



Facultad de
Ciencias Empresariales

ISSN 2961-2608 en línea

➔ Revista Científica

CONVERGENCIA EMPRESARIAL

Volumen 13 Número 1

Enero- Junio

2024



Universidad Privada
De Tacna

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
Facultad de Ciencias Empresariales

CONVERGENCIA EMPRESARIAL

REVISTA DE INVESTIGACIÓN

VOLUMEN 13 Número N° 01 | ENERO-JUNIO | 2024

DECANO DE FACULTAD:

Dr. Ascención Américo Flores Flores

EDITOR JEFE:

Dr. Luis Celerino Catacora Lira

DOCENTES INVESTIGADORES:

Luis Celerino Catacora Lira
Fredy Ronald Quispe Yactayo
Juana Carolina Pacheco Fernández
Ascención Américo Flores Flores
Rosa Mardely Roque Lanchipa
Kilber García del Águila
Carlos Gustavo Márquez Quinto
Reyna Luz Arias Carrillo
Héctor Gonzales Ccopacati

Revista de Investigación

Facultad de Ciencias Empresariales
Portal web: www.upt.edu.pe
Email Institucional: empresariales@upt.edu.pe
Teléfono 052-724212
Avenida Jorge Basadre Grohmann S/N Pocollay

Publicación semestral Enero – Junio 2024
Diagramación
Yéssica del Rosario Afaray Sucso

Todos los derechos reservados
Tacna - Perú

Presentación

En un mundo globalizado donde prima la calidad y competitividad, las universidades priorizan la gestión del conocimiento como factor clave para el desarrollo de la ciencia empresarial.

Investigar y publicar los resultados, es una tarea compleja pero vital para el crecimiento y desarrollo de la ciencia, en ese sentido, la Facultad de Ciencias Empresariales, cuya misión es preparar a los líderes en gestión de empresas, presenta la revista “Convergencia Empresarial”, donde se muestran los resultados de las investigaciones realizadas por los docentes.

Los artículos son originales y expresan importantes aportes en el campo de la transformación digital, creatividad e innovación empresarial, la importancia de la formación en negocios y el ecoturismo.

El Editor Jefe

ÍNDICE

ARTÍCULOS ORIGINALES

Páginas

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

| 4 - 16

Luis Celerino Catacora Lira

Estrategias didácticas interactivas influyentes en los aprendizajes en línea

| 17 - 30

Fredy Ronald Quispe Yactayo

Juana Carolina Pacheco Fernández

La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es la más influyente en el crecimiento de los negocios

| 31 - 43

Ascensión Américo Flores Flores

Rosa Mardely Roque Lanchipa

Los principios gerenciales relevantes desde el enfoque del gestor público

44 – 51

Kilber García del Águila

Carlos Gustavo Márquez Quinto

Influencia del ecoturismo y turismo accesible en el bienestar de los turistas

| 52 - 64

Reyna Luz Arias Carrillo

Héctor Gonzales Ccopacati

Artículo original

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

Impact of digital skills on critical thinking in university teachers

*Luis Celerino Catacora Lira*¹
orcid.org/0000-002-7823-9316

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

Resumen

El presente estudio estuvo orientado a determinar el impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico de los docentes universitarios. El estudio realizado fue no experimental, con nivel causal explicativo, de carácter transversal con un enfoque cuantitativo. La muestra que permitió la verificación empírica de la hipótesis se constituyó con 43 docentes. La estrategia para recolectar la información se basó en la aplicación de encuestas a partir de dos cuestionarios con ítems que se midieron utilizando la escala de Likert. Los instrumentos mostraron un alto nivel de confiabilidad con valores del Alfa de Cronbach de (0.933) para competencias digitales y de (0.937) para pensamiento crítico. Los resultados indican que los docentes universitarios muestran un nivel intermedio en competencias digitales y un nivel suficiente en pensamiento crítico. Se concluye que las competencias digitales tienen un impacto significativo en el nivel de pensamiento crítico en los docentes universitarios.

Palabras claves: Competencias digitales, pensamiento crítico, resolución de problemas, toma de decisiones, transformación tecnológica.

Abstract

The present study was aimed at determining the impact of digital competencies on the critical thinking of university teachers. The study carried out was non-experimental, with a causal explanatory level, of a transversal nature with a quantitative approach. The sample that allowed the empirical verification of the hypothesis was made up of 43 teachers. The strategy to collect information was based on the application of surveys based on two questionnaires with items that were measured using the Likert scale. The

¹ Doctor en Ciencias de la Educación. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. lucatacora@virtual.upt.pe

instruments showed a high level of reliability with Cronbach's Alpha values of (0.933) for digital skills and (0.937) for critical thinking. The results indicate that university teachers show an intermediate level in digital skills and a sufficient level in critical thinking. It is concluded that digital skills have a significant impact on the level of critical thinking in university teachers.

Keywords: Digital skills, critical thinking, problem solving, decision making, technological transformation.

Introducción

En la actualidad es indispensable que los docentes adquieran un grado de conocimiento en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que les permita actuar de forma efectiva en la universidad. Las competencias digitales son vitales para el manejo de las nuevas tecnologías en las instituciones universitarias. Diferentes políticas y estudios científicos respaldan la importancia de la competencia digital docente dentro de los nuevos contextos de alfabetización (Cabero–Almenara & Palacios–Rodríguez, 2020). La transformación digital, la modificación del rol docente y la adquisición de la competencia digital es una exigencia que está afectando a todas las etapas del sistema educativo, también a la etapa de Formación Profesional (De Lange et al., 2018), ya que, el docente debe actualizar periódicamente sus competencias tecnológicas (Bin et al., 2020) y tener un grado de competencia digital que le permita realizar un uso eficaz de las TIC (Cabanillas et al., 2019) en el proceso de enseñanza–aprendizaje. Sin embargo, existe una falta de actualización en competencias digitales en los docentes que planifican y desarrollan actividades académicas (Dalehaug & Sylte, 2021), consecuencia de esta deficiencia se produce una escasa producción científica. (Rego y Rial, 2017; Sarceda y Rodicio, 2018; Cózar et al., 2019; Rodríguez et al., 2019), que, además, genera un bajo nivel en la gestión del pensamiento crítico. Este problema se relaciona con el limitado desarrollo de competencias digitales que revelan los docentes (Chang, 2017). Esta carencia competencias digitales genera dificultades concretas relacionadas con la toma de decisiones y resolución de problemas. Frente al problema del bajo nivel de competencias digitales en los docentes, es necesario poner de manifiesto la importancia de las actitudes del profesorado hacia las TIC, ya que éstas actúan como predictoras de la integración de las tecnologías en las prácticas de enseñanza (Aslan & Zhu, 2016; Semerci & Kemal, 2018; Cabero–Almenara et al., 2020b). Impulsar el desarrollo del pensamiento crítico en los docentes, requiere el fomento y uso de las competencias digitales en los estudiantes y docentes (Lorenz et al., 2019). Se propone en el estudio identificar las competencias digitales del docente que “mayor impacto tiene en el pensamiento crítico en los docentes. Asimismo, se pretende validar que ciertas competencias digitales son las que mayor capacidad de influencia tiene sobre el pensamiento crítico. Dado que la tecnología puede complementar la práctica docente, se presenta a continuación el impacto que tiene las competencias digitales en la gestión del pensamiento crítico de los docentes. El estudio muestra un modelo de las competencias digitales que se validara con el análisis estadístico de regresión logística ordinal.

Revisión de literatura

1. Competencias digitales

La competencia digital docente es indispensable para optimizar procesos de enseñanza, facilitar el aprendizaje y favorecer la competencia digital de los estudiantes. Las competencias digitales permiten a los docentes adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno académico. En un entorno complejo e impredecible, las universidades adoptan nuevas tecnologías a un ritmo acelerado, y los docentes que tienen competencias digitales pueden comprender y utilizar rápidamente estas nuevas tecnologías. Las habilidades tecnológicas son competencias modernas que nos permiten realizar actividades relacionadas con el manejo, desarrollo, uso e implementación de diferentes dispositivos tecnológicos o programas computacionales. Las habilidades tecnológicas comprenden todas las aptitudes y conocimientos, principalmente técnicos, que te permiten realizar tareas específicas relacionadas con la tecnología y el entorno digital. Estas competencias digitales informacionales permiten crear e intercambiar contenidos digitales, comunicar y colaborar, así como dar solución a los problemas con miras a alcanzar un desarrollo eficaz y creativo en la vida, el trabajo y las actividades sociales en general. La competencia digital informacional, es un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes necesarios para, buscar, seleccionar, evaluar y gestionar información de fuentes digitales e Internet, y transformarla en conocimiento para tomar decisiones y resolver problemas en contextos variados y emergentes a nivel personal y social. Mientras que la competencia digital la engloba, la competencia informacional tiene la capacidad de identificar y localizar las informaciones relevantes, para detectar la validez de los contenidos digitales. De Pro (2012) señala que la competencia informacional es una exigencia del conocimiento y la alfabetización científica puesto que, en las propias actividades de las clases de ciencias, es cada vez más necesaria la habilidad de búsqueda, selección y análisis de la información disponible. También destaca la importancia del uso de las TIC, mediante el planteamiento y realización en el aula de actividades y experiencias que las involucren de forma intencionada, progresiva y sistemática para fomentar su aprendizaje. Las competencias digitales pedagógicas se entienden como el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y destrezas relacionadas con el uso de la tecnología, aplicada a los contextos y procesos educativos, con el fin de alcanzar uno o varios objetivos. Las TIC e Internet están integradas en la vida de los estudiantes y son imprescindibles, dentro y fuera de las aulas. Sin embargo Badia (2009) y Monereo (2009) indican que los estudiantes tienen habilidades limitadas para explorar y seleccionar información en Internet para transformarla en conocimiento; hay otros que señalan que los estudiantes muestran un buen manejo de la tecnología, sobre todo en sus hábitos cotidianos. Sin embargo, estos son insuficientes cuando aumenta la complejidad, como la evaluación de la información, la seguridad en la red o el uso ético de la tecnología (Calvani et al. 2012, Colás, Conde y Reyes 2017).

2. Pensamiento crítico

Educar en pensamiento crítico es educar para la vida al tener como fin una acción transformadora en la etapa educativa, profesional y en la vida personal. La enseñanza-aprendizaje de la competencia genérica de pensamiento crítico en el aula es un debate abierto, no sólo en el mundo universitario, sino también en la educación tanto primaria como secundaria. La razón principal es que es una competencia de transferencia para actuar y comprometerse en la sociedad, cuyo impacto se puede ver a largo plazo y fuera de las aulas. Para desarrollar el pensamiento crítico es importante partir del razonamiento del porque sucedes los fenómenos. En este proceso las personas utilizan habilidades específicas, como la de observar, indagar, comparar, contrastar, identificar, interpretar, organizar, clasificar, distinguir, combinar, formar hipótesis, inferir, deducir, analizar, probar y juzgar. El razonamiento nos permite ampliar nuestros conocimientos sin tener que apelar a la experiencia. También sirve para justificar o aportar razones en favor de lo que conocemos o creemos conocer. En algunos casos, como en las matemáticas, el razonamiento nos permite demostrar lo que sabemos. El razonamiento es la acción de dar razones para explicar un hecho. El Razonamiento, tiene como punto de partida fundamental la observación de un hecho en particular o de un conjunto de sucesos o fenómenos, mediante la cual posteriormente se elaboran distintas premisas o afirmaciones que buscan explicar, predecir o fundamentar por qué eso que ha tomado nuestra atención está aconteciendo. De este modo, podemos definir al razonamiento como la aplicación de la inteligencia y los conocimientos que hemos adquirido para poder partir de dos o más premisas, realizar un confronte entre las mismas y mediante el uso de una experimentación y deducción, llegar a la elaboración de una afirmación o predicción sobre un hecho en particular o sobre sucesos generales.

En ese mismo sentido el pensamiento crítico tiene un componente clave como el proceso de toma de decisiones. Tomar una decisión no es algo sencillo, y para que se pueda llevar a cabo este proceso, es necesario tener una serie de opciones y conocer al máximo todo lo que entraña cada alternativa. La toma de decisiones es un proceso que realizan las personas cuando deben elegir entre distintas opciones. Diariamente cada persona está ante situaciones en las que debe optar por algo, y esa decisión no siempre resulta simple. El proceso de la toma de decisiones se activa cuando se presentan conflictos en diversos ámbitos de la vida a los que hay que encontrarles la mejor solución posible. Tomar decisiones es uno de los procesos más importantes en la vida de un ser humano, dado que contribuye con el desarrollo personal y profesional de una persona.

Pensar críticamente implica llevar a efecto la habilidad de resolución de problemas de una manera lógica que permita encontrar la solución deseada, y supervisar y evaluar la implementación de tal solución. En su sentido más amplio, la resolución de un problema comienza con la identificación del inconveniente en cuestión. Una vez que el problema se encuentra identificado, se hace necesario establecer una planificación para desarrollar la acción que derive en la resolución. En ciertos contextos, la resolución de problemas obliga a seguir determinados pasos o a respetar modelos o patrones. En todas las organizaciones siempre se van a presentar problemas que interfieran en

alcanzar los objetivos, por eso es necesario contar con una metodología para poder dar una solución a los problemas que se presentan, con el proceso de solución de problemas (Identificación del problema, análisis del problema, generar soluciones potenciales, toma de decisiones, implementación y evaluación) podremos saber cómo definir ¿Qué es un problema?, explicar el concepto de proceso de solución de un problema, analizar el papel de la toma de decisiones dentro del proceso de la solución de problemas, describir los tipos y modelos de decisiones, distinguir el proceso y contenido, explicar los pasos del proceso de solución de problemas, enumerar y explicar las técnicas y herramientas más utilizadas en los pasos del proceso de solución de problemas y por último analizar la eficacia de la toma de decisiones para la solución de problemas.

Metodología

El estudio realizado fue no experimental, con nivel causal explicativo, de carácter transversal con un enfoque cuantitativo. La muestra que permitió la verificación empírica del problema se constituyó con 43 docentes, seleccionados con base en la carga académica de cada Escuela Profesional que comprende la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. También se adoptó el criterio de incluir docentes ordinarios y contratados. La estrategia para recolectar la información se basó en la aplicación de encuestas a partir de dos cuestionarios con ítems que se midieron utilizando la escala de Likert. Los instrumentos mostraron un alto nivel de confiabilidad con valores del Alfa de Cronbach de (0.933) para competencias digitales y de (0.937) para pensamiento crítico. Una vez aplicados los cuestionarios se procedió a construir las tablas de frecuencias, con el cual fue posible la identificación del nivel de las competencias digitales y del pensamiento crítico de los docentes universitarios. Para el análisis estadístico fue necesario aplicar el modelo de regresión ordinal para determinar el nivel de impacto planteado en el problema. Finalmente se administró en el estudio el Programa SPSS versión 24.

Resultados

A continuación, se realizó un análisis descriptivo de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre las variables competencias digitales y pensamiento crítico.

1. Análisis de la muestra

La Tabla 1 muestra los antecedentes de los docentes encuestados. El 58.60% de los docentes encuestados son hombres y el 41.87 son mujeres. El 37.21% de los docentes tienen menos de 20 años de experiencia y el 62.79% tienen más de 20 años de experiencia en la Universidad Privada de Tacna.

Tabla 1

Antecedentes de los docentes encuestados

Genero	f	%
Hombres	25	58.13
Mujeres	18	41.87
Experiencia docente		
Menos de 20 años	16	37.21
Más de 20 años	27	62.79

2. Análisis estadístico descriptivo

a. Análisis comparativo entre las competencias digitales y pensamiento crítico

La tabla 2 muestra los resultados principales de las variables competencias digitales y pensamiento crítico. Se observa que el 34.88% de los encuestados consideran que el nivel de desarrollo de las competencias digitales es regular, 48.84% que es intermedio y el 16.28% que es avanzado. En el caso del pensamiento crítico, se aprecia que el 34.88% tienen el nivel de insuficiente, el 37.21% el nivel de proceso y el 27.91% el nivel de logro destacado. Asimismo, se observa que ambas variables muestran un alto predominio de los niveles intermedio y proceso. Lo cual indica que los docentes universitarios, se encuentran en el nivel insatisfactorio en ambas competencias para asegurar la calidad de la formación universitaria. Los niveles revelados en el estudio reflejan el estado actual de los docentes universitarios que se desempeñan formando profesionales.

