

OBSERVATORIO DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN IBEROAMÉRICA

OCSI/ ISSN 2660-5554

CREATIVIDAD LABORAL: UNA NECESIDAD EN LOS TRABAJADORES DE LA UNIDAD EMPRESARIAL BÁSICA TURQUINO

Yulisber Pérez

Ingeniero. Unidad empresarial de Base Turquino, Holguín, Cuba

<https://orcid.org/0000-0001-6586-6153>

yulisber@turquino.hlg.alinet.cu

Ada Iris Infante Ricardo

Doctora en Ciencias Pedagógicas. Universidad de Holguín, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0002-1358-3888>

adairisinri@gmail.com

Nirian Ricardo Torres

Asesora jurídica. Unidad empresarial de Base Turquino, Holguín, Cuba

<https://orcid.org/0000-0003-1718-2501>

nirian@turquino.hlg.alinet.cu

Correspondencia: yulisber@turquino.hlg.alinet.cu

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Yulisber Pérez, Ada Iris Infante Ricardo, Nirian Ricardo Torres: "Creatividad laboral: una necesidad en los trabajadores de la Unidad Empresarial Básica Turquino", Revista Observatorio de las Ciencias Sociales en Iberoamérica, ISSN: 2660-5554 (Vol 3, Número 19, febrero 2022, pp.17-28). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/ocsi/ocsi-febrero-22/creatividad>

RESUMEN

En este trabajo se realizó una descripción de la Unidad Empresarial Básica Turquino. Se analizaron los fundamentos teóricos principales de la creatividad laboral, la creatividad en la empresa y su relación con la innovación. Se profundiza en los obstáculos para desarrollar la creatividad en la empresa y se ofrecen técnicas para disminuir su impacto. A partir de la observación, como método empírico de investigación se realiza un estudio diagnóstico preliminar sobre la creatividad laboral de los directivos y trabajadores de dicha unidad. Los resultados evidencian la necesidad de incluir en los planes de capacitación esta temática.

Palabras clave: empresa, cualidad laboral, creatividad, innovación.

LABOR CREATIVITY: A NEED IN THE WORKERS OF THE ENTREPRENEURIAL BASIC UNIT TURQUINO

ABSTRACT

In this work, Unidad Empresarial Básica Turquino's description comes true. The analysis of the main theoretical foundations of labor creativity, creativity in the company and its relationship with innovation was carried out. The obstacles to developing creativity in the company are explored and techniques are offered to reduce their impact. A diagnostic preliminary study on the executives' labor creativity is accomplished as from the observation, like empiric method of investigation and workers of the aforementioned unit. The results evidence the need to include in the plans of capacitation this subject matter.

Keywords: company, labor quality, creativity, innovation.

INTRODUCCIÓN

Los cambios económicos, políticos, sociales, tecnológicos, que se originan en el mundo son cada vez más profundos y afectan todo el entorno. Son significativos por la rapidez con que se producen y por la intensidad de su impacto. En este escenario, se requiere de una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación por parte de los estados, las empresas y directivos y trabajadores de estas.

Los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC sientan las bases ideológicas y reguladoras para proponer y afrontar las importantes y complejas transformaciones que permitan dar un salto en los niveles de eficiencia del desempeño del sector empresarial estatal, para lo cual es imprescindible la estimulación –a su máxima capacidad– de las fuerzas productivas involucradas. (Castillo, Caballero y Lage, 2012, p. 95).

Para ello, es necesario que, en este nuevo contexto, estas instancias y organizaciones se comprometan con el elemento diferencial de las economías más avanzadas: la creatividad laboral.

La creatividad laboral contribuye al crecimiento económico de una entidad. Es de suma importancia para el potenciamiento comercial, el posicionamiento de las marcas, los productos, los bienes y servicios de las empresas y la incursión en nuevos mercados. Esta se constituye en un factor de competitividad, ligado a la innovación y al conocimiento. Entendida como cualidad laboral contribuye a la continua mejora dentro de la empresa y como herramienta de generación de ideas, constituye un arma altamente efectiva para mejorar los procesos de innovación y potenciar el valor de los resultados.

