto de secundaria de la IE Hermanos Meléndez-Piura, en el año 2021. Este es un estudio desarrollado por investigadores de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Explicar brevemente el fundamento de trabajo de investigación (máximo 50 palabras)

La investigación que desarrollaremos busca conocer qué nivel de autoestima y de creatividad poseen los estudiantes a fin de identificar logros de sus aprendizajes; con lo que también se busca promover el análisis concienzudo del trabajo docente frente al pensamiento creativo y por consiguiente identificar si hay relación entre autoestima y creatividad.

Procedimientos:

Si usted acepta que su hijo (a) participe y su hijo (a) decide participar en este estudio se le realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Autorizar a su menor hijo a participar de la investigación.
2. Desarrollar la prueba de desarrollo para medir la creatividad y el cuestionario del test de autoestima.
3. Evitar faltar el día en que se tomará la de valuación de su moneda.

Riesgos: (Si aplica)

Describir brevemente los riesgos de la investigación.

Participar en el presente trabajo de investigación no representa ningún riesgo.

El proceso de evaluación se llevará a cabo en dos grupos, cumpliendo con el distanciamiento social y demás protocolos de bioseguridad, por lo que le pedimos asistir a la institución portando sus mascarillas, alcohol y respetando el distanciamiento social respectivo.

Beneficios:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Brindar información sobre las variables autoestima y creatividad de los estudiantes de la muestra.

Generar el aprovechamiento de la información y resultados de la investigación para orientar el desarrollo del pensamiento creativo en los estudiantes de la institución Educativa Hermanos Meléndez.

Costos y/ o compensación: (si el investigador crea conveniente)

Confidencialidad:

Nosotros guardaremos la información de su hijo(a) sin nombre alguno. Si los resultados de este seguimiento son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de su hijo(a) o de otros participantes del estudio.

Derechos del participante:

Si usted decide que su hijo(a) no participe en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal del estudio o llame al número telefónico: 954402179.

Si tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que su hijo(a) ha sido tratado injustamente puede contactar con el Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, correo

Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

DECLARACIÓN Y/O CONSENTIMIENTO

Acepto voluntariamente que mi hijo(a) participe en este estudio, comprendo de las actividades en las que participará si ingresa al trabajo de investigación, también entiendo que mi hijo(a) puede decidir no participar y que puede retirarse del estudio en cualquier momento.

Nombres y Apellidos
PARTICIPANTE

Nieves Santos
Ima,

8:30 am.

Fecha y Hora

OMAR ARRUNATEGUI RUIZ

Fecha y Hora