Tabla 2

Niveles de competencias digitales y el pensamiento crítico

Variables	Niveles	FA	%
Competencias digitales	Básico	15	34.88
	Intermedio	21	48.84
	Avanzado	7	16.28
	Total	43	100.00
Pensamiento crítico	Insuficiente	15	34.88
	Suficiente	16	37.21
	Destacado	12	27.91
	Total	43	100.00

Nota: Información obtenida de las encuestas

b. Análisis descriptivo de las capacidades de las competencias digitales

En la tabla 3 se describe las tres capacidades de la variable competencias digitales. En cuanto a la capacidad tecnológica, se observa que el 18.60% de los docentes universitarios consideran que se encuentran en el nivel de inicio, el 81.40% en el nivel de proceso y el cero por ciento en el nivel de logro destacado. Respecto de la capacidad informacional, el 16.28% de los docentes sostienen que se encuentran en el nivel de

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

inicio, el 67.44% en el nivel de proceso y el 16.28% en el nivel de logro destacado. Sobre la capacidad pedagógica, se observa, que el 26.23% de los docentes afirman encontrarse en el nivel de inicio, el 53.48% en el nivel de proceso y el 23.26% en el nivel de logro destacado. Del análisis se deduce que los docentes universitarios en cuanto al dominio y aplicación de las competencias digitales, en la gestión formativa universitaria, se encuentran predominantemente en el nivel de inicio y proceso. Este resultado nos indica que los docentes universitarios muestran una clara limitación asociada con el manejo de la tecnología digital y de su aplicación en los procesos pedagógicos, demostrándose de esta forma que la docencia responsable de la formación de profesional de los estudiantes, no están en el nivel que exige las condiciones básicas de calidad que promueve la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tabla 3

Niveles de las capacidades de la competencia digital

Capacidades	Niveles	f	%
Tecnológicas	Inicio	8	18.60
	Proceso	35	81.40
	Avanzado	-	-
	Total	43	100.00
Informacionales	Inicio	7	16.28
	Proceso	29	67.44
	Avanzado	7	16.28
	Total	43	100.00
Pedagógicas	Inicio	10	23.26
	Proceso	23	53.48
	Avanzado	10	23.26
	Total	43	100.00

Nota: Información obtenida de las encuestas

c. Análisis descriptivo de las capacidades del pensamiento crítico

En la tabla 4 se describe las tres capacidades de la variable pensamiento crítico. En cuanto a la capacidad de razonamiento, se observa que el 51.16% de los docentes universitarios consideran que se encuentran en el nivel de inicio, el 18.61% en el nivel de proceso y el 30.23% en el nivel de logro destacado. Respecto de la capacidad de toma de decisiones, el 41.86% de los docentes sostienen que se encuentran en el nivel de inicio, el 37.21% en el nivel de proceso y el 20.93% en el nivel de logro destacado. Sobre la capacidad de resolución de problemas, se observa, que el 32.56% de los docentes afirman encontrarse en el nivel de inicio, el 37.210% en el nivel de proceso y el 30,23% en el nivel de logro destacado. Del análisis se deduce que los docentes universitarios en cuanto a la aplicación del pensamiento crítico en la gestión formativa universitaria, se encuentran predominantemente en el nivel de inicio y proceso. Este resultado nos indica que los docentes universitarios muestran una clara limitación asociada con el razonamiento que requiere los análisis de situaciones complejas, y un insuficiente nivel en la capacidad de resolución de problemas, demostrándose de esta forma que la

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

docencia responsable de la formación de profesional de los estudiantes, no están en el nivel que exige las condiciones básicas de calidad que promueve la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tabla 4

Niveles de las capacidades del pensamiento crítico

Capacidades	Niveles	f	%
Razonamiento lógico	Inicio	22	51.16
	Proceso	8	18.61
	Logro	13	30.23
	Total	43	100.00
Toma de decisiones	Inicio	18	41.86
	Proceso	16	37.21
	Logro	9	20.93
	Total	43	100.00
Resolución de problemas	Inicio	14	32.56
	Proceso	16	37.21
	Logro	13	30.23
	Total	43	100.00

Nota: Información obtenida de las encuestas

3. Pruebas se asociación

Hipótesis

H₀: Las competencias digitales y el pensamiento crítico, son independientes

H₁: Las competencias digitales y el pensamiento crítico, están asociadas

Significancia = 5%

Tipo de prueba

Chi cuadrado de Pearson

Regla de decisión

Para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza H₀

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la H₀

Tabla 5

Prueba de Chi cuadrado de Pearson

	Prueba	Competencias digitales
Pensamiento crítico	Chi cuadrado	4,955
	Gl.	1
	Sig.	,026

Nota: Elaboración propia

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

En la tabla 5, se observa que el valor crítico de significancia obtenido de la prueba chi cuadrado, es menor al 5%. (Sig. 0.026 < 0.05), por lo tanto, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula, (H₀), y aceptar la hipótesis alternativa (H₁). El resultado demuestra que existe asociación significativa entre las competencias digitales y el pensamiento crítico. Del análisis se deduce que existe evidencia estadística; que permite señalar que en la medida que los docentes universitarios mejoren sus niveles de competencias digitales estos cambios tendrán efectos positivos en el desarrollo del pensamiento crítico que contribuirá en su desempeño académico, en la Facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Privada de Tacna.

4. Prueba de regresión logística ordinal

Hipótesis

H₀ : Las competencias digitales no influyen significativamente en el pensamiento crítico

H₁ : Las competencias digitales influyen significativamente en el pensamiento crítico

Significancia : 5%

Estadístico de prueba : Regresión logística ordinal

Tabla 6

Tabla cruzada competencias digitales y pensamiento critico

			Pensamiento critico		Total
			Nivel inicio de pensamiento critico	Nivel de logro de pensamiento critico	
Competencias digitales	Nivel básico de competencias digitales	Total % del total	0 _a 0,0%	7 _b 16,3%	7 16,3%
	Nivel avanzado de competencias digitales	Total % del total	16 _a 37,2%	20 _b 46,5%	36 83,7%
Total	Total		16	27	43
	% del total		37,2%	62,8%	100,0%

Nota: reporte de visor de SPSS

La Tabla 6 nos muestra que el 83.7%, de los docentes perciben que en competencias digitales se encuentran en el nivel avanzado, y el 62% de los docentes consideran que en pensamiento crítico se encuentran en el nivel de logro. Cruzando los resultados, observamos que los niveles de competencias digitales y de pensamiento crítico, se encuentran relacionadas, es decir, que en la medida que los docentes mejoren las buenas prácticas de la aplicación de las competencias digitales en el campo académico, también se espera que sucediera lo mismo en los niveles de pensamiento crítico, lo cual

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

demuestra que la transformación digital tiene fuerte influencia en la formación universitaria.

Para definir si el modelo de regresión entre las variables competencias digitales y pensamiento crítico, es significativo, se muestra los resultados de la tabla 7 nos indica que los datos se encuentran ajustados al modelo (Sig.=0.007 < 0.05), por lo que la variable competencias digitales realiza buena contribución a la explicación de la variable pensamiento crítico, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 7
Información de ajuste de modelo

Modelo	Criterio de ajuste del modelo		Contrastes de la razón de verosimilitud	
	-2 log verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo la intersección	11,341			
Final	4,037	7,304	1	,007

Nota: reporte de visor de SPSS

De acuerdo con la tabla 8, utilizando el estadístico de Nagekerke, se puede comprobar que la competencia digital tiene influencia significativa del 21.3% sobre el desarrollo del pensamiento crítico. Por lo tanto, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 . Esto implica que en la medida que los docentes universitarios logren mejorar el nivel de desarrollo de sus competencias digitales mayor será el nivel de pensamiento crítico, así como también mejorará la calidad en la formación universitaria y su desempeño académico.

Tabla 8
Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,156
Nagelkerke	,213
McFadden	,129

Nota: reporte de visor de SPSS

Conclusiones

Actualmente la docencia universitaria tiene la obligación de insertarse en el mundo del manejo de los recursos y herramientas que ofrece la tecnología digital, con la finalidad de impulsar y potenciar el pensamiento crítico de los docentes universitarios. El crecimiento de la capacidad de los docentes en la investigación y el desarrollo del pensamiento crítico viene asociada al nivel de desarrollo que adquieran en las competencias digitales. El estudio revela que los niveles de desarrollo de las competencias digitales en los docentes universitarios se encuentran en el nivel intermedio, así como el nivel alcanzado en el pensamiento crítico es suficiente. Estos

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

resultados nos indican que aún existe una brecha importante que los docentes deben de cubrir, en competencias digitales y los niveles de pensamiento crítico. Asimismo, la investigación comprueba que los docentes muestran una preferencia por desarrollar sus competencias digitales relacionadas con la captura y gestión de la información en sus tareas académicas, cuyo efecto sobre las competencias digitales es del 45.60%, y es significativo ($\alpha = 0.004$), mientras que en pensamiento crítico los docentes muestran mayor predisposición por trabajar con la aplicación y uso del conocimiento obtenido con un efecto del $B=38.70\%$ y es significativa ($\alpha = 0.000$). Lo cual nos indica que los docentes universitarios muestran claras evidencias de trabajar solamente con la información del que dispone dejando de lado la tarea de crear conocimientos. Por otro lado, se descubre que los niveles de desarrollo de las competencias digitales de los docentes tienen una influencia del 65.5% sobre el nivel de desarrollo del pensamiento crítico en los docentes universitarios, del cual se deduce que en la gestión académica tanto las competencias digitales y el pensamiento crítico son dos factores fundamentales en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

Referencias

- Aguilar, R. I., & Rondero, E. O. (2 de Octubre de 2020). *La competencia digital es una necesidad permanente*. Obtenido de Institute for the Future of Education Tecnológico de Monterrey: <https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/competencia-digital-una-necesidad-permanente/>
- Baca, A. R. (2015). Competencias docentes digitales: propuesta de un perfil. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*(46), 235–248
- Cáceres Lorenzo, M. T. (19 de Julio de 2022). *Marco de Competencia Digital Docente*. Obtenido de ULPGC Biblioteca Universitaria: <https://biblioguias.ulpgc.es/c.php?g=688997&p=4930995>
- Díaz, A. (2006). El enfoque de competencias en la educación: ¿Una alternativa o un disfraz de cambio? *Perfiles educativos*. 28 (28), 7–36. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v28n111/n111a2.pdf>
- Fernández Márquez, E., Leiva Olivencia, J. J., & López Meneses, E. (2018). Competencias digitales en docentes de Educación Superior. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(1), 213–231.
- Filmus, D. (2003). *Los condicionantes de la calidad educativa*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.
- García, A. (2000). *Gerencia del conocimiento potenciando el capital intelectual para crear Valor. La experiencia de la Implantación de la Gerencia del Conocimiento en la Unidad de Producción de Petróleos de Venezuela*. . Papiro Global Press.
- Gómez Díaz, D. (2005). *Gestión del conocimiento y su importancia en las organizaciones* (vol. 2). (xxvi, ed.)
- Gutiérrez, Duran. (2016). Competencias digitales y educación. <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n2/a22v7n2.pdf>
- Gómez Paredes, S. E., Kanashiro Medina, A., & Reynaga Muñoz, H. (2017). *Gestión del conocimiento en las UGEL de Lima Metropolitana*. [Tesis de Maestría, Universidad del Pacífico]. Obtenido de <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1907>.

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

- Gómez del Castillo, M., y Gutiérrez, J. (2015). Competencia digital en la formación inicial del profesorado. *Revista Iberoamericana de Educación*, 68 (2), 141–156. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/33428>
- Grande de Prado, M., Cañón Rodríguez, M., García Martín, S., & Cantón Mayo, I. (2021). Competencia digital: docentes en formación y. *Educar*, 57(2), 381–396.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). *Knowledge flows within multinational corporations*.
- Lissitsa, S., Chachashvili Bolotin, S., & Bokek Cohen, Y. (2017). Digital skills and extrinsic rewards in late career. *Technology in Society*, 51, 46–55.
- López, B. C., Torres Gastelú, C. A., & Domínguez, A. L. (2016). La seguridad en las competencias digitales de los millennials. *apertura*, 8(2), 54–69.
- Lévano, Luz. et al. Competencias digitales y educación. <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n2/a22v7n2.pdf>
- Mata Ordaz de B, Y. V., & Pesca de Acosta, C. A. (2011). La gestión del conocimiento en las universidades como baluarte organizacional. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 12(23), 56–73. Obtenido de http://www.gestiondelconocimiento.com/modelos_arthur.htm.
- Morales, V.G. (2013). Desarrollo de competencias digitales docentes en la educación básica. *Revista de Innovación Educativa*, 5(1). 88–97. Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/367/307>
- Moll, S. (17 de Diciembre de 2022). *Los cinco pilares de la Competencia Digital docente y sus finalidades*. Obtenido de Educación 3.0: <https://www.educaciontrespuntocero.com/noticias/competencia-digital-docente/>
- Nonaka, I. (1994). *A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation* (Vol. 1). (5, Ed.)
- P
- Pozuelo, J. (2014). ¿Y si enseñamos de otra manera?: Competencias digitales para el cambio metodológico. *Caracciolos: revista digital de investigación en docencia*, 2(1). Recuperado de http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/20848/ense%c3%b1amos_Pozuelo_CARACCIOLOS_2014_N2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Regalado Sandoval, J. (2013). Las competencias digitales en la formación docente. *Ra Ximhai*, 9(4), 21–29.
- Rangel, A. (2015). Competencias docentes digitales: propuesta de un perfil. *Revista de Medios y Educación*, 235–248. <http://aquichan.redalyc.org/articulo.oa?id=36832959015>
- Sampaollessi, L. (19 de abril de 2022). *Transformación digital en educación: hacia la digitalización transversal de la institución*. Obtenido de aulicum: <https://aulicum.com/blog/transformacion-digital-en-educacion/#:~:text=La%20digitalizaci%C3%B3n%20transversal%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20comprende%20la%20implementaci%C3%B3n%20de,clases%20y%20las%20gestiones%20administrativas.>
- Schein, E. (1982). *Psicología de las organizaciones*.

Impacto de las competencias digitales en el pensamiento crítico en los docentes universitarios

- Tobón, S. (2012). El enfoque socioformativo y las competencias: ejes claves para transformar la educación. S. Tobón y A. Jaik Dipp (Coords.). Experiencias de Aplicación de las competencias en la educación y el mundo organizacional. Revista Publicando, 3(9). 2016,330–340. ISSN 1390–9304 340 Durango, México: ReDIE. <http://redie.mx/librosyrevistas/libros/competenciasinvestigativas.pdf>.
- UNESCO. (2008). Normas UNESCO sobre competencias en TIC para docentes. http://www.portaleducativo.hn/pdf/Normas_UNESCO_sobre_Competicencias_en_TIC_para_Docentes.pdf
- Valhondo, D. (2004). *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*; Díaz de Santos. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaeansp/Doc?id=10069401&ppg=113>
- Vásquez, N. P., & Martinell, A. R. (2012). Una aproximación a un Modelo de Certificación de Competencias Digitales Docentes. *XI Congreso Nacional de Investigación Educativa*.
- Vera, J. A., Torres, L. E., y Martínez, E. E. (2014). Evaluación de competencias básica en TIC en Docentes de Educación Superior en México. Pixel– Bit. Revista de Medios y Educación, 44, 143–155, doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2014.i44.10> .
<http://www.redalyc.org/pdf/368/36829340010.pdf>

Artículo original

Estrategias didácticas interactivas influyentes en los aprendizajes en línea

Interactive teaching strategies that influence online learning

*Freddy Ronald Quispe Yactayo*²

orcid.org/0000-0002-6771-541X

*Juana Carolina Pacheco Fernández*³

orcid.org/0000-0001-6331-8516

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la validez de las estrategias didácticas interactivas que influyen en el aprendizaje en línea. La metodología aplicada tuvo un enfoque cuantitativo de tipo exploratoria y descriptiva. Las estrategias didácticas interactivas, que se han considerado son: la lectura crítica, la actividad situada en contexto, la argumentación teórica conceptual y la solución de situaciones complejas. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, con ítems del tipo escala Likert. Se aplicó el método de Alpha de Cronbach y se comprobó que el cuestionario obtuvo alta confiabilidad (Alfa=0.943). La muestra de estudio estuvo conformada por cincuenta profesionales que siguen estudios de Maestría de Docencia Universitaria y Gestión Educativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad Privada de Tacna. Los resultados revelan el hallazgo de que son dos las estrategias didácticas interactivas las que tienen mayor impacto en la efectividad del aprendizaje en línea, ellas son la estrategia didáctica interactiva de solución de situaciones complejas con ($\beta=0.406$) y la estrategia de actividad situada en contexto real con ($\beta=0.338$). El estudio concluye que las estrategias didácticas interactivas compuesta por la solución de situaciones complejas y la actividad situada en contexto real, estarían explicando el 64.8%, la efectividad de los aprendizajes en línea en los Programas de Estudio de Postgrado.