Autores como: González (2000), Corbalán (2008), Greffe (2006), Iglesias y Rodicio (2013) y Córdoba, Castillo y Castillo (2018) coinciden en que la creatividad potencia el éxito empresarial, contribuye a reducir costos y mantener alto el nivel de satisfacción de los clientes y favorece la competencia empresarial, así como, lograr nuevos clientes para los productos de la empresa.

Ello apunta a la necesidad de investigar cómo se comporta este indicador en la Unidad Empresarial Básica Turquino y proponer acciones en función de contribuir a su mejora. Este es el objetivo del presente trabajo.

METODOLOGÍA

Diseño de investigación

Esta investigación tiene un carácter descriptivo que pretende explorar las dimensiones de la creatividad como cualidad laboral en los directivos y trabajadores de la Unidad Empresarial Básica Turquino (UEB). Para ello se aplicaron métodos empíricos como: la entrevista, la encuesta y la observación. Estos instrumentos permitieron diagnosticar las debilidades, amenazas, oportunidades y retos existentes.

Muestra

La presente investigación tiene lugar en la Unidad Empresarial Básica Turquino subordinada a la Empresa de Conservas de Vegetales, perteneciente al Ministerio de la Industria Alimentaria. El centro cuenta con 259 trabajadores de diferentes categorías: cuadros 10, administrativos 2, técnicos 61, operarios 168, servicios 18. Existe una representación de 95 féminas: 4 ejecutivas, 46 técnicos, 38 operarios y 7 trabajadoras de servicios. Del total de trabajadores solo 27 son de nivel superior, de ellos 17 mujeres. El Consejo de Dirección de la UEB Turquino cuenta con 15 miembros y 5 invitados, de los cuales 8 son hombres y 12 mujeres.

De esta población se tomó una muestra incidental de 15 directivos y 25 trabajadores. El carácter del muestreo responde a que se realizó el estudio a todos los sujetos que se encontraban en una reunión del consejo de dirección y en un puesto de trabajo específico en el momento de la aplicación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN en el momento de la aplicación

Creatividad, creatividad laboral e innovación. Aspectos teóricos

Relacionado con esta temática, se destacan los trabajos profesionales de culminación de estudios de la Especialidad en Gestión y Desarrollo de la Formación Laboral de: Cuenca (2016), Rodríguez (2016), Parra (2016), Angulo (2016), Varona (2019). Todos ellos se enmarcan en escenarios formativos, uno de ellos en el nivel de la educación primaria y los demás en carreras universitarias, en diferentes asignaturas y disciplinas. No obstante, se revisaron los aspectos teóricos analizados y las propuestas prácticas que se enfocan en lo fundamental en actividades y tareas para contribuir a desarrollar la cualidad ser creativo.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), la creatividad, se define como la facultad de crear o la capacidad de creación. Se le conoce popularmente como creatividad a la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de asociar ideas, para generar soluciones originales. Alega además que el pensamiento creativo puede verse afectado en ocasiones en función del contexto o de la situación.

El estudio de la creatividad adquiere relevancia con los trabajos de Guilford (1950). A partir de sus trabajos aparecen diversas investigaciones dirigidas a este contenido, desde una diversidad de enfoques teórico-metodológicos. Es por ello que existe multiplicidad de definiciones de creatividad y enfoques metodológicos en el abordaje científico de esta categoría; incluso, dentro del grupo de investigadores que comparten una misma concepción.