² Maestro en Administración de Negocios. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. frequispey@virtual.upt.pe

³ Maestro en Contabilidad, Tributación y Auditoría. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. juapacheco@virtual.upt.pe

Palabras claves: Lectura crítica, solución de situaciones complejas, estrategias didácticas interactivas, actividad situada, argumentación teórica.

Abstract

The objective of this study was to determine the validity of interactive teaching strategies that influence online learning. The methodology applied had a quantitative approach of exploratory and descriptive type. The interactive teaching strategies that have been considered are: critical reading, activity situated in context, conceptual theoretical argumentation and the solution of complex situations. For data collection, the survey technique was used, with items of the Likert scale type. The Cronbach Alpha method was applied and it was verified that the questionnaire obtained high reliability (Alpha = 0.943). The study sample consisted of fifty professionals who follow Master's studies in University Teaching and Educational Management at the Graduate School of the Private University of Tacna. The results reveal the finding that there are two interactive teaching strategies that have the greatest impact on the effectiveness of online learning, they are the interactive teaching strategy of solving complex situations with ($\beta= 0.406$) and the strategy of activity situated in a real context with ($\beta=0.338$). The study concludes that interactive teaching strategies composed of the solution of complex situations and the activity situated in a real context, would explain 64.8% of the effectiveness of online learning in Postgraduate Study Programs.

Keywords: Critical reading, solution of complex situations, interactive teaching strategies, situated activity, theoretical argumentation.

Introducción

En el trabajo que se presenta a continuación se revela la importancia y significado que tienen las cualidades que los profesores deben reunir para garantizar una función directiva exitosa en una escuela inteligente. Es crucial formar a los futuros directivos que tendrán la delicada misión de garantizar la calidad educativa del País. Una escuela inteligente es la escuela del siglo XXI, que se caracteriza por ser dinámica, innovadora y reflexiva. Se requiere de directores preparados para gestionar el éxito en escuelas inteligentes. Necesitamos crear escuelas donde la cultura del pensamiento sea el oxígeno donde se respira. El principal desafío para la educación es conseguir el equilibrio entre la calidad y la innovación. La escuela inteligente se concentra en la innovación y la mejora continua del proceso de enseñanza y aprendizaje. Su objetivo principal es lograr la excelencia académica y de gestión educativa. Para tal efecto es indispensable la formación de directivos que reúnan las cualidades que exige un modelo de gestión de calidad. En el sistema educativo se busca hacer la realidad la escuela que queremos, pero que todavía las condiciones directivas no están dadas. En las Escuelas de Educación Superior Pedagógica en el País, fueron diseñadas para garantizar una formación de profesores de calidad, pero que no necesariamente están focalizadas en la formación de directivos para escuelas de calidad. Este vacío se trata de cubrir con cursos orientados a desarrollar algunas habilidades gerenciales asociadas con la

innovación pedagógica y de gestión. Para dirigir una Escuela Inteligente se requiere de ciertas cualidades que son fundamentales que un profesor los adquiera y desarrolle en su formación profesional. La seguridad y confianza del éxito directivo esta en las cualidades que un directivo debe aplicar en la gestión educativa. La ciencia administrativa y empresarial recomienda que para alcanzar el éxito directivo se requiere de cualidades como la comunicación, el liderazgo, la intuición, la determinación, la empatía y pensamiento crítico. El presente estudio tiene como objetivo determinar qué estrategias didácticas son las prioritarias para dirigir con éxito una Escuela Inteligente.

Revisión de literatura

1. Lectura crítica reflexiva

En el campo académico la lectura es el primer momento que vive el estudiante cuando va a adquirir un nuevo conocimiento. El primer momento didáctico trabaja sobre la lectura que ha sido motivo la elección del tema. La lectura en el contexto universitario se ha consolidado como uno de los temas que ha suscitado mayor atención por parte de la comunidad académica, investigadores y diversos colectivos especializados en el ámbito de la investigación (Rendón et al., s. f.). El docente revisa y selecciona la lectura pertinente y adecuada para dar inicio al proceso de aprendizaje. La lectura crítica se diferencia de la lectura comprensiva porque su finalidad es contrastar la sabiduría del lector con la propuesta que pone el escritor en un documento de investigación. Ser crítico implica haber transitado por las diferentes formas de redactar y publicar textos, logrando tener la suficiente capacidad crítica como observar desviaciones, malas aplicaciones, equivocados análisis de diferentes propuestas escritas en un texto. Leer críticamente significa revisar el pensamiento del contenido del texto en estudio, para lograr obtener un conocimiento idóneo y apropiado que se quiere aprender. Tanto el pensamiento crítico como la lectura crítica son herramientas fundamentales para el análisis y la evaluación de información e ideas. El primero facilita la toma de decisiones fundamentadas, mientras que el segundo permite desentrañar y comprender en profundidad el contenido subyacente en los textos (Díaz et al., 2015). La lectura crítica está concebida como una actividad activa que busca descubrir nuevos conocimientos o teorías que se encuentran inmersos en un libro. En todo proceso didáctico es primordial referenciar las lecturas elegidas para las clases y explicar porque son relevantes. Según Velázquez et al. (2022), la lectura crítica es clave para el desarrollo del pensamiento crítico y competencias lectoras en estudiantes universitarios, y los profesores desempeñan un rol esencial en promover estas habilidades mediante estrategias adaptadas a la educación superior. Este conjunto de actividades que implica iniciar los aprendizajes con las lecturas, constituye la fase más difícil para los estudiantes, para quienes específicamente no tienen hábitos de lectura o carecen de un horario de lectura. Para Andrianatos (2019), las barreras para la lectura en la educación superior incluyen la falta de habilidades, el incumplimiento por parte de los estudiantes y las dificultades inherentes a los textos, lo que contribuye a una capacidad de lectura insuficiente y a altas tasas de deserción. Por esa razón se mira a los estudios de posgrado como una etapa compleja porque implica investigación y producción de trabajos de investigación. Asimilar el hecho de que todo aprendizaje se inicia con la lectura es fundamental, más

aún si la lectura es crítica peor aún. La lectura crítica y la investigación están interrelacionadas en la formación universitaria, ya que promueven una actitud que cuestiona el conocimiento acumulado y evita visiones reduccionistas (Morales, 2022). Existen muchas maneras de motivar la lectura, como seleccionar literatura adecuada que use metáforas, parábolas y analogías para explicar temas complejos. Este tipo de libros facilita el uso del método de estudio de casos, permitiendo a los estudiantes analizar, interpretar y construir nuevos argumentos. Según Green (2022), el estudio de casos es eficaz para motivar la lectura, ya que promueve el análisis profundo y la participación activa de los lectores.

La lectura crítica, es entonces el primer paso hacia el aprendizaje.

2. Actividad situada en contexto real

No es suficiente en un proceso didáctico que el docente solamente seleccione y haga el análisis de las lecturas en clase. El aprendizaje es un proceso que sucede cuando el estudiante pone en práctica los conocimientos obtenidos en las lecturas analizadas. En el momento que el estudiante realiza practicas a través de diversas actividades, recién entra en juego el desarrollo de sus capacidades. Esto es coherente con lo señalado por Rueda & Lenis (2023), quienes destacan que las metodologías activas y el enfoque por competencias fomentan el desarrollo de habilidades prácticas y transversales en los estudiantes, mejorando la calidad educativa y formando estudiantes más competentes. Entonces los contenidos programados para el aprendizaje funcionan cuando el docente diseña las actividades que el estudiante debe realizar sin perder de vista el contexto. La programación y desarrollo de un conjunto de actividades en función de las lecturas analizadas en clase, constituye la segunda fase del modelo didáctico. Es fundamental que el docente considere los distintos contextos de aprendizaje al diseñar actividades educativas, ya que esto influye significativamente en la efectividad del aprendizaje de los estudiantes (Díaz-Lozano, 2023). La enseñanza a través de actividades y el aprendizaje a través de los resultados de las actividades, recién se produce el aprendizaje significativo. Los estudiantes sin experiencias no obtendrán aprendizajes significativos. En este aspecto las actividades para el aprendizaje son fundamentales. Para el aprendizaje efectivo sea presencial o en línea, las actividades cumplen un rol primordial. Para estos casos los docentes planifican clase reproductivas y clase productivas. Las clases reproductivas contienen actividades de naturaleza teórica conceptual y en las clases productivas las actividades son empíricas e implican experiencias directas que produzcan evidencias que confirmen la teoría. Esto está acorde con las estrategias de aprendizaje activo que promueven una comprensión significativa mediante la combinación de clases teóricas y empíricas, tal como lo mencionan Jeram (2024) y Doolittle et al. (2023), quienes destacan los beneficios de la participación activa en el aula para mejorar el rendimiento y la comprensión de los estudiantes. En este tipo de trabajo académico mucho influye la experiencia del docente, para diseñar y plantear las actividades con un nivel de complejidad que la realidad exige. Se recomienda que las actividades sean situadas en contexto real, que representen los casos que suceden en la realidad. Puede suceder que los estudiantes practiquen la solución de casos impertinentes, fuera del contexto real, que no los involucre en el

cambio de la realidad. En esta fase del modelo, es vital el diseño de situaciones complejas y situadas donde el estudiante ponga en práctica los conocimientos obtenidos. Una situación compleja situada comprende a todos aquellos problemas o necesidades que determinada comunidad requiere que se atienda. Entonces, todo proceso de enseñanza y aprendizaje el diseño de actividades con situaciones complejas por resolver es relevantes para el logro de un aprendizaje efectivo. Esto se alinea con lo señalado por Guerrero-Jirón et al. (2023), quienes destacan que los proyectos de aula permiten combinar teoría y práctica en la enseñanza, facilitando la mediación del docente en la resolución de situaciones complejas para un aprendizaje significativo (Guerrero-Jirón et al., 2023).

3. Argumentación teórica conceptual

Argumentar significa sustentar con bases teóricas sobre la premisa sujeta a verificación. Para tal efecto es necesario y conveniente tener conocimiento de las teorías que sustentan determinada respuesta. Con la tercera estrategia didáctica interactiva, el docente delega a los estudiantes el rol del protagonismo en el proceso de aprendizaje. En estos casos el docente promueve el aprendizaje colaborativo, donde los estudiantes construyen los argumentos que sustentaran las conclusiones de sus trabajos. La argumentación es un proceso que demuestra el porqué de las afirmaciones sobre un tema en discusión. El proceso argumentativo lo realiza el estudiante utilizando dos criterios: el primero implica el dominio del tema y el segundo la forma como presenta la argumentación. Martínez & Aristizábal (2011) aportan una perspectiva que amplía la comprensión de la argumentación, al analizar no solo los elementos lógicos, sino también los contextuales y pragmáticos, lo que puede ser clave en un ambiente educativo donde los estudiantes deben argumentar sobre temas complejos y estructurar sus argumentos de manera efectiva y adecuada al contexto. En la medida que muestra las teorías que son motivo de referencia y la estructura de presentación para la argumentación, refleja el alto nivel de aprendizaje de los estudiantes sobre el tema trabajado. De otro lado, la argumentación tiene origen en la discusión de un tema complejo, en esta situación los estudiantes en forma ordenada enfrentan las interrogantes planteadas por el docente y se desenvuelven afirmando sus posiciones según las conclusiones de los análisis de las teorías. Mejía et al. (2013) sugieren que los docentes deben integrar la argumentación en las actividades pedagógicas como un componente clave del aprendizaje. Proponen estrategias como debates, análisis de casos y resolución de problemas, donde los estudiantes no solo tienen que exponer teorías, sino también defender sus puntos de vista ante interrogantes complejas. Esta fase implica el desarrollo de la competencia de la comunicación, utilizando la técnica de la argumentación. Desde la argumentación es importante valorar el pensamiento crítico reflexivo de los estudiantes, considerando que están llevando a cabo un proceso de demostración sobre ciertas situaciones complejas que tienen variadas forma de solución. Según Tamayo A et al. (2015) el pensamiento crítico está estrechamente vinculado a la argumentación, ya que la capacidad de analizar y evaluar los argumentos es una parte fundamental de este proceso. El dominio de un tema y la habilidad para

organizar y presentar los argumentos correctamente son competencias clave en el desarrollo del pensamiento crítico.

4. Cambios en la Educación Superior contemporánea

Los cambios que la sociedad contemporánea está afrontando son de tal envergadura que los sistemas educativos, en todo el mundo, se han visto en poco tiempo literalmente sacudidos.

4.1. Solución de situaciones complejas

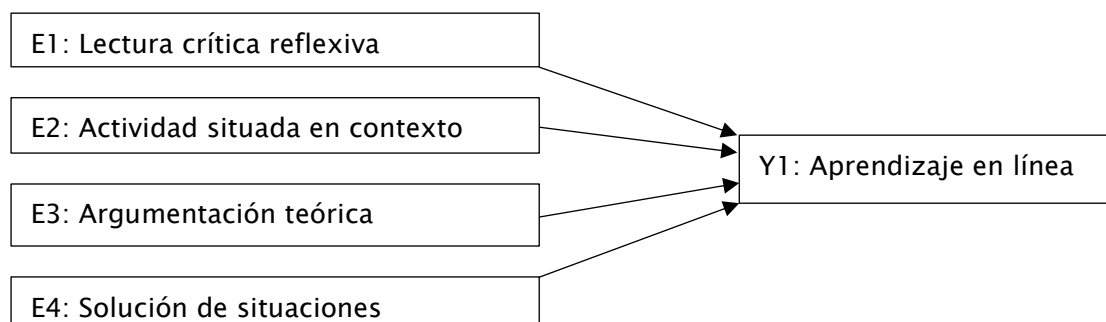
Culminado el proceso de argumentación teórica conceptual, que supone la plena comprensión del tema en estudio, es preciso elaborar una propuesta de solución que puede ser; un modelo de solución o un ensayo argumentativo sobre la situación compleja discutida. Fernández & Duarte (2013) destacan el aprendizaje basado en problemas (ABP) como una metodología efectiva para enfrentar situaciones complejas en el ámbito académico. El ABP se enfoca en que los estudiantes aborden problemas reales o simulados, para proponer soluciones prácticas y fundamentadas. Todo el proceso de explicación debe terminar en la redacción de una propuesta de solución que puede convertirse en producto del curso para su presentación y evaluación. El proceso de solución de situaciones complejas implica el desarrollo de la competencia académica, que puede ser punto de partida para futuras investigaciones. El docente en estos casos debe proporcionar el protocolo del producto a realizar, ya sea del ensayo o de un artículo. En estos casos es importante el trabajo individual por ser un aprendizaje personalizado, pero también puede ser grupal, si los temas demasiados complejos y requiere de trabajo colaborativo. Olivares Olivares et al. (2018) enfocan en el aprendizaje basado en retos (ABR) que coincide con la forma de trabajo individual y grupal, dependiendo de la naturaleza y complejidad del reto planteado. Esta flexibilidad permite a los estudiantes abordar problemas según sus habilidades individuales, o apoyarse en el trabajo grupal para resolver cuestiones que requieren múltiples puntos de vista. Los productos resultados de esta fase, deben ser socializados y sustentados al finalizar los cursos para determinar el nivel alcanzado. Se considera que, esta estrategia didáctica interactiva, tiene fuerte impacto en los resultados de aprendizaje en los estudiantes de posgrado. Asimismo, Moya (2002) refuerza la idea de que los estudiantes deben enfrentar situaciones complejas a través de un enfoque investigativo que culmine en la creación de una propuesta factible. Este proceso contribuye al desarrollo de competencias clave y asegura que el producto final no solo sea teóricamente sólido, sino también aplicable a la realidad.

4.2. Modelo esquemático de estrategias didácticas interactivas

La siguiente figura representa, en forma integrada el conjunto de relaciones entre las estrategias didácticas interactivas con el aprendizaje en línea.

Figura 1

Modelo didáctico de estrategias didácticas interactivas



Metodología

1. Tipo y Diseño de investigación

Se realizó un estudio explicativo del tipo no experimental con diseño transversal. La finalidad es determinar desde la perspectiva de los maestrantes, en qué medida influyen las estrategias interactivas de los aprendizajes en línea.

2. Muestra

Una muestra es representativa cuando fue seleccionada al azar, donde, todos los sujetos de la población, tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionados (Otzen & Manterola, 2017). En este caso se aplicó el muestreo por conveniencia dada la naturaleza de la población en estudio. La muestra de estudio, estuvo conformada por 50 estudiantes de la Maestría de docencia universitaria y gestión educativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad Privada de Tacna.

3. Instrumento

En cuanto a la técnica aplicada para la recolección de datos de campo, fue la encuesta, y en cuanto al instrumento, se utilizó el cuestionario. Se aplicó un cuestionario que incluyen los ítems que caracterizan a cada una de las cuatro estrategias didácticas, para analizar los datos obtenidos. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert, con cinco opciones de respuesta: Nunca (valor 1), a veces (valor 2), frecuentemente (valor 3), casi siempre (valor 4) y siempre (valor 5). La confiabilidad del instrumento fue buena con un valor de Alfa de Cronbach (0.943). Para el análisis de la variable interés estrategias didácticas interactivas se consideraron tres niveles de apreciación, que fueron; deficiente, buena y excelente, con la finalidad de conocer la distribución de los datos por cada una de las estrategias didácticas consideradas en el estudio.

Medida de variables

En una primera parte se realizó el análisis estadístico de medias y de desviación estándar para conocer el orden de importancia que le brindaban los maestrantes a cada una de las estrategias didácticas interactivas. Luego fue necesario aplicar el análisis bivariado, con la finalidad de determinar los grados de relación que existe entre las estrategias didácticas interactivas y su influencia en los aprendizajes en línea. Finalmente fue necesario aplicar el método de análisis de regresión lineal múltiple, para establecer los coeficientes tipificados beta, para determinar el nivel de impacto que tiene cada estrategia didáctica interactiva sobre la variable de interés. La presente investigación ha estado compuesta por cuatro estrategias didácticas interactivas, ellas son la lectura crítica, actividades situadas en contexto real, argumentación teórico conceptual y solución de situaciones complejas. Para el análisis estadístico se administró el Programa SPSS versión 26.

Resultados

1. Descripción de la muestra

La muestra estuvo integrada por cincuenta maestrantes del programa de maestría en docencia universitaria y gestión educativa de la Universidad Privada de Tacna. De los 50 maestrantes encuestados el 54% son varones, el 46% son mujeres. En cuanto a la edad, 40% son menores de 30 años, 37% tienen edades entre 30 y 40 años y el 23% tienen edades mayores de 40 años.

2. Análisis estadístico de las estrategias didácticas interactivas

2.1. Análisis de medias obtenidas según importancia

Los encuestados que participaron del estudio (Tabla1) desde su apreciación consideran que, en el proceso de aprendizaje en línea, la estrategia que mayor significado tuvo en sus aprendizajes fue la estrategia en las que tuvieron que crear propuesta de solución al problema estudiado, con una media (21.32), mayor que la media general (20.83). En el segundo lugar de importancia, se ubicó la estrategia de la argumentación teórica conceptual de sus respuestas, que consistió en que los maestrantes tenían que fundamentar con argumentos teóricos sólidos la razón de su respuesta, con una media (21.08). En tercer lugar, destaca la estrategia de la lectura crítica reflexiva, porque consideran que el docente propone la lectura pertinente y adecuadamente seleccionada para un análisis productivo y propositivo, con una media de (21.02). Finalmente, los maestrantes consideran a la estrategia relacionada con la preparación y desarrollo de las actividades planteadas, cuyo resultado debe presentarse en determinados formatos, para su evaluación en su contenido y argumentación. Como se puede apreciar, los profesionales que siguen estudios de posgrado en docencia y gestión educativa, le otorgan un rol sumamente importante a la forma como se busca asegurar el logro de los aprendizajes significativos desde el uso de una plataforma, donde el docente y los estudiantes interactúan buscando ambos el mejor resultado del aprendizaje. Del análisis se deduce que la estrategia más relevante resulta ser, la estrategia didáctica interactiva relacionada con las soluciones a situaciones complejas.

Tabla 1

Orden de importancia de las estrategias didácticas interactivas

Niveles de importancia	Media 20.83	Desviación estándar
Solución de situaciones complejas	21.32	3.01
Argumentación teórica conceptual	21.08	2.91
Lectura crítica reflexiva	21.02	3.09
Actividades situadas en contexto real	19.90	3.13

Fuente: Elaboración propia

2.2. Análisis de asociación entre las estrategias didácticas interactivas

En el análisis de la efectividad de la estrategia didáctica interactiva, es preciso evaluar en primer lugar si las estrategias didácticas propuestas son significativas y luego determinar en qué medida se relacionan con la variable de interés.

Hipótesis

H₀: Las estrategias didácticas interactivas, no son significativas y directas

H₁: Las estrategias didácticas interactivas, son significativas y directas

Valor de significancia

$\alpha = 5\%$

Tipo de prueba

Chi cuadrado

Coefficiente de Contingencia

Coefficiente Lambda

Regla de decisión

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza H₀

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la H₀

Tabla 2

Pruebas de significancia y relación

Variable	Estrategias didácticas interactivas	Prueba Chi cuadrado	Sig.	V de Cramer	Mínimo
Estrategias didácticas interactivas	Lectura crítica reflexiva	30,554	0.000	0.790	V>0.70
	Actividad situada en contexto	24.792	0.000	0.711	V>0.70
	Argumentación teórico conceptual	14,224	0.000	0.539	V<0.70
	Solución de situaciones complejas	17.797	0.000	0.603	V<0.70

Nota: Información de visor de resultados SPSS

En este caso, para establecer si las estrategias didácticas interactivas son significativas, se aplicó la prueba estadística (Chi cuadrado). La Tabla 2, muestra los resultados del estadístico, y se observa que los p_valor de cada estrategia ($P = 0.000$), son menores del 5%, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Esto significa que cada estrategia interactiva evidencia una asociación significativa. En un segundo momento, se aplicó la prueba de V de Cramer para identificar las estrategias didácticas interactivas que hayan obtenido un coeficiente de correlación mayor a 0.70. Los resultados obtenidos reflejan que la estrategia de la lectura crítica reflexiva es la que muestra el mayor coeficiente de correlación ($V=0.790$), lo cual nos indica que los profesionales que se preparan para desarrollar sus habilidades como docentes, consideran que es relevante que los aprendizajes en línea comiencen con lecturas seleccionadas y con alto contenido científico, para que los resultados del aprendizaje en línea sean significativos. Luego la segunda estrategia con un valor de correlación mayor a 0.70, es la relacionada con la actividad situada en contexto, este resultado nos indica que complementariamente a la importancia de la lectura crítica está la enseñanza a través de actividades y el aprendizaje en contextos reales. En base al análisis descrito, se puede deducir que las estrategias didácticas interactivas más relevantes son la lectura crítica y la actividad situada en contexto.

2.3. Análisis de validez de las estrategias didácticas interactivas

El análisis relacional nos muestra que son dos las estrategias interactivas relevantes para mejorar la efectividad del aprendizaje en línea, pero es preciso determinar cuál es la validez en la explicación de la efectividad del aprendizaje en línea.

2.3.1.- Capacidad de explicación de la validez

Hipótesis

H_0 Las estrategias didácticas interactivas no explican la efectividad del aprendizaje en línea

H_1 Las estrategias didácticas interactivas explican la efectividad del aprendizaje en línea

$\alpha = 5\%$

Regla de decisión

Si el valor de Sig. > 0.05 Las estrategias didácticas interactivas no son estadísticamente válidas ni significativas

Si el valor de Sig. < 0.05 Las estrategias didácticas interactivas son estadísticamente válidas y significativas

La tabla 3, muestra los resultados del análisis estadístico de regresión múltiple. En este caso se observa que el coeficiente de correlación múltiple es ($R=0.805$; sig. < 0.05) lo que nos indica que las estrategias didácticas interactivas de solución de situaciones complejas y actividad situada en contexto son bastante útiles y explican el 62.50% la

efectividad del aprendizaje en línea. Por lo tanto, se rechaza la H_0 , y se comprueba que las estrategias didácticas interactivas son válidas y significativas, para explicar la efectividad de los aprendizajes en línea.

Tabla 3
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Sig.
1	.805	.648	.625	0.001

Variables predictoras: Solución de situaciones complejas y Actividad situada en contexto.

Variable dependiente: Estrategias didácticas interactivas

Nota: *Elaboración propia*

2.3.2. Coeficientes beta de las estrategias didácticas interactivas

El desarrollo de las estrategias didácticas interactivas para mejorar la efectividad de los aprendizajes en línea, requiere identificar el nivel de impacto de las dos estrategias interactivas claves establecidas en el análisis de correlación. Para tal efecto se desarrollará el análisis de coeficientes beta.

Hipótesis

- H_0 La estrategia interactiva de la solución de situaciones complejas tiene mayor impacto que la actividad situada en contexto.
- H_1 La estrategia interactiva de la actividad situada en contexto tiene mayor impacto que la solución de situaciones complejas.
- $\alpha = 5\%$

Regla de decisión

- Si el valor de $B > 0.50$ Se acepta la H_0
- Si el valor de $B < 0.50$ Se rechaza la H_0

En la tabla 4 contiene los coeficientes tipificados beta, que representan el nivel de impacto que tienen las estrategias didácticas interactivas relevantes sobre la variable de interés. Cada coeficiente beta mide el nivel de impacto que tiene cada estrategia sobre la efectividad del aprendizaje en línea. Para diferenciar cuál de las dos estrategias tiene mayor impacto. Observando la columna de los valores beta identificamos que el coeficiente beta correspondiente a la estrategia interactiva solución de situaciones complejas es la de mayor impacto o influencia ($\beta=0.406$) y le sigue el coeficiente beta que corresponde a la estrategia interactiva de la actividad situada en contexto ($\beta=0.338$). Las estrategias didácticas interactivas de soluciones de situaciones complejas y actividad situada en contexto, tienen valores de significancia menores del 5%, por lo tanto, son significativos y útiles. Este resultado nos indica que solamente son dos las estrategias interactivas relevantes que dinamizan la funcionalidad. En base a estos resultados los

maestros manifiestan desde su percepción que sus aprendizajes fueron más efectivos cuando el docente actuaba muy eficientemente en la creación de situaciones complejas que se analizaban en las clases y actividades situadas en contexto. En ese sentido el hallazgo relevante del estudio, permite revisar el modelo clásico con que actúan los docentes en las clases tradicionales. Esto significa que los docentes antes de iniciar las clases deben de presentar la estructura del producto que se espera alcanzar al término de la sesión. De esta forma se estaría asegurando la calidad y efectividad de los aprendizajes en línea.

Tabla 4

Determinación de las estrategias con mayor impacto en el modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	31,160	5,920		5,263	,000
Solución de situaciones complejas	10,691	2,693	,406	3,970	,000
Actividad situada en contexto	9,827	2,885	,338	3,406	,001

Nota: Base de datos SPSS de encuesta procesada

Conclusiones

El estudio demuestra que las estrategias didácticas interactivas son esenciales para mejorar el aprendizaje en línea en programas de posgrado, destacándose la solución de situaciones complejas ($\beta=0.406$) y la actividad situada en un contexto real ($\beta=0.338$) como las de mayor impacto. Estas dos estrategias explican el 64.8% de la efectividad del aprendizaje, lo que subraya la importancia de diseñar metodologías que combinen elementos teóricos y prácticos para potenciar el proceso educativo. La alta confiabilidad del instrumento empleado (Alfa de Cronbach = 0.943) asegura la validez y precisión de los resultados, brindando confianza en las conclusiones obtenidas.

La solución de situaciones complejas permite a los estudiantes aplicar conocimientos teóricos a la resolución de problemas reales o simulados, desarrollando competencias clave como el pensamiento crítico, la creatividad y la toma de decisiones. Este enfoque es fundamental para vincular el aprendizaje con los retos profesionales que enfrentarán los estudiantes en su vida laboral. Por otro lado, la actividad situada en un contexto real conecta el aprendizaje con experiencias prácticas y significativas, promoviendo no solo la adquisición de conocimiento, sino también su contextualización y uso en escenarios específicos, lo que refuerza la retención y comprensión a largo plazo.

Para mejorar aún más el aprendizaje en línea, se recomienda diseñar actividades auténticas que incluyan casos complejos basados en problemas reales, los cuales permitan a los estudiantes analizar y resolver situaciones de manera colaborativa o

individual. Estas actividades deben reflejar contextos profesionales relevantes y estar estructuradas para fomentar habilidades de análisis crítico y creatividad. Asimismo, es necesario integrar mecanismos de retroalimentación continua, donde los docentes desempeñen un rol activo como mediadores, asegurando que las soluciones propuestas sean teóricamente sólidas y aplicables en la práctica. Así mismo, se sugiere incorporar tecnologías interactivas que simulen entornos reales y brinden a los estudiantes oportunidades para experimentar y aplicar sus conocimientos en situaciones dinámicas. Estas acciones no solo garantizarían aprendizajes más efectivos, sino que también fortalecerían las competencias profesionales, alineando el proceso educativo con las demandas del entorno global.

Como futuras líneas de investigación, resulta fundamental profundizar en el análisis de las estrategias pendientes: la lectura crítica reflexiva y la argumentación teórica conceptual. Estas dimensiones, identificadas en el estudio como elementos complementarios, tienen el potencial de contribuir significativamente a la mejora de la efectividad del aprendizaje en línea y merecen una exploración más detallada para maximizar su impacto educativo.

Referencias

- Andrianatos, K. (2019). Barriers to reading in higher education: Rethinking reading support. *Reading & Writing, 10*(1), Article 1.
<https://doi.org/10.4102/rw.v10i1.241>
- Díaz, J. P., Bar, A. R., & Ortiz, M. C. (2015). La lectura crítica y su relación con la formación disciplinar de estudiantes universitarios. *Revista de la Educación Superior, XLIV* (4)(176), 139–158.
- Díaz–Lozano, A. (2023). The linkage between different learning contexts. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Sociales y Tecnológicos, 3*(3), Article 3.
<https://doi.org/10.58594/rtest.v3i3.88>
- Doolittle, P., Wojdak, K., & Walters, A. (2023). Defining Active Learning: A Restricted Systematic Review. *Teaching and Learning Inquiry, 11*.
<https://doi.org/10.20343/teachlearninqu.11.25>
- Fernández, F. H., & Duarte, J. E. (2013). El aprendizaje basado en problemas como estrategia para el desarrollo de competencias específicas en estudiantes de ingeniería. *Formación universitaria, 6*(5), 29–38.
<https://doi.org/10.4067/S0718-50062013000500005>
- Green, K. (2022). Exploring the therapeutic potential of reading: Case studies in diary-assisted reading. *Frontiers in Psychology, 13*.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1037072>
- Guerrero–Jirón, J. R., López–Feijoo, M. A., & Galarza–Mora, W. G. (2023). Los proyectos de aula como estrategia didáctica en el proceso educativo en la educación superior. *MQRInvestigar, 7*(3), Article 3.
<https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.3.2023.2529-2544>

- Jeram, S. (2024). Applying Active Learning in Undergraduate Research Methods. *PS: Political Science & Politics*, 5(1), 107–112.
<https://doi.org/10.1017/S1049096523000574>
- Martínez, C. D. G., & Aristizábal, J. C. (2011). Coordinación de Evidencias, Explicaciones y Objetivos Pragmáticos en la Argumentación. *revista colombiana de psicología*, 20(1), 43–56.
- Mejía, L. S., Abril, J. G., & Martínez, Á. G. (2013). *La argumentación en la enseñanza de las ciencias*.
- Morales, J. (2022). Lectura crítica e Investigación. Aportaciones de Hugo Zemelman al aprendizaje en la Universidad. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 4(6), Article 6. <https://doi.org/10.38186/difcie.46.07>
- Moya, R. D. de. (2002). El Proyecto Factible: Una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 3(2), 0.
- Olivares Olivares, S. L., López Cabrera, M. V., & Valdez–García, J. E. (2018). Aprendizaje basado en retos: Una experiencia de innovación para enfrentar problemas de salud pública. *Educación Médica*, 19, 230–237.
<https://doi.org/10.1016/j.edumed.2017.10.001>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Rendón, J. C. M., Patiño, C. E., Vera, D. C. A., Gómez, J. A. G., & Aristizábal, C. S. (s. f.). *La lectura crítica en la educación superior: Un estado de la cuestión*. Recuperado 1 de octubre de 2024, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194229980002>
- Rueda, P. E. R., & Lenis, D. A. G. (2023). Fortalezas y desafíos en la articulación del currículo por competencias y las metodologías activas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), Article 2.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6032
- Tamayo A, O. E. T., Zona, R., & Loaiza Z, Y. E. (2015). *El Pensamiento Crítico En La Educación. Algunas Categorías Centrales En Su Estudio*. 11(2), 111–133.
- Velázquez, S. C. A., Amador, E. M. P., & Gómez, Z. L. G. (2022). Enseñar a leer en la Universidad, para desarrollar el pensamiento crítico. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 7(14), Article 14.
<https://doi.org/10.29057/est.v7i14.7781>

Artículo original

La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

Creativity and business innovation: Which is the most influential in business growth

Ascención Américo Flores Flores⁴
orcid.org/0000-0001-9426-5357

Rosa Mardely Roque Lanchipa⁵
orcid.org/0000-0001-9661-280X

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

Resumen

En un mercado altamente competitivo donde los negocios compiten por liderar y sostenerse de manera exitosa, es relevante investigar sobre el rol de las variables creatividad e innovación en los negocios. En ese sentido, el objetivo principal de este estudio es determinar entre la creatividad y la innovación empresarial, cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios. Es una investigación de tipo no experimental, con diseño de investigación asociativo y explicativo, de naturaleza transversal con un enfoque cuantitativo. El estudio se llevó a cabo en una muestra no aleatoria de 113 estudiantes que representan a los emprendedores en formación en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. Para este estudio se aplicaron cuestionarios con escala de Lickert. La confiabilidad de los instrumentos fue alta, con valores de alfa de (0.803) para la creatividad y de (0.858) para la innovación. Dentro del estudio se analizaron dos variables independientes denominadas creatividad e innovación, en relación con la variable crecimiento de los negocios. Los resultados indican que las tres variables están asociadas de manera significativa y que el modelo explica el 62.9% la variabilidad del crecimiento de los negocios. Finalmente, se concluye que el factor impulsor más influyente sobre el crecimiento de los negocios es la innovación empresarial con un beta estandarizado de ($\beta=47.4\%$).