A pesar de esta variedad, el abordaje teórico permite diferenciar cuatro grandes grupos:

- Centrados en el producto: estudian la creatividad desde el producto creativo, o sea, qué características debe reunir un objeto (real o ideal) para ser considerado nuevo, original.
- Centrados en la persona: concentran sus estudios en las personas consideradas creativas, buscando qué es lo que las caracteriza y qué las diferencia de aquellas que no son reputadas como tales.
- Centrados en el proceso: investigan acerca de cómo se produce el proceso de creación, tratan de dilucidar, fundamentalmente, qué etapas y fases sigue el proceso creativo, qué condiciones facilitan o dificultan este proceso y las semejanzas y diferencias del acto creativo.
- Abordajes mixtos: se encuentran investigaciones que no pueden ser consideradas de modo definido en uno u otro abordaje, sino que presentan enfoques metodológicos mixtos.

En la presente investigación se parte del enfoque centrado en la persona al considerar la creatividad como una cualidad laboral a desarrollar en los trabajadores y directivos de la UEB Turquino. No obstante, se tomarán algunos elementos del proceso creativo, al considerar que para que una persona desarrolle esta cualidad se requiere de perfeccionar el proceso creativo intrínseco y los ambientes creativos en la empresa.

Al respecto se consultan variadas definiciones sobre las cualidades, las que centran su atención a que constituyen formaciones psicológicas que se forman y desarrollan durante toda la vida. Pérez et al. (2004), plantea que las cualidades son características relativamente estables de la personalidad que expresan las disposiciones o predisposiciones del hombre a reaccionar ante determinados objetos, situaciones o personas en consecuencia con los motivos que estimulan y conducen su actividad para satisfacer sus necesidades. Acerca de las cualidades laborales, se asume la definición de Infante (2011), que plantea que son “características relativamente estables, manifestaciones de la autorregulación de la personalidad que expresan la actitud de los sujetos hacia la actividad laboral”. (p.25)

Desde esta perspectiva, Villafaña (s.f.), plantea que las personas creativas desarrollan características como: fluidez conceptual, flexibilidad mental, originalidad, suspensión del juicio, aceptación impulsiva, actitud hacia la autoridad y tolerancia. Con frecuencia se asocia a la creatividad alguna característica con la que se nace, como en el caso de los artistas plásticos, músicos,

escritores, pero se ha demostrado que la creatividad puede estimularse o crear condiciones para incentivar su aparición en los individuos.

Como se plantea en el *Manual de la creatividad empresarial*, de la SUDOE (p. 9), la creatividad como proceso se centra en el análisis y solución de problemas y la formulación de estrategias de cambio que permita la adaptación a una nueva situación. El proceso creativo sigue un esquema sencillo que comprende las siguientes fases:

- Fase I. Identificación y definición del problema
- Fase II. Generación y selección de ideas
- Fase III. Consenso y puesta en marcha de la idea desarrollada

Para el desarrollo de la creatividad, ya sea como cualidad laboral o como proceso se requiere de una actitud creativa por parte de los directivos y trabajadores de la UEB Turquino. Es por ello que se comparte los aspectos fundamentales de la actitud creativa que plantea el citado manual:

- Mantener un espíritu de búsqueda continua de nuevas soluciones y alternativas.
- Motivación intrínseca por realizar un avance significativo, por superar un reto del trabajo en sí, no sujeta a estímulos externos.
- Originalidad a la hora de utilizar nuevos enfoques y métodos, relacionando elementos sin aparente relación.
- Voluntad y flexibilidad para adaptarse a las necesidades del entorno.
- Individualismo, determinación por el éxito y confianza en uno mismo.
- Inconformismo con la situación existente y ansias por encontrar vías de mejora.
- Formación profunda en un área de conocimiento.
- Optimismo, incluso convirtiendo las situaciones de crisis en oportunidades de mejora.

En un entorno cambiante, con transformaciones económicas y sociales profundas como el que se desarrolla en la actualidad en Cuba, la creatividad empresarial se erige como un componente transcendental para asegurar el crecimiento y la competitividad. Para ello, se hace necesario profundizar en el conocimiento científico-técnico y propiciar procesos innovadores.

La creatividad, por su parte, es una herramienta que activa el proceso innovador por medio de la generación y desarrollo de ideas en el entorno empresarial. Asimismo, la creatividad es una facultad inherente a las personas, que se puede desarrollar de manera colectiva, y cuya utilización constituye una oportunidad para la mejora de la competitividad empresarial. Sin embargo, no

siempre los equipos de trabajo de las organizaciones ni las estructuras de éstas utilizan modelos de trabajo que propicien su desarrollo. (Manual de la creatividad empresarial, p.6)

En el contexto de la empresa la creatividad representa el proceso de generación de ideas. De alguna manera es la inspiración que permite crear nuevas soluciones, por ello está asociada a la innovación, que constituye la capacidad de convertir estas ideas en algo aplicable, de darles sentido y valor dentro de un contexto.

La presencia de un problema que requiere de la realización de cambios suele ser el detonante habitual de la puesta en marcha de un proceso creativo. Para que la decisión adoptada sea acertada, es fundamental que el proceso parta del análisis y correcta comprensión del problema al que se quiere ofrecer una solución.

En este caso, sobre la creatividad empresarial, Westreicher (2020) considera que es la capacidad de una compañía de crear un producto o un proceso novedoso u original. De ese modo, busca generar valor a la empresa. La creatividad empresarial es la facultad que tienen las organizaciones de idear un bien o servicio nuevo, o de plantear mejoras a su proceso de producción.

La creatividad hace alusión a la generación de ideas, las que son implementadas en el proceso productivo, o en el respectivo bien o servicio, por lo que se convierte en una innovación. Al respecto, González y Rodríguez (2008), Serna (2010), Villegas, Romero y Guevara (2011) y Silva (2017), Córdoba, Castillo y Castillo (2018), reflexionan acerca del binomio creatividad- innovación para el perfeccionamiento de las empresas, en su necesidad de búsqueda de soluciones novedosas en el enfrentamiento a los desafíos, competencias, crisis, cambios y posicionamiento en el mercado.

En la medida en que las empresas y las instituciones en general utilicen y reutilicen su conocimiento, promuevan ideas de manera creativa, innoven, desarrollando nuevas estrategias y metodologías, le otorgaran a la organización un valor agregado que les ayudara a vincularse con el entorno y contribuir al desarrollo social. (Rojas, 2007, p. 130)

Según Infante y Leyva (2014), la creatividad laboral es una característica relativamente estable, manifestación de la autorregulación de la personalidad que se expresa a través de rasgos de flexibilidad, fluidez, independencia, curiosidad intelectual, imaginación, originalidad de los sujetos durante la producción de artículos y la prestación de servicios de necesidad y utilidad social en el contexto laboral.

La creatividad laboral como cualidad, en el contexto de la empresa, se expresa, según Alonso et al. (2020), a través de los siguientes rasgos:

- La flexibilidad de pensamiento, expresada en la selección del utillaje tecnológico y el método de trabajo tecnológico para producir artículos o prestar servicios de necesidad y utilidad social, según sus exigencias y asignación de servicio.

- La imaginación y originalidad que muestra a la hora de seleccionar el utillaje y el método tecnológico para producir artículos o prestar servicios de necesidad y utilidad social, así como en la aplicación de alternativas de solución a los problemas profesionales (incluyendo otros no predeterminados) que se manifiestan en dicho proceso.
- La independencia expresada en la interpretación de la documentación técnica de proyecto, el croquis técnico, así como en la selección y aplicación de métodos de trabajo tecnológico eficientes para producir artículos o prestar servicios de necesidad y utilidad social.
- La curiosidad intelectual que expresa por la búsqueda de conocimientos científicos y actuales relacionados con la producción y los servicios de necesidad y utilidad social, para contribuir al establecimiento de inventivas que permitan su mejora continua y sistemática.
- La fluidez expresada en la generación, comunicación y socialización de ideas que posibiliten un mejor empleo del utillaje y los métodos tecnológicos para resolver problemas profesionales durante la producción de artículos y la prestación de servicios de necesidad y utilidad social (incluyendo otros no predeterminados).