⁴ Doctor en Administración. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. ameflores@virtual.upt.pe

⁵ Maestra en Contabilidad, Tributación y Auditoría. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. rosroque@virtual.upt.pe

La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

Palabras claves: Creatividad, innovación, crecimiento de los negocios, emprendimiento, competitividad.

Abstract

In a highly competitive market where businesses compete to lead and sustain themselves successfully, it is relevant to investigate the role of the creativity and innovation variables in business. In this sense, the main objective of this study is to determine between creativity and business innovation, which is the most influential in business growth. It is a non-experimental research, with an associative and explanatory research design, of a transversal nature with a quantitative approach. The study was carried out in a non-random sample of 113 students who represent entrepreneurs in training at the Faculty of Business Sciences of the Private University of Tacna. For this study, questionnaires with a Likert scale were applied. The reliability of the instruments was high, with alpha values of (0.803) for creativity and (0.858) for innovation. Within the study, two independent variables called creativity and innovation were analyzed, in relation to the business growth variable. The results indicate that the three variables are significantly associated and that the model explains 62.9% of the variability in business growth. Finally, it is concluded that the most influential driving factor on economic growth is business innovation with a standardized beta of ($\beta=47.4\%$).

Keywords: Creativity, innovation, business growth, entrepreneurship.

Introducción

En la actualidad, la creatividad e innovación empresarial constituyen dos factores cruciales en el crecimiento de los negocios. Es un tema muy importante en la medida que contribuye con el desarrollo comercial, económico y financiero de las microempresas que incursionan en nuevos mercados. La creatividad e innovación son dos factores que aseguran el éxito empresarial, a través del mejoramiento de la competitividad y la fidelización de los clientes. Innovar los procesos productivos, los sistemas de comercialización, y el modelo de gestión del negocio, son claves para el crecimiento de la microempresa en el mercado. En ese sentido, los emprendedores le asignan vital importancia al impacto que tienen en los negocios la creatividad y la innovación. La innovación es un elemento esencial en la generación de ventajas competitivas de las empresas y también está comprobado su efecto positivo en la productividad de las mismas (Rodríguez, 2022). Sin embargo, actualmente existe muy poca información sobre el nivel de impacto que tienen la creatividad y la innovación empresarial el crecimiento de los negocios que se inician e incursionan en mercados competitivos. Es preciso conocer de quienes se forman como futuros emprendedores, cómo perciben desde su visión empresarial la incidencia que tienen la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios. Desde esa perspectiva, el estudio busca dar respuestas a las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el factor que tiene mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios?, ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la creatividad, la innovación empresarial y el crecimiento de un negocio? El objetivo de este trabajo es brindar conocimientos en este campo donde la pluralidad de

La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

opiniones, la dispersión de la información y la naturaleza compleja del problema generan que la respuesta a estas preguntas sea difícil de definir. Las conclusiones del estudio permitirán tener clara la idea de cómo perciben los potenciales emprendedores a la creatividad e innovación como factores impulsores del crecimiento de los negocios. En el estudio se propone un modelo teórico que comprende tres variables, dos exógenas como la creatividad e innovación y una endógena como el crecimiento de los negocios. Con un análisis estadístico de regresión lineal múltiple, se determinará el orden de trascendencia y el nivel de influencia que tienen la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios. Para lo cual se estructuró el artículo en cuatro secciones, la primera explica la importancia del tema, en una segunda sección esta la metodología requerida, luego se plantean los hallazgos del estudio y finalmente se formularon las conclusiones sobre los resultados obtenidos. La metodología del estudio fue cuantitativa, con pruebas y análisis estadísticos.

Revisión de literatura

1. La creatividad y el crecimiento del negocio

Zuñiga et al. (2018), sostienen que, la creatividad a nivel empresarial significa crear alternativas novedosas que favorecen la mejora continua de las empresas a partir de inferir los cambios a realizar. Desde esta perspectiva, se podría inferir que, la creatividad a nivel empresarial, es la característica particular con la que cada empresa se hace visible en los mercados nacionales o internacionales. Romero,(2005) considera que la creatividad es, simplemente, la capacidad de crear. Al nivel más simple, es hacer surgir algo que no existía antes. No debe ser algo obvio ni fácil, sino exclusivo y raro, algo nuevo, que añade valor, que es sorprendente e inesperado. La creatividad es una habilidad con la que cuentan los seres humanos para la generación de ideas, soluciones de problemas u ofrecer diferentes interpretaciones o salidas a realidades socioeconómicas, sociales y contextuales diversas. Aranibar Ramos & Villavicencio Luna, (2022) consideran que la creatividad debe comprenderse como un lineamiento orientado hacia la generación de ideas y rutas. La creatividad a nivel empresarial crea alternativas novedosas que favorecen la mejora continua de las empresas a partir de inferir los cambios a realizar. La creatividad es un proceso mental humano que busca el desarrollo de una idea (Gluck, 2002). Es decir la creatividad, es como una idealización de cómo se piensa en mantener la empresa a niveles competitivos altos, mientras que la innovación, es fundamental porque cristaliza esas ideas originales o auténticas, en productos, bienes, servicios o políticas tangibles. Para crear una empresa, se tienen que buscar experiencias relevantes y acumular conocimientos con el fin de emprender su propia aventura

Considerando lo anterior, se propone la siguiente hipótesis:

H 1. La creatividad se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

2. La Innovación y crecimiento del negocio

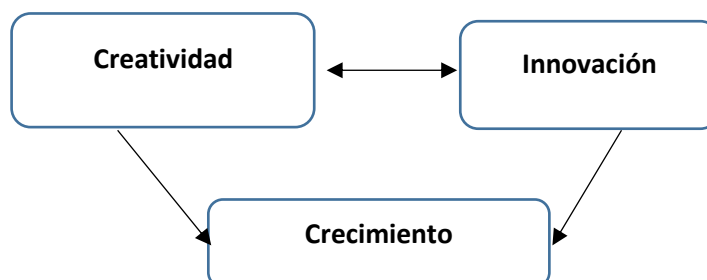
Jardón (2011), sostiene que toda empresa para ser competitiva tiene que generar innovaciones, es decir, ser capaz de introducir nuevos productos, nuevas prácticas, nuevas tecnologías o nuevas formas de organización. La innovación se define como la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas del presente. En la situación actual es vista como un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer el desarrollo sostenible en los territorios. Hernández-Fuentes¹ & Sánchez-Mojica, (2017) sostienen que es importante que las personas en una empresa comprendan que los resultados dependen del grado de innovación de los procesos que lideran e influyen positivamente en el rendimiento del negocio. Cuando una empresa innova, puede mejorar sus productos, procesos o metodologías existentes, o puede crear otros nuevos desde cero. La innovación determina cada vez más el crecimiento sostenido de las empresas. Éstas invierten en innovación porque la innovación representa la mejor oportunidad para aumentar cuota de mercado, reducir costes de producción y por ende incrementar los beneficios, lo que se traduce en mayor competitividad (Pertuz Peralta & Pérez Orozco, 2016). La innovación empresarial es el acto de introducir algo nuevo en una empresa, ya sea un nuevo producto, una nueva estrategia de mercado, un nuevo método, etc., para revitalizar la empresa y promover un nuevo valor y crecimiento. La innovación empresarial contribuye a que las organizaciones sean más competitivas, eficientes, mejoren sus resultados y se adelanten a las necesidades del mercado. La innovación en una empresa es fundamental para ser más eficientes, dar respuesta a las necesidades de los consumidores y aportar un nuevo valor. Es importante que las personas en una empresa comprendan que los resultados también dependen del grado de innovación de los procesos que lideran e influyen positivamente en el rendimiento del negocio (Rangus, & Slavec, 2017). La innovación empresarial consiste en crear nuevos productos o servicios que den respuesta a una necesidad, mejorar los existentes o proponer cualquier cambio en el modelo de negocio existente para que se ajuste mejor a las necesidades de los consumidores o aporte mayores ganancias. De esta forma, se posee una ventaja ante la competencia.

Dada la evidencia presentada anteriormente, se plantea la siguiente hipótesis:

H 2: La innovación se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

La siguiente figura representa, en forma integrada el conjunto de hipótesis de la investigación.

Figura 1: Modelo de investigación



3. Metodología

3.1. Tipo y Diseño de investigación.

Se realizó un estudio cuantitativo del tipo no experimental con diseño transversal. La finalidad es determinar desde la perspectiva de los emprendedores, en qué medida influyen los factores de creatividad y la innovación en la sostenibilidad y crecimiento de los negocios en mercados competitivos.

3.2. Muestra

Una muestra es representativa cuando fue seleccionada al azar, donde, todos los sujetos de la población, tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionado (Otzen & Manterola, 2017). En este caso se aplicó el muestreo por conveniencia dada la naturaleza de la población en estudio. La población estuvo compuesta por 650 estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. La muestra de estudio, fue elegida por conveniencia considerando a los estudiantes comprendidos en el noveno y décimo ciclo de estudios. Para la presente investigación, se incluyeron a los 113 estudiantes que se forman como emprendedores de negocios y gestores de empresas. La muestra estuvo compuesta por estudiantes de las Escuelas Profesionales de Ingeniería Comercial, Contabilidad y Administración de negocios. La recopilación de datos se llevó a cabo el 2023.

3.3. Instrumento

Los instrumentos son medios que se utilizan como una herramienta que ayuda al proceso de recolección de datos y como un mecanismo para los cambios y acercamiento entre los objetivos y la realidad (Alegre Brítez, 2022). En cuanto a la técnica aplicada para la recolección de datos de campo, fue la encuesta, y en cuanto al instrumento, se utilizó el cuestionario que fue diseñado para analizar las variables creatividad, innovación y crecimiento de los negocios. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert, con cinco opciones de respuesta: Nunca (valor 1), a veces (valor 2), frecuentemente (valor 3), casi siempre (valor 4) y siempre (valor 5). Para el análisis de las variables se consideró tres niveles, para lo cual se propuso una escala, obtenida de la sumatoria de cada variable, utilizando los criterios de baja, moderada y alta. El cuestionario fue enviado en línea a los encuestados, pertenecientes a las carreras profesionales de Contabilidad, Ingeniería Comercial, Administración de Negocios Internacionales.

3.4. Análisis de datos

La investigación en las diferentes áreas del conocimiento abarca el análisis de variables a través de diferentes técnicas estadísticas dependiendo del tipo de variables y del tamaño de la muestra. El proceso de investigación incluye el concepto de variable y el tipo de medida que el investigador utiliza (Santos Curado et al., 2013). En el estudio, se recolectaron los datos, y se realizó el análisis descriptivo, con la finalidad de identificar los niveles predominantes de cada variable. Se desarrolló un análisis

La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

estadístico bivariado, para conocer el sentido y la intensidad de relación que existe entre las variables creatividad, innovación con el crecimiento de los negocios. Se profundizó el estudio, desarrollando el análisis de regresión lineal múltiple, orientada a determinar la variable que tiene la mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios. El modelo teórico conceptual propuesto se compone de tres variables, la creatividad, la innovación y el crecimiento de los negocios. Para el análisis estadístico se utilizó el Programa SPSS versión 26, el cual brindó los resultados descriptivos y las relaciones entre las variables.

3.5. Confiabilidad

La confiabilidad o fiabilidad, se refiere a la consistencia o estabilidad de una medida. La confiabilidad se refiere a la exactitud con que un instrumento de medida mide lo que mide (Virla, 2010). Para el análisis de confiabilidad del instrumento se utilizó el criterio de homogeneidad o consistencia interna de los ítems, para lo cual se utilizó como indicador el coeficiente de alfa de Cronbach.

Tabla 1
Análisis de confiabilidad

Factores de crecimiento	f	Alfa
Creatividad	4	0.803
Innovación	4	0.858
Crecimiento	4	0.849
Cuestionario complete	12	0.921

Nota: Elaboración propia

La Tabla 1 muestra los resultados de la evaluación de la confiabilidad del instrumento utilizando el coeficiente Alfa propuesto por Lee de Cronbach como medida. Una observación crítica a destacar es que todos los coeficientes superan el nivel mínimo del estándar de ($\alpha \geq 0,70$), lo que indica que existe una alta confiabilidad y que el instrumento puede utilizarse sin eliminar ítems o modificarlos. Específicamente, la innovación empresarial, fue la que logró el coeficiente más alto (0,858).

Resultados

La creatividad empresarial en los negocios

El análisis de los niveles de percepción que tiene el encuestado sobre el nivel de explicación que tendría la creatividad sobre el éxito en el crecimiento en los negocios, se puede ver en la Tabla 2. La creatividad ha sido descrita en tres niveles, bajo, regular y alto. El 31% de los encuestados consideran que el nivel de explicación que tendría la creatividad sobre el crecimiento de los negocios es bajo, el 47.8% considera que es regular y el 21.2% sostienen que es alto. Estos resultados nos permiten deducir que existe una importante consideración sobre el rol que cumple la creatividad el crecimiento de los negocios. En el proceso de generación y desarrollo de un negocio, la

La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

creatividad es un factor impulsor clave en su crecimiento. Si integramos el nivel regular y el alto, se tendría que el 69% de los encuestados estarían confirmando que la creatividad es indispensable en toda actividad empresarial que tiene como finalidad crecer exitosamente. De lo descrito, se puede concluir que en el perfil de los emprendedores cumple una función especial el desarrollo de la habilidad creatividad en la gestión y crecimiento de los negocios.

Tabla 2

Nivel de explicación de la creatividad sobre el crecimiento de los negocios

Niveles	fi	%
Bajo nivel de explicación	35	31,0
Regular nivel de explicación	54	47.8
Alto nivel de explicación	24	21.2
Total	113	100.0

Fuente: Elaboración propia

La innovación empresarial n los negocios

El análisis de los niveles de percepción que tiene el encuestado sobre el nivel de explicación que tendría la innovación sobre el éxito en el crecimiento en los negocios, se puede ver en la Tabla 3. La innovación ha sido analizada en tres niveles, bajo, regular y alto. El 20.4% de los encuestados consideran que el nivel de explicación que tendría la innovación sobre el crecimiento de los negocios es bajo, el 55.8% considera que es regular y el 23.8% sostienen que es alto. Estos resultados nos permiten deducir que existe una importante consideración sobre el rol que cumple la innovación empresarial en el crecimiento de los negocios. En el proceso de generación y desarrollo de un negocio, la innovación es un factor impulsor clave en su crecimiento. Si integramos el nivel regular y el alto, se tendría que el 79.6% de los encuestados estarían confirmando que la innovación empresarial es indispensable en toda actividad empresarial que tiene como finalidad crecer exitosamente. De lo descrito, se puede concluir que en el perfil de los emprendedores es vital el desarrollo de la habilidad innovadora en la gestión y crecimiento de los negocios.

Tabla 3

Nivel de explicación de la innovación empresarial en el crecimiento de los negocios

Niveles	f	%
Baja nivel de explicación	23	20,4
Regular nivel de explicación	63	55.8
Alto nivel de explicación	27	23.8
Total	113	100.0

Fuente: Elaboración propia

Pruebas de asociación

Habiendo analizado los niveles de explicación que presenta la creatividad y la innovación empresarial en el éxito del crecimiento de los negocios, y habiendo comprobado que las distribuciones de los datos de las variables creatividad, innovación y crecimiento de los negocios, tienen un p_valor menor del 5%, con prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirniiov, el resultado nos indica que los datos no siguen una distribución normal, por lo que procede la aplicación de la prueba estadística de chi cuadrado, con la finalidad de determinar los niveles de asociación que existen entre ellas y con el crecimiento económico. En tal sentido, con el estadístico, chi cuadrado, se conocerá si la creatividad o la innovación empresarial es la que mejor asociada se encuentra con el crecimiento de los negocios. La Tabla 4, muestra los resultados de la aplicación de la prueba Chi cuadrado. En primer lugar, se observa que el valor de chi cuadrado de la creatividad empresarial ($\chi^2=47,571$), es menor que el valor chi cuadrado ($\chi^2=78,636$) de la innovación empresarial. Esta diferencia nos indica que la innovación empresarial es la que mejor asociada se encuentra con el éxito en el crecimiento de los negocios. Asimismo, se observa que los p_valor de los dos factores son menores que el nivel de significancia del 5%. Lo cual significa que ambas distribuciones se encuentran asociadas significativamente con el crecimiento en los negocios. Interpretando estos resultados, nos indica que actualmente el crecimiento de los negocios, dependen del factor innovación como clave para mejorar la competitividad y favorecer el desarrollo sostenible del rendimiento de los negocios.

Tabla 4

Prueba de asociación

	Factores	Prueba Chi cuadrado	p-valor	Sig.	Contraste
Crecimiento de negocios	Creatividad	47,571	0.000	0.05	Existe asociación
	Innovación	78,636	0.000	0.05	Existe asociación

Fuente: Elaboración propia

Prueba para determinar nivel de relación e intensidad

El nivel de asociación es un indicador estadístico importante, que revela que la innovación es el primero que los emprendedores deben vigilar en el proceso de crecimiento de los negocios. Pero no nos indica la dirección ni la intensidad de la relación. Para tal efecto es relevante, calcular los coeficientes de correlación. Los datos de la Tabla 5, nos permite conocer que la relación es positiva y la intensidad es alta y significativa. El coeficiente Rho de Spearman de creatividad (Rho=0.575, Sig.=0.000), y la innovación empresarial (Rho=0.771, Sig.=0.000), nos indica que ambas variables tienen una relación positiva y fuerte con el crecimiento de los negocios. Interpretando los valores obtenidos, se aprecia que la innovación empresarial es la que destaca en nivel de intensidad, lo que implica que la innovación es valorada como factor fundamental para lograr el crecimiento sostenido de los negocios. Asimismo, es

La creatividad y la innovación empresarial:Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

considerada como la mejor oportunidad para incrementar los beneficios, y lograr una mayor competitividad. Por lo tanto, el éxito en el crecimiento de los negocios, va en la proporción en la que invierte en innovaciones en los diferentes sistemas que comprende el funcionamiento y desarrollo de un negocio.

Tabla 5
Correlación entre la creatividad, innovación y crecimiento de negocios

Variables	Coeficiente	Creatividad	Innovación
Crecimiento del negocio	Rho de Spearman	0.575	0.771
	del Sig.	0.000	0.000
	N	113	113

Fuente: Elaboración propia

Análisis de regresión múltiple

La Tabla 6 contiene la efectividad del modelo de regresión que tiene la finalidad de estimar el nivel de explicación que cada variable aporta al éxito de crecimiento de los negocios. Los resultados nos indica que las variables independientes creatividad e innovación empresarial, están fuertemente relacionadas ($R=0.793$), con el comportamiento del crecimiento de los negocios. Por otra parte, el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,629$), nos revela que el modelo explica el 62.9%, el crecimiento de los negocios y estadísticamente es significativa. Es decir, sobre lo descrito, se deduce, que la creatividad y la innovación empresarial, son dos variables significativas y parte importante del modelo. El coeficiente de Durbin Watson, expresa que el modelo es generalizable.

Tabla 6
Modelo de regresión múltiple con coeficiente de determinación

Modelo	R	R cuadrado	Gl	Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
1	.793	.629	2	0.000	2.300

Variables predictivas: Creatividad e innovación
Variable dependiente: Crecimiento del negocio

Fuente: Reporte visor de SPSS.26

Determinación del poder de influencia de las variables en el modelo

Dado la validez y significatividad estadístico del modelo, es preciso conocer cuál de las variables, creatividad e innovación, es la que realmente tiene el mayor poder de influencia sobre cómo lograr el éxito en el proceso de crecimiento de los negocios. Para tal efecto es necesario trabajar con el estadístico del coeficiente beta estandarizado

La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

contenido en los resultados del análisis de regresión múltiple de la Tabla 7. Según los valores del coeficiente beta estandarizados, se observa los niveles de influencia que tiene cada variable sobre el éxito del crecimiento de los negocios. En primer lugar se encuentra variable innovación empresarial con un nivel de influencia del 47.4% (beta=0.474, $p < 0.05$) y en segundo lugar se ubica la creatividad con un nivel de influencia del 43.6% (beta=0.436, $p < 0.05$). Ambos resultados revelan el alto poder de influencia que tienen sobre la variabilidad del crecimiento de los negocios. Del análisis se deduce que el factor impulsor del crecimiento de todo negocio es la innovación empresarial, que representa la introducción de algo nuevo en el desarrollo de la empresa, que puede ser un nuevo producto, una nueva estrategia, un nuevo estilo gerencial. Este resultado confirma que la innovación es la que contribuye de manera significativa con el crecimiento de las organizaciones haciéndolas más competitivas, eficientes, y efectivas en el logro de resultados.

Tabla 7

Modelo de regresión múltiple con coeficientes tipificados beta

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	23,238	1,923		12,082	,000
1 Creatividad	6,466	1,005	,436	6,435	,000
Innovación	8,065	1,154	,474	6,990	,000

Fuente: Elaboración propia

Se concluye el análisis, con la verificación estadística de las dos hipótesis de trabajo, con un nivel de confianza del 95%.

H 1. La creatividad se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

Se ha comprobado, que existe una moderada correlación, directa y significativa ($Rho = 0.575$, Sig.=0.00), entre el nivel de la creatividad empresarial y el éxito en el crecimiento de los negocios.

H 2: La innovación se relaciona significativamente con el crecimiento de los negocios.

Se ha comprobado que existe una alta correlación, directa y significativa ($Rho = 0.771$, Sig.=0.000), entre el nivel de la innovación empresarial y el éxito en el crecimiento de los negocios.

Discusión

En virtud de los resultados obtenidos en esta investigación, se evidencia que ambas variables creatividad e innovación, registraron niveles de regular valoración, razón por la que es necesario precisar que los procesos de emprendimiento requieren de un urgente y extenso proceso de mejoras y ajustes. En este sentido, los hallazgos revelaron que existe una brecha importante en la incorporación y desarrollo de estrategias asociadas fundamentalmente con la innovación empresarial. La identificación y determinación de que la innovación es el factor de mayor influencia en el crecimiento de los negocios, es un aporte relevante para quienes ya lograron emprender.

Zuñiga, Castillo Toro, & Castillo Quesada, (2018), sostiene que la creatividad a nivel empresarial constituye uno de los factores impulsores, que promueve la creación de alternativas novedosas que inciden directamente en la mejora continua de las empresas haciéndolas competitivas en mercados impredecibles. Estos resultados están relacionados con los encontrados en el presente estudio, que demuestra que la creatividad empresarial tiene un alto impacto en el crecimiento de los negocios, y con la prueba alfa estandarizada se define que la generación de nuevas ideas y propuestas de creación de valor lleva a las empresas a ser más productivas y competitivas en los mercados. En ese sentido ambos aportes confirman la explicación del modelo.

También hay coincidencia con el estudio realizado por, María Jardón, (2011) quien sostiene que una de las formas que tienen los negocios para ser competitivos, es generar innovaciones, que implica introducir nuevos diseños de productos, nuevas prácticas gerenciales, nuevas tecnologías, nuevas formas de organización. Dado que en este estudio se encontró que la innovación tiene un alto impacto en el crecimiento de los negocios.

El resultado del análisis estadístico bivariado, revela que las variables creatividad e innovación están fuertemente asociadas con el crecimiento de los negocios. Así como el análisis de regresión múltiple, define que la variable de la innovación empresarial es la que mayor nivel de influencia tiene sobre el crecimiento de los negocios. Estos resultados nos permiten deducir que actualmente es imposible sobrevivir en un mercado competitivo, si los emprendedores dejan de priorizar y de implementar programas de innovación que permita que los negocios sean más eficientes, den respuesta a las necesidades de los consumidores y aporten nuevo valor.

En resumen, esta investigación contribuye con el conocimiento relacionado con la gestión empresarial de emprendedores exitosos. En tanto que su desarrollo incentivara el debate y la discusión en materia de creación, gestión y crecimiento de los negocios. Del mismo modo, los resultados de la investigación servirán de guía para los emprendedores que se inician en el campo empresarial, considerando que deben prepararse en la ciencia de la innovación, sabiendo que constituye un factor impulsor relevante para quienes buscan en el mercado que los negocios prosperen y crezcan de manera sostenida en escenarios complejos.

Conclusiones

La creatividad y la innovación son dos factores claves en el crecimiento de los negocios, pero es la variable innovación empresarial la que tiene mayor influencia sobre el crecimiento de los negocios. Este conocimiento que se suma la teoría de la gestión empresarial, demuestra que todo emprendedor que busca mejorar su competitividad y elevar su crecimiento en el mercado, tiene que implementar planes, programas y estrategias que redundan en la innovación empresarial.

Ambas variables tanto la creatividad como la innovación, están fuertemente asociadas, lo cual indica que los emprendedores para lograr el éxito en los negocios, es importante fortalecer la relación creatividad e innovación. Ambas se complementan, no habrá éxito empresarial, si en el inicio de un negocio no se utilizan estas dos poderosas herramientas.

Todos los negocios, sin importar el tipo de actividad económica que realicen, dependen de la calidad de propuestas de innovación empresarial que apliquen para liderar en el mercado. Es evidente para los emprendedores en formación reconocer que la innovación empresarial es la más influyente en el crecimiento de los negocios.

La investigación comprueba que el nivel de influencia que tiene la creatividad e innovación en el crecimiento de los negocios, es bastante alta y significativa ($R^2= 62.9\%$), lo cual demuestra que, tanto la creatividad, como la innovación tienen incidencia directa en el inicio, crecimiento y desarrollo de los negocios en mercados cambiantes y altamente competitivos.

La innovación es el camino clave para potenciar los procesos de gestión de negocios elevando las posibilidades de éxito empresarial. La creatividad significa plasmar una idea en la realidad y la innovación significa la actualización y transformación permanente de esa idea en la realidad. Los resultados de la investigación permiten confirmar, que los negocios que compiten basados en la innovación, son aquellos que tendrán elevadas probabilidades de ser exitosos y liderar en el mercado altamente competitivo.

Referencias

- Alegre Brítez, M. Á. (2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual. *Población y Desarrollo*, 28(54), 93–100. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093>
- Aranibar Ramos, E., & Villavicencio Luna, E. (2022). Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(4), 310–322. doi:. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>.
- Gluck, j. e. (2002). Cómo los creativos definen la creatividad: las definiciones reflejan diferentes tipos de creatividad. *Revista de investigación de creatividad*, 55–67.

La creatividad y la innovación empresarial: Cuál es el más influyente en el crecimiento de los negocios

- Hernández-Fuentes¹, S., & Sánchez-Mojica, K. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial. *Investigación y desarrollo*, 8(1), Pag. 23-33. doi:doi: 10.19053/20278306.v8.n1.2017.7368
- Jardón, C. M. (2011). Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia. *EURE*, 37(112), 115-139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19619852006>
- Kuratko, D. y Audretsch, D. (2009). Strategic Entrepreneurship: Exploring Perspectives an emerging Concept. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (1), 1-17. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00278.x>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pertuz Peralta, V., & Pérez Orozco, A. (2016). Educación, ciencia, tecnología e innovación en Colombia: avances y retos del periodo 1996-2016. *Andina de estudios políticos*, 6(2), pp.92-116.
- Rodríguez, L. del C. R. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*, 7(19 enero-abril), Article 19 enero-abril. <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.133>
- Romero, A. F. (2005). CREATIVIDADE INNOVACIÓNEN EMPRESASY ORGANIZACIONES. Argentina: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Santos Curado, M. A., Vitorino Teles, J. M., & Marôco, J. (2013). Análisis estadístico de escalas ordinales: Aplicaciones en el Área de Salud infantil y Pediatría. *Enfermería Global*, 12(30), 434-445.
- Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252.
- Zuñiga, E. C., Castillo Toro, J., & Castillo Quesada, N. (enero-junio de 2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*(No.19 |), pp. 55-65. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2363>

Artículo original

Los principios gerenciales relevantes desde el enfoque del gestor público

The relevant management principles from the public manager's approach

Kilber García del Águila⁶

orcid.org/0000-0002-0994-2868

Carlos Gustavo Márquez Quinto⁷

<https://orcid.org/0000-0001-7481-4822>

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

Resumen

El artículo se realizó con la finalidad de identificar los principios gerenciales que son relevantes en el proceso de una gestión pública, desde la percepción de los profesionales que siguen estudios de posgrado en la maestría de gerencia pública. En el contexto de la administración pública muchos son los profesionales que siguen estudios de posgrado con el fin de prepararse y lograr una exitosa contribución en el mejoramiento de la calidad de la gestión pública. El tipo de investigación es exploratoria, con un diseño descriptivo causal explicativo. La muestra de estudio estuvo conformada por 63 profesionales del sector público y privado, de los cuales 35 son hombres y 28 mujeres. Se administró un instrumento de tipo mixto con preguntas de selección múltiple con escala de intervalos y preguntas tipo escala Likert. La tasa de respuestas fue del 95% del total de cuestionarios enviados. Se validó el instrumento con el coeficiente de Alpha de Cronbach (0.865) y de validez de contenido con un valor de KMO y prueba de Barlet (0.621). El estudio concluyó que los principios gerenciales relevantes fueron la planificación y el de control, con un nivel de confianza del 95%.

⁶ Magíster en Agronegocios. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. kilgarcia@virtual.upt.pe

⁷ Magíster en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. carmarquez@virtual.upt.pe

Palabras claves: gerencia, habilidades, planificación y gestión pública.

Abstract

The article was carried out with the purpose of identifying the management principles that are relevant in the public management process, from the perception of professionals who pursue postgraduate studies in the master's degree in public management. In the context of public administration, there are many professionals who pursue postgraduate studies in order to prepare and achieve a successful contribution to improving the quality of public management. The type of research is exploratory, with a causal-explanatory descriptive design. The study sample was made up of 63 professionals from the public and private sectors, of which 35 are men and 28 women. A mixed type instrument was administered with multiple choice questions with an interval scale and Likert scale type questions. The response rate was 95% of the total questionnaires sent. The instrument was validated with Cronbach's Alpha coefficient (0.865) and content validity with a KMO value and Barlet test of (0.621). The study concluded that the relevant management principles were planning and control, with a confidence level of 95%.

Keywords: management, skills, planning and public management.