Obstáculos para la creatividad empresarial. Técnicas para disminuir su impacto

Según Uriarte (2020) existen impedimentos para la creatividad denominados bloqueos, que pueden presentar las siguientes características:

- Bloqueos perceptivos. Son los límites a la capacidad de percibir el problema o la información necesaria para abordarlo.
- Bloqueos emocionales. Afectan la comunicación de ideas. Se denominan barreras psicológicas y entre ellos se encuentran el temor a la novedad.
- Bloqueos culturales. Existen ciertos patrones culturales que pueden cohibir el desarrollo de la creatividad.
- Bloqueos ambientales. Son aquellos que provienen del entorno físico y social.
- Bloqueos intelectuales. Se deben a la ausencia de disposición para utilizar nuevos enfoques para una determinada situación.

Para disminuir el impacto de los anteriores bloqueos se plantean diferentes técnicas entre las que destacan:

- Lluvia de ideas o brainstorming. La llamada “tormenta de ideas” es una técnica muy empleada para propiciar la aparición de ideas novedosas y relaciones entre ellas, al plasmar en un papel todo lo que salga respecto a un tema principal, que se escribe en el medio. La libertad asociativa suele conducir por caminos inesperados.

- Pensamiento lateral. Se llama así a un método de pensamiento creativo que propicia conexiones novedosas entre las ideas, abandonando la lógica tradicional, y que suele expresarse mediante acertijos, juegos y adivinanzas.
- Complementación con técnicas de aprendizaje. Como mapas conceptuales, selección de ideas.
- El diagrama de Ishikawa: más conocido como diagrama de cola de pescado, diagrama de causa-efecto, diagrama de Grandal o diagrama causal, por su estructura ha venido a llamarse también: diagrama de espina de pez. Consiste en una representación gráfica sencilla en la que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar, que se escribe a su derecha. Es una de las diversas herramientas surgidas a lo largo del siglo XX en ámbitos de la industria y posteriormente en el de los servicios, para facilitar el análisis de problemas y sus soluciones en esferas como lo son; calidad de los procesos, los productos y servicios. Fue concebido por el licenciado en química japonés Kaoru Ishikawa en el año 1943.
- Calidad del sueño. Algunos actores plantean que de la calidad del sueño de los implicados en un determinado proceso dependerá en gran medida el nivel de creatividad de estos.

Análisis de los resultados del diagnóstico en la UEB Turquino

Dicha UEB, tiene 74 años de creada, las máquinas herramientas empleadas para la producción cuentan con más de 40 años de explotación sin que se hayan modernizado. Existe en la institución un Comité de Innovadores y Racionalizadores con 80 integrantes, los que con sus innovaciones hacen posible que las máquinas herramientas continúen prestando servicios.

Los instrumentos de investigación aplicados permitieron identificar como aspectos positivos los siguientes:

- La existencia de un fuerte movimiento de innovadores en la empresa.
- El desarrollo de liderazgo en los directivos.

Las principales problemáticas identificadas en la UEB Turquino, en torno a la creatividad están relacionadas con las barreras que entorpecen el proceso creativo a nivel de empresa, tales como:

- Algunos directivos y personal con responsabilidades presentan un pensamiento poco flexible, con apego al cumplimiento de las normas y procedimientos estándares, así como el temor a la pérdida de autoridad, limitando de este modo su actuar y el proceso creativo de subordinados y especialistas.
- Afectaciones en la fluidez del pensamiento creativo expresada en la generación, comunicación y socialización de ideas en la solución de problemas en el área de producción.

- Dificultades en la conformación de equipos de trabajo para la solución integral de los problemas.
- Falta de compromiso con el crecimiento empresarial en la búsqueda de soluciones novedosas a los problemas productivos.
- Necesidad de mayor búsqueda de conocimientos científicos y actualizados relacionados con las áreas de desempeño para el enfrentamiento a los desafíos, competencias, crisis, cambios y posicionamiento en el mercado.