Introducción

Actualmente las Instituciones públicas, son conducidas por profesionales que demuestran bajos niveles de eficacia en los resultados obtenidos desde las expectativas de los ciudadanos. El sistema de administración pública es deficiente en su propósito de mejorar la calidad del servicio público. Los principios gerenciales como la planificación, organización, manejo de recursos, dirección y control, son determinantes en la articulación y sinergia de todos los actores involucrados para dar solución a la problemática social.

Actualmente el sistema de la administración pública se encuentra muy burocratizada, por estar conducida por un fuerte contingente de normas. Esta forma de llevar adelante la gestión pública ha generado un bajo nivel de efectividad en el logro de resultados para los ciudadanos. Es importante conocer que la gestión pública en el Perú desde el año 2012, se encuentra en modernización, pero aún no se observan los cambios. La gerencia pública implica gestionar los cambios que espera el ciudadano, desde la aplicación adecuada y eficiente de la planificación, organización, manejo de recursos, dirección y control.

El presente estudio busca identificar los principios gerenciales que son los predominantes en la gestión pública y que de su adecuado dominio y manejo depende la calidad de la gestión pública. Considerando que la modernización de la gestión pública está en manos del gerente público, entonces es preciso y conveniente, revalorar

el rol del gerente público, pero desde un enfoque de gestión integral. Quienes dirigen la gestión pública son profesionales que deben dominar y manejar los principios de la gerencia, que es una herramienta de ventaja competitiva, que logra involucrar a todos los empleados de una organización en la consecución de unas metas.

Marco conceptual

1. Planificación

El Gerente Público debe preparar en forma cooperativa con sus colegas un plan para su organización. El plan es una especie de mapa que le dice a la organización a dónde tiene que ir y por qué. En términos generales, el plan responde a la pregunta “qué es lo que se tiene que alcanzar”. El programa es otro tipo de plan que les dice a los miembros de la organización “cómo” puede alcanzar sus objetivos, metas o resultados. En otras palabras, el plan describe con algún detalle, objetivos generales y específicos (el qué) y además, también señala las cosas de valor que deben ser obtenidas, ya que ellas son deseables para todo el grupo de trabajo. El programa es un documento mucho más detallado, que señala cómo la organización alcanzará los objetivos previamente señalados.

2. Organización

El Gerente Público, en acuerdo con sus colaboradores y subordinados, debe diseñar una estructura o sistema de coordinación. En otras palabras, debe diseñar una carta de organización llamada también organigrama. Si el trabajo se divide (tal como resulta de la función programación) y luego no se vuelve a integrar, no habría organización, ni habría tampoco coordinación de estas actividades, desconectadas entre sí. Cada parte funcionaría como un ente autónomo y descoordinado con las otras partes lo que llevaría al caos laboral. La función organización, existe precisamente para evitar este caos y esto se logra mediante la creación de una estructura de orden, autoridad y coordinación.

3. Manejo de Recursos Humanos

Una vez que la estructura de la organización ha sido diseñada, discutida y aprobada, el Gerente Público debe preocuparse de las funciones de manejo de recursos humanos, partiendo con la sub-función de reclutamiento y selección de personal. Esta sub-función, tiene como objetivo asegurar que cada posición o cargo, incluido en esta estructura, sea ocupado por personas calificadas y que puedan desempeñar en forma adecuada las funciones y tareas del cargo. El individuo debe encajarse en el cargo o posición, tal como se encaja un pie dentro de un zapato o una mano al interior de un guante. El pie, no puede ser ni más grande ni más pequeño que el zapato, ambos deben calzarse a la perfección y este proceso de ajustar al candidato al cargo, se consigue a través del proceso de selección y reclutamiento de personal. Para conseguir esto, existen sistemas para difundir los cargos disponibles, para ello se lanzan propagandas en la radio, la televisión y la prensa escrita. Los candidatos interesados envían, entonces, sus *currículos vitae* a la oficina de personal o servicio civil y ahí son sometidos a una

preselección. Aquellos candidatos que completan la lista corta, son convocados para entrevistas personales. En estas entrevistas, el candidato es sometido a baterías de preguntas, *test* de selección, exámenes escritos, entrevistas con psicólogos, etc. Para cada cargo, el departamento de personal presenta una terna al jefe directo (de la línea de mando) quien es el que toma la decisión final, de seleccionar a aquel candidato que mejor llena los requisitos del cargo.

4. Dirección

Esta es una de las funciones más importantes del Gerente Público. Hasta este momento el gerente ha estado concentrado en actividades de planificación, diseño de la estructura, reclutamiento y selección del personal. En otras palabras, estas han sido funciones preliminares y relativamente estáticas de la administración. Con la función de dirección los aspectos dinámicos de la gerencia o Administración Pública se inician. En las funciones anteriores se han fijado objetivos, se ha diseñado la maquinaria y se ha cargado el combustible, ahora es el momento de poner el motor en marcha y empezar el movimiento. Es preciso iniciar las actividades sustantivas y dinámicas. Estas actividades tienen por objeto implementar los planes y programas que dieron origen a la organización.

5. Control

Esta es la última de las funciones gerenciales y tiene que ver con la supervisión de todas las actividades diarias y la implementación cotidiana de planes y programas. El gerente, usando las columnas de metas y resultados de sus programas como parámetros de evaluación, debe observar la conducta organizacional y la forma cómo estos planes y programas se ejecutan. Esta función, por lo tanto, significa la observación, evaluación y verificación de las actividades organizacionales. El gerente debe crear y diseñar sistemas adecuados de información, que le permitan conocer en la forma más oportuna posible, cómo las actividades se están realizando. Particularmente, el gerente debería recibir información diaria sobre algunos indicadores y estándares de rendimiento, si las actividades y resultados obtenidos se alejan de los resultados esperados, deben introducirse correcciones inmediatas.

Metodología

El estudio es exploratorio con la finalidad de aportar nuevos elementos teóricos al campo de la gestión pública. Tiene como objetivo identificar y establecer los principios gerenciales que son fundamentales para una gestión pública óptima. Se desarrolla un diseño de análisis descriptivo correlacional y causal explicativo, focalizado en el estudio son profesionales de diferentes especialidades, que siguen estudios de maestría en Gerencia Pública en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna. La muestra estuvo conformada por 63 maestrantes, de los cuales 35 son hombres y 28 mujeres. En la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con 26 ítems, considerando las dimensiones asociadas a los principios gerenciales de Planificación, Organización, Manejo de recursos, Dirección y Control. La tasa de respuestas fue del 95% del total de cuestionarios enviados. La confiabilidad del instrumento con Alpha de Cronbach fue de 0.865 y la validez de contenido con KMO y

prueba de Barlet fue de 0.621 mayor a 0.5 y un valor Sig menor a 5%, es aceptable. La información se procesó utilizando el software estadístico SPSS versión 19.0.

Resultados

A continuación, se presentan los análisis de las percepciones que tienen los profesionales que se preparan para realizar gestión pública en base a una gestión para resultados.

1. Análisis de la estructura de la muestra

En primer lugar, se muestra la importancia que tiene la diversidad de profesionales que participan en el estudio. El 30.2% son ingenieros, el 22.2% son contadores, el 17.5% son administradores, el 15.9% son abogados y finalmente están los psicólogos, arqueólogos y obstetras, con valores menores a 6 %. Del total de la muestra de estudio, el 55.6% son hombres y el 44.4% son mujeres. Todos ellos tienen una percepción clara lo que significa la gestión pública y cuál es su rol para transformarla.

2. Análisis de la importancia de los principios gerenciales

Para una eficaz gestión pública es fundamental que los profesionales tengan una posición clara sobre la importancia que tienen los principios gerenciales que permiten asegurar la dirección óptima de una institución pública. La Tabla 2, muestra en orden descendente el valor de las medias de los principios gerenciales, en las que se aprecia el grado de importancia que los encuestados consideran relevante para un desempeño idóneo en la gestión pública. Observando los valores de las medias, se aprecia que en primer lugar se encuentra el principio de la planificación (31.21), en segundo lugar, sigue el principio de la dirección (27.21), en tercer lugar el principio del control (22.76), en cuarto lugar el principio del manejo de recursos (21.89) y finalmente está el principio de la organización (21.49). El análisis permite deducir que para dirigir una institución pública los gerentes deben de desarrollar y aplicar en forma prioritaria los principios de planificación y de la dirección.

Tabla 2
Estadísticos descriptivos

Principios gerenciales	Media	Desviación estándar
Planificación	31,21	2,483
Dirección	27,21	2,299
Control	22,76	1,890
Manejo de recursos	21,89	2,072
Organización	21,49	2,409

3. Prueba de normalidad

Para las pruebas estadísticas se procederá a determinar los resultados de la prueba de normalidad.

Las hipótesis para la prueba de normalidad son las siguientes:

Hipótesis

H₀ = Los datos tienen una distribución normal

H₁ = Los datos no tienen una distribución normal

Regla de decisión

Si Valor Sig. > 0.05 Se acepta la H₀

Si Valor Sig. < 0.05 Se rechaza la H₀

Tabla 3

Prueba de normalidad

Principios gerenciales	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl.	Sig.
Planificación	,133	62	,009
Organización	,130	62	,011
Manejo de recursos	,159	62	,001
Dirección	,153	62	,001
Control	,170	62	,000

La Tabla 3 contiene la prueba de normalidad, Kolmogorov-Smirnov, para una muestra mayor a 30. Se observa que los valores (Sig.) de cada una de las muestras, es menor que el nivel de significancia 0.05 (5%). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁). Esto significa que los datos provenientes de las encuestas no tienen distribuciones normales.

4. Análisis de la relación

Hipótesis

H₀: No existe relación entre los principios gerenciales y la gestión pública

H₁: Existe relación entre los principios gerenciales y la gestión pública.

Tipo de prueba

Chi cuadrado

Coeficiente de contingencia

Coeficiente lambda

Regla de decisión

Para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza Ho
Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la Ho

Tabla 4
Pruebas de significatividad, relación y de predicción

Variable	Principios	Prueba Chi cuadrado	Sig.	Coefficiente de contingencia (C)	Sig.	Coefficiente Lambda
Principios gerenciales	Planificación	311.225	0.006	0.913	0.006	0.531
	Organización	226.464	0.040	0.886	0.040	0.462
	Manejo de recursos	220.436	0.011	0.883	0.011	0.489
	Dirección	42,244	0.007	0.637	0.007	0.089
	Control	186.330	0.015	0.886	0.015	0.542

La Tabla 4, muestra las pruebas de significatividad, relación y de predicción entre los principios gerenciales y la gestión pública. La prueba estadística (Chi cuadrado) demuestra que los principios gerenciales están asociados de manera significativa con la gestión pública. Dado que los valores Sig. Son menores del 5%, se rechaza la hipótesis nula (H0), y se acepta la hipótesis alternativa (H1). El análisis correlacional demuestra que el principio con mayor coeficiente de contingencia corresponde a la planificación (C> 0.918), le sigue el principio gerencial de control (C> 0.918). Estos dos principios resultan ser los relevantes desde la percepción de los gestores públicos. La prueba de direccionalidad Lambda confirma que los principios gerenciales de planificación ($\lambda=0.531$) y el principio de control con ($\lambda= 0.542$), son los que mayor capacidad de predicción tienen sobre la variable gestión pública.

Conclusiones

La investigación revela que los principios gerenciales que tienen alta relación significativa con la gestión pública son la planificación y el principio de control, dentro del enfoque de gestión por resultados. Estos resultados reflejan la importancia que tiene la planificación y el control en un proceso de gestión pública. La planificación estratégica y la planificación por resultados, son dos poderosas herramientas que permiten asegurar resultados en la gestión pública, pero la planificación por resultados, que exige el manejo del enfoque del marco lógico, es una de la menor aplicación dado que exige mayor preparación para su desarrollo.

En ese mismo sentido, el principio de control, también cumple un rol determinante en la generación de resultados en la gestión educativa. La planificación en cuanto establece la dirección de lo que se tiene que hacer en la gestión, el control verifica si las metas se vienen logrando y en qué medida se va en la dirección correcta.

Ser gestor de una institución pública, se requiere el dominio y manejo de las herramientas que exige la Planificación y el sistema de control, para poder asegurar el éxito en la asignación eficiente de los recursos escasos y lograr satisfacer adecuadamente las expectativas de los ciudadanos.

Referencias

- Albi, E., López J. (1977). *Gestión Pública, Fundamentos, Técnicas y casos*. Ariel Economía, España.
- Dávila, Carlos L. de G. (2001). *Teorías Organizacionales y Administración*. 2° edición. McGraw Hill
- Drucker, Peter. (1967). *Las fronteras del porvenir*. Editorial Hobbs–Sudamericana, Buenos Aires.
- Drucker, Peter (1992). *Dirección de instituciones sin ánimo de lucro*, traducción española, El Ateneo, Buenos Aires.
- Drucker, Peter. (1996). *La gestión en un tiempo de grandes cambios*, Traducción española, Edhasa, Barcelona.
- Echevarría, K. y Mendoza, J. (1999). *La especificidad de la gestión pública*. Banco Mundial, Washington D.C., USA.
- Huertas, F. (1996). *El Método PES*. Fundación Altadir. La Paz, Bolivia.
- Kelly, J. (2003). *Políticas Públicas en América Latina. Teoría y Práctica*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Malave, J. (1999). *Prácticas Organizacionales*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Márquez, P. y Piñango, B. (2003). *En esta Venezuela: realidades y nuevos caminos*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Matus, C. (1994). *Adiós Señor Presidente*. Fundación Altadir. Caracas. Venezuela.
- Paravisini, D. (1998). *¿Hacia un nuevo Estado? Debates IESA*. Vol. I, p. 61–62. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Waissbluth, M. (2003). *La Reforma del Estado en América Latina*. INVERTEC. Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- Weiss, C. (1987). *Investigación evaluativa*. México: Trillas.
- Zambrano, A. (2001). *Gerencia Estratégica y Gobierno*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Zambrano, A. (2006). *Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública*. Ediciones UCAB–IGEZ. Caracas, Venezuela.

Artículo original

Influencia del ecoturismo y turismo accesible en el bienestar de los turistas

Influence of ecotourism and accessible tourism on the well-being of tourists

*Reyna Luz Arias Carrillo*⁸

<https://orcid.org/0009-0006-5532-2076>

*Héctor Gonzales Ccopacati*⁹

<https://orcid.org/0009-0003-1025-6376>

Recibido 15/04/2024

Aceptado 10/06/2024

Resumen

El presente estudio está orientado a determinar el nivel de influencia del ecoturismo y turismo en el bienestar de los turistas desde la percepción de los estudiantes de la Escuela de Turismo de la UPT de Tacna. El estudio realizado fue no experimental, con nivel causal explicativo, de carácter transversal con un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 112 estudiantes. La estrategia para recolectar la información se basó en la aplicación de un cuestionario con preguntas de selección múltiple. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert. Se validaron los instrumentos con el coeficiente de confiabilidad de Alpha de Cronbach, con valores de 0.905, 0.913 y 0.844. Los resultados indican que la variable Ecoturismo es suficiente con un 43.8%, lo que evidencia que el desarrollo del ecoturismo se proyecta hacia la dinamización de las economías locales, generando actividades empresariales y comerciales en servicios turísticos básicos como alojamientos, alimentos, guías entre otros y actividades complementarias.

⁸ Doctora en Administración. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. reyariasc@virtual.upt.pe

⁹ Maestro en Gestión Empresarial. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. hgonzales@virtual.upt.pe



Palabras claves: turismo accesible, ecoturismo.

Abstract

This study is aimed at determining the level of influence of ecotourism and tourism on the well-being of tourists from the perception of students of the School of Tourism of the UPT of Tacna. The study was non-experimental, with an explanatory causal level, of a transversal character with a quantitative approach. The sample consisted of 112 students. The strategy to collect the information was based on the application of a questionnaire with multiple choice questions. The statements were measured using the Likert scale. The instruments were validated with the Cronbach's Alpha reliability coefficient, with values of 0.905, 0.913 and 0.844. The results indicate that the Ecotourism variable is sufficient with 43.8%, which shows that the development of ecotourism is projected towards the revitalization of local economies, generating business and commercial activities in basic tourist services such as accommodation, food, guides, among others, and complementary activities.

Key words: accessible tourism, ecotourism.