Como solución a estas problemáticas se hace necesario un enfoque multidisciplinario de capacitación del personal, expresado en la enseñanza-aprendizaje de técnicas y estrategias que propicien la participación, cooperación, flexibilidad, diversidad, autonomía, respeto y solidaridad en el enfrentamiento creativo a la solución de los problemas que acontecen en la UEB Turquino. Esto significa contar con preparación para enfrentar situaciones inesperadas y nuevas, de manera que propicie la construcción, el fortalecimiento creativo y la generación de innovaciones.

Además, ello contribuye a la preparación de los directivos para que puedan diagnosticar el desarrollo de la creatividad en los procesos, productos y personas que dirigen, de manera que posibiliten la motivación individual para el cambio y la innovación.

CONCLUSIONES

La creatividad laboral constituye un factor de competitividad, ligado a la innovación y al conocimiento y contribuye al crecimiento económico de una entidad. En la presente investigación se considera la creatividad como una cualidad laboral a desarrollar en los trabajadores y directivos de la UEB Turquino y se identifica como una característica relativamente estable, manifestación de la autorregulación de la personalidad que se expresa a través de rasgos de flexibilidad, fluidez, independencia, curiosidad intelectual, imaginación, originalidad de los sujetos durante la producción de artículos y la prestación de servicios de necesidad y utilidad social en el contexto laboral.

La creatividad y la innovación deben formar parte de las estrategias de capacitación de la UEB Turquino, en tanto permitirá modificar las barreras que entorpecen el proceso creativo a nivel de empresa y propiciar el desarrollo de la cualidad ser creativo en los directivos y trabajadores. Por lo tanto, se debe conformar un plan de capacitación que lleve a diversificar y sistematizar sus potencialidades para elevar los niveles de creatividad en el desempeño de los recursos humanos en la UEB Turquino.

REFERENCIAS

Alonso, L.A., Dorrego, M., Infante, A.I., Leyva, P.A., Mendoza, L.L., Martínez, O. y Avila, E.R. (2020). *Cualidades laborales a desarrollar en los desempeños profesionales de los recursos humanos de las empresas*. (Material digital). Universidad de Holguín, Cuba.

- Angulo, G. (2016). *Actividades para desarrollar la cualidad laboral ser creativo en los escolares de sexto grado durante el aprendizaje de la asignatura de Educación Laboral*. [Trabajo profesional de especialidad, Universidad de Holguín]. Cuba. <http://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/3106>
- Castillo, A., Caballero, I., Lage, A. (2012). Modelo de gestión económica de la empresa estatal socialista de alta tecnología a la luz de los Lineamientos del VI Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC). *Economía y Desarrollo*, 148(2), pp. 94-123. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541206006>
- Corbalán, B, J. (2008). ¿De qué se habla cuando hablamos de creatividad? *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy*, 35(2), pp.11 -21. <http://www.redalyc.org/pdf/185/18512511002.pdf>
- Córdoba, E., Castillo, J. y Castillo N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*, (19), pp. 55-65. <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2363>
- Cropley, D. (2019). *Homo Problematics Solvendis. A History of Human Creativity*. Springer Nature Singapore Pte Ltd. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-3101-5>
- Cuenca, A. (2016). *Tareas docentes para favorecer el desarrollo de la cualidad laboral: ser creativo en los estudiantes de la carrera Matemática - Física desde la asignatura Óptica*. [Trabajo profesional de especialidad, Universidad de Holguín]. Cuba. <http://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/3081>
- Future Trends Group. (2006). *Herramientas de creatividad*. www.ftg-projetc.com
- González, A. (2000). *Análisis de experiencias aplicadas sobre innovación y creatividad: precisiones conceptuales y resultados*. CIPS. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Cuba/cips/20120822114018/america.pdf>
- González, J.J. y Rodríguez, D.M. (2008). Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (Entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad Seccional Sogamoso de la UPTC. *Pensamiento & Gestión*, 24(2), pp. 225-255. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n24/n24a09.pdf>
- Grefe, X. (2006). *Gestión de empresas creativas. Industrias creativas – Publicación 3*. Universidad de París I. OMPI.
- Guilford, J.P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), pp. 444-454. <https://doi.org/10.1037/h0063487>

- Iglesias, M.J. y Rodicio, M.L. (2013). El desarrollo de la creatividad e innovación. Un reto ante la crisis actual. *Revista de Investigación en Educación*, 11(1), pp. 134-148. <http://webs.uvigo.es/reined/>
- Infante, A.I. (2011). *La formación laboral de los estudiantes de preuniversitario*. [Tesis doctoral, Universidad de Ciencias Pedagógicas José de la Luz y Caballero]. <http://bdigital.reduniv.edu.cu/fetch.php?data=811&type=pdf&id=811&db=2>
- Infante, A.I. y Leyva, A. (2012). *Las cualidades laborales de la personalidad*. [Ponencia]. V Taller Nacional Científico Metodológico sobre Formación Laboral. Universidad de Ciencias Pedagógicas José de la Luz y Caballero. Holguín, Cuba.
- MacKinnon, D.W. (1978). *In search of human effectiveness: Identifying and developing creativity*, Creative Education Foundation. New York.
- Unión Europea. *Manual de la creatividad empresarial*, SUDOE.
- Parra, G. (2016). *Tareas docentes para el desarrollo de la cualidad ser creativo en los estudiantes de tercer año de la carrera de Periodismo a través de la asignatura Periodismo Hipermedia*. [Trabajo profesional de especialidad, Universidad de Holguín]. Cuba. <http://repositorio.uho.edu.cu/xmlui/handle/123456789/6620>
- Pérez, L., Bermúdez, R., Acosta, R.M. y Barrera, L.M. (2004). *La personalidad: su diagnóstico y su desarrollo*. Pueblo y Educación.
- Rodríguez, A. (2016). *El desarrollo de la cualidad laboral creativo en los estudiantes de Periodismo a través de la asignatura Periodismo Hipermedia para la traducción al Inglés en la Web*. [Trabajo profesional de especialidad, Universidad de Holguín]. Cuba. <http://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/3086>
- Rojas, B. (2007). La creatividad e innovación en las Organizaciones. *Revista Universitaria de Investigación Sapiens*, 8(1), pp. 111-130. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41080108>
- Serna, L. P. (2010). Alineamiento entre la estrategia corporativa y la estrategia tecnológica y de innovación en una muestra empresarial de diferentes regiones de Colombia. *Revista de Investigación & Desarrollo*, 18(1), pp. 1 -23. <http://www.redalyc.org/html/268/26815364001/>
- Silva, H. (2017). La innovación y educación: variables claves para la competitividad de las empresas. *Clio América*, 21(1), pp.1-18. <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/2079>
- Uriarte, J.M. (10 de marzo de 2020). *Creatividad*. <https://www.caracteristicas.com/creatividad>

Varona, Z.E. (2019). *Desarrollo de la cualidad creativo en los estudiantes de segundo año de la carrera Lenguas Extranjeras Inglés*. [Trabajo profesional de especialidad, Universidad de Holguín]. Cuba.

Villafaña, R. (s.f.). *Creatividad e innovación empresarial*. [Presentación de diapositivas]. <https://www.academia.edu/29312973>

Villegas, R.V., Romero, A.C. y Guevara, A.T. (2011). Intención de los estudiantes de la Universidad ICESI hacia la creación de empresa. *Estudios gerenciales*, 27(1), pp.169-186. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/viewFile/1800/2320

Westreicher, G. (26 de mayo, 2020). *Creatividad empresarial*. www.economipedia.com