1. Introducción

El turismo accesible y el ecoturismo son dos áreas en constante crecimiento que buscan promover la inclusión y la sostenibilidad en la industria turística. Sin embargo, la investigación sobre cómo estas formas de turismo influyen en el bienestar de los turistas con discapacidad es limitada. Por lo tanto, surge la necesidad de explorar en profundidad cómo la combinación de ecoturismo y turismo accesible impacta en la experiencia y satisfacción de este grupo de turistas, así como en su bienestar general. Esta nueva concepción del turismo, además de contribuir a una mayor especialización de las instalaciones que lo desarrollan, permite mostrar un aspecto humanístico que mejora la imagen corporativa de la empresa turística socialmente responsable, lo que se traduce en una importante ventaja competitiva. Su base de evolución se centra en la accesibilidad universal, los tipos de discapacidad, los mercados turísticos y la legislación que ampara los derechos de las personas con discapacidad (Cunalata, 2020).

El turismo accesible y el ecoturismo son áreas de creciente importancia en el contexto peruano, especialmente en relación con el bienestar de los turistas con discapacidad. A esto se suma las nuevas necesidades en relación al turismo de bienestar que debe ser una política de gestión en el sector turismo. La literatura reciente destaca la necesidad de promover estas formas de turismo para garantizar la inclusión y la sostenibilidad. Un estudio publicado en la revista *Educational Researcher* señala que "el ecoturismo puede tener efectos positivos en la salud y el bienestar de las personas". Asimismo, un artículo en la revista *Journal of Teacher Education* destaca la importancia de la accesibilidad en

el turismo, mencionando que el turismo accesible es un derecho humano fundamental y una oportunidad de negocio significativa.

Por otro lado, se complementa un aspecto muy importante como el turismo de bienestar, una nueva modalidad que surge ante las necesidades más personales, de salud y aspectos emocionales de la demanda turística. En los últimos años, el turismo de salud y bienestar ha experimentado un crecimiento exponencial y está siendo cada vez más reconocido como un aspecto crucial del turismo a nivel mundial. El mismo, según investigadores, engloba dos conceptos: médico (curativo) y turismo de bienestar (preventivo y de bienestar), aunque algunos también señalan la presencia de un tercero denominado turismo de spa (Cruz-Piña, 2023)

Al abordar esta problemática, se pretende no solo identificar los beneficios específicos que el ecoturismo y el turismo accesible pueden aportar a los turistas con discapacidad, sino también comprender los desafíos y barreras que aún existen en la implementación efectiva de estas prácticas inclusivas. Esta investigación busca contribuir al desarrollo de estrategias y políticas que fomenten un turismo más accesible, sostenible y enriquecedor para todos los individuos, independientemente de sus capacidades físicas.

La investigación tiene la siguiente estructura cuatro secciones, la primera explica la importancia del tema, en una segunda sección esta la metodología requerida, luego se plantean los hallazgos del estudio y finalmente se formular las conclusiones sobre los resultados obtenidos. La metodología del estudio fue cuantitativa, con pruebas y análisis estadísticos.

Revisión de literatura

Ecoturismo

Por su parte Buckley (1993) señala una dicotomía en la forma de entender el concepto de ecoturismo. Por un lado, el de las organizaciones ambientales, que contemplan el ecoturismo basado en la naturaleza, con una gestión sostenible y una preocupación por la conservación y la educación ambiental. Por otro lado, la visión de la industria y los gobiernos, que entiende que turismo natural y ecoturismo son sinónimos. Este mismo autor señala que hay cuatro aspectos comunes esenciales entre turismo y medioambiente: en primer lugar, el medio natural como la base del producto; en segundo lugar, la gestión del turismo para reducir el impacto de la actividad; en tercer lugar, la contribución del turismo a la conservación del medio natural; y en cuarto y último lugar, las actitudes de los turistas hacia el medioambiente y la educación de los operadores turísticos sobre el cuidado del entorno. Por tanto, tener un concepto único de ecoturismo no parece conveniente, a menos que éste se emplee en documentos legales o administrativos relacionados con el uso de fondos públicos (Jareño, 2020).

Turismo accesible

“La accesibilidad es un elemento crucial de toda política de turismo responsable y sostenible. Es una cuestión de derechos humanos y es también una extraordinaria oportunidad de negocio. Por encima de todo, debemos darnos cuenta de que el Turismo Accesible no solo es bueno para las personas con discapacidad o con necesidades especiales, es bueno para todos.” Taleb Rifai, Secretario General de la OMT.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo accesible es “una forma de turismo que implica un proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre ellas las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente, con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023), 1.300 millones de personas – alrededor del 16% de la población mundial – tienen un alto grado de discapacidad. El acceso para todas las personas a las infraestructuras, productos y servicios turísticos debe estar en el centro de cualquier política de turismo responsable y sostenible. La accesibilidad no se refiere únicamente a los derechos humanos. Es una oportunidad de negocio para los destinos y las empresas para acoger a todos los visitantes, en igualdad de condiciones, e incrementare sus ingresos.

Según Darcy y Dickson (2009), "el turismo accesible implica procesos de colaboración planificados estratégicamente entre las partes interesadas, permitiendo a las personas con requisitos de acceso funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de productos, servicios y entornos turísticos basados en el Diseño Universal" . Esta definición adopta un enfoque del ciclo vital de las personas, entendiendo que el beneficio de la accesibilidad se hace presente en todas las personas a lo largo de su vida, incluyendo personas con discapacidades permanentes y temporales, adultos mayores, personas con obesidad, familias con niños pequeños, entre otros. La importancia de este tipo de turismo, tanto desde el punto de vista de las necesidades emocionales y sociales de este segmento de población, como desde el punto de vista de su rentabilidad económica, son aspectos que muestran que parte de la discusión en política turística debería girar hoy en día en torno a ese novedoso concepto de competitividad en turismo accesible (Porto, 2019).

Turismo de bienestar

El turismo de bienestar forma parte del turismo de salud, entendiéndose la salud como el estado completo de bienestar físico, mental y social y no solo como la ausencia de afecciones o enfermedad, según la Organización Mundial de la Salud. La motivación principal de viaje del turista es lo que define el tipo de turismo que realiza. De modo que, el turismo de salud, está referido al viaje que realiza una persona fuera de su residencia habitual para recibir un servicio de salud. En este sentido, se considera que turismo de salud es el viaje que realiza una persona a un destino para recibir tratamiento

o terapia y recuperar la salud con descanso en dicho lugar. Es decir, se requiere para la operatividad del viaje, no solo un centro médico, hospital o clínica, sino una serie de instalaciones adicionales donde el turista descanse, se alimente y se relaje; todo ello, en busca de la recuperación del estado de bienestar ansiado (Rieckhof, 2020).

El turismo de bienestar se presenta como una oportunidad de explotación continua de ventajas competitivas (paisajes naturales atractivos para el levantamiento mental y espiritual, personal cualificado para la oferta de terapias no invasivas de relajación y recuperación de energía, tratamiento de cuadros con medicamentos sin compuestos químicos de amplia circulación dentro de las fronteras de una nación) con fines de diversificación de ingresos y sofisticación económica a partir del aprovechamiento de la creciente necesidad de combatir enfermedades como el estrés, sobrepeso, depresión, entre otros mediante tratamientos/procedimientos no tradicionales (Pacheco, 2015).

Metodología

La investigación es un estudio de tipo no experimental–transversal descriptivo, con metodología cuantitativa. Se desarrolló un diseño de análisis estadístico, orientado a determinar si la variable ecoturismo tiene relación con la variable turismo de bienestar y determinar si la variable turismo accesible tiene relación con la variable turismo de bienestar. La unidad de estudio fueron los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. La muestra de estudio fue de 112 estudiantes, de los cuales el 59.8% son mujeres y el 40.2% hombres. En la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, considerando dos dimensiones la variable ecoturismo, seis dimensiones para la variable turismo accesible y tres para la variable turismo de bienestar. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert. La confiabilidad de los instrumentos fueron muy buenos con valores del Alpha de Cronbach de 0.905, 0.913 y 0.844 respectivamente. Para el análisis estadístico se aplicó la prueba de normalidad, y se aplicó el método de P valor, para determinar el nivel de significatividad del estadístico Chi cuadrado. Se administró el Programa SPSS versión 15 para el análisis del comportamiento de la variable.

Resultados

1. Descripción de la muestra

La Tabla 1 muestra las características de los encuestados. El 59.8% de los encuestados son del género femenino, el 63.4% tienen edades entre 19 y 21 años.

Tabla 1
Características de la muestra

Genero	f	%
Hombres	45	40.2
Mujeres	67	59.8
Edad		
Menor de 19	11	9.8
Entre 19 y 21	71	63.4
Más de 21 años	30	26.8

2. Análisis descriptivo

2.1. Análisis de la predominancia de las variables

Los datos de la Tabla 2 revelan los niveles predominantes para las variables ecoturismo, turismo accesible y turismo de bienestar que perciben los estudiantes de la Universidad Privada de Tacna. En la actividad ecoturismo se observa que predomina el nivel de suficiente con el valor del 43.8%, en la actividad turismo accesible predomina el nivel insuficiente con el valor del 40.2% y de actividad turismo de bienestar de igual forma predomina el nivel insuficiente con 44.6%. Del análisis se deduce que solamente la actividad del ecoturismo recibe una valoración relevante en el bienestar que puede producir en los turistas, mientras que las actividades del turismo accesible y turismo de bienestar, mientras que para las actividades turismo accesible y turismo de bienestar, consideran que la influencia en el bienestar de los turista es insuficiente e insatisfactorio.

Tabla 2
Niveles de ecoturismo, turismo accesible y turismo de bienestar

Variable	Niveles	FA	%
Ecoturismo	Insuficiente	42	37.4
	Suficiente	49	43.8
	Optimo	21	18.8
	Total	112	100
Turismo accesible	Insuficiente	45	40.2
	Suficiente	34	30.4
	Optimo	33	29.4
	Total	112	100
Turismo de bienestar	Insuficiente	50	44.6
	Suficiente	41	36.6
	Optimo	21	18.8
	Total	112	100

Fuente: Elaboración propia

2.2. Análisis de las dimensiones

2.2.1. Análisis de las dimensiones de la variable ecoturismo

Los datos de la Tabla 3 revelan los niveles de predominancia entre las dimensiones de la variable ecoturismo desde la percepción de los estudiantes. En cuanto a la dimensión conservación del medio ambiente, se observa que el 44,6% de estudiantes encuestados perciben que es suficiente, el 34.8% consideran que es insuficiente y el 20.5% que es óptimo. Respecto de la dimensión desarrollo sostenible de la comunidad, el 53,6% de los encuestados sostiene que es suficiente, el 33.9% consideran insuficiente y el 12.5% óptimo.

Del análisis se deduce que, en las dos dimensiones de la actividad ecoturismo, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales perciben un nivel de suficiente, con valores de 44,6% para la dimensión conservación del medio ambiente, un nivel de suficiente con 53.6% para la dimensión desarrollo sostenible de la comunidad, por lo que se deduce un nivel de percepción suficiente en la actividad ecoturismo.

Tabla 3

Niveles de las dimensiones de la actividad ecoturismo

Dimensiones	Niveles	f	%
Conservación del medio ambiente	Insuficiente	39	34,8
	Suficiente	50	44,6
	Optimo	23	20,5
	Total	112	100
Desarrollo sostenible de la comunidad	Insuficiente	38	33,9
	Suficiente	60	53,6
	Optimo	14	12,5
	Total	112	100

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Análisis de las dimensiones de la variable turismo accesible

Los datos de la Tabla 4 revelan los niveles de predominancia entre las dimensiones de la variable turismo accesible desde la percepción de los estudiantes. En cuanto a la dimensión humana, se observa que el 42.9% perciben que es suficiente, el 40.2% consideran que es insuficiente y el 16.9% que es óptimo. Respecto de la dimensión legislativa, el 42.9% de los encuestados sostiene que es suficiente, el 37.5% consideran insuficiente y el 19.6% óptimo. Sobre la dimensión tecnológica, se observa, que 42.0% de los encuestados afirman que es suficiente, el 33.9% que es insuficiente y el 24.1% que es óptimo. En cuanto a la dimensión biótica, se observa que el 40.2% perciben que es suficiente, el 35.7% consideran que es insuficiente y el 24.1% que es óptimo. Respecto de la dimensión abiótica, el 47.3% de los encuestados sostiene que es suficiente, el 33.9% consideran insuficiente y el 18.8% óptimo. Sobre la dimensión relacional, se

observa, que 44.6% de los encuestados afirman que es suficiente, el 38.4% que es insuficiente y el 17.0% que es óptimo.

Del análisis se deduce que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales perciben un nivel de suficiente para todas las dimensiones, con valores de 42,9% para la dimensión humana, con 42,9% para la dimensión legislativa, con 42,0% para la dimensión tecnológica, con 40.2% para la dimensión biótica, con 47.3% para la dimensión abiótica y con 44.6% para la dimensión relacional, por lo que se deduce un nivel de percepción suficiente en la actividad turismo accesible.

Tabla 4
Niveles de las dimensiones de la actividad ecoturismo

Dimensiones	Niveles	f	%
Humana	Insuficiente	45	40,2
	Suficiente	48	42,9
	Optimo	19	16,9
	Total	112	100
Legislativa	Insuficiente	42	37,5
	Suficiente	48	42,9
	Optimo	22	19,6
	Total	112	100
Tecnológica	Insuficiente	38	33,9
	Suficiente	47	42,0
	Optimo	27	24,1
	Total	112	100
Biótica	Insuficiente	40	35,7
	Suficiente	45	40,2
	Optimo	27	24,1
	Total	112	100
Abiótica	Insuficiente	38	33,9
	Suficiente	53	47,3
	Optimo	21	18,8
	Total	112	100
Relacional	Insuficiente	43	38,4
	Suficiente	50	44,6
	Optimo	19	17,0
	Total	112	100

Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Análisis de las dimensiones de la variable turismo de bienestar

Los datos de la tabla 5 revelan los niveles de predominancia entre las dimensiones de la variable turismo de bienestar desde la percepción de los estudiantes. En cuanto a la dimensión cuerpo, se observa que el 46.4% de estudiantes encuestados perciben que es suficiente, el 38.4% consideran que es insuficiente y el 15.2% que es

óptimo. Respecto de la dimensión mental, el 43.7% de los encuestados sostiene que es suficiente, el 41.1% consideran insuficiente y el 15.2% óptimo. En la dimensión espiritual, el 46.4% de los encuestados sostienen que es insuficiente, el 42.9% consideran suficiente y el 10.7% óptimo.

Del análisis se deduce que en la actividad turismo de bienestar, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales perciben un nivel de suficiente, con valores de 44,6% para la dimensión cuerpo y con 43.7% para la dimensión mental y un nivel de insuficiente para la dimensión espiritual con 46.4%, por lo que se deduce un nivel de percepción suficiente en la actividad turismo de bienestar.

Tabla 5
Niveles de las dimensiones de la actividad turismo de bienestar

Dimensiones	Niveles	f	%
Cuerpo	Insuficiente	43	38,4
	Suficiente	52	46,4
	Optimo	17	15,2
	Total	112	100
Mental	Insuficiente	46	41,1
	Suficiente	49	43,7
	Optimo	17	15,2
	Total	112	100
Espiritual	Insuficiente	52	46,4
	Suficiente	48	42,9
	Optimo	12	10,7
	Total	112	100

Fuente: Elaboración propia

3. Prueba de confiabilidad

En la tabla 6 se muestra el análisis de fiabilidad del instrumento utilizado, el alfa de Cronbach es de 0.948, lo que indica que el test aplicado tiene un excelente nivel de fiabilidad

Tabla 6
Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
03 variables	,948	18
V1 Ecoturismo	,905	9
V2 Turismo accesible	,913	6
V3 Turismo de bienestar	,844	3

4. Análisis inferencial

4.1. Prueba de normalidad

Las hipótesis para la prueba de normalidad son las siguientes:

Hipótesis

H₀ : Los datos de la encuesta tienen una distribución normal

H₁ : Los datos de la encuesta no tienen una distribución normal

Regla de decisión

Si el valor Sig. < 0.05 Se rechaza la hipótesis nula

Si el valor Sig. > 0.05 Se acepta la hipótesis nula

La Tabla 7, nos muestra que los valores Sig. de las dos variables son menores del 5%; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H₀); y se confirma que los datos provenientes de la encuesta no tienen una distribución normal, por lo tanto, se aplica las pruebas estadísticas no paramétricas para comprobar la hipótesis de la investigación.

Tabla 7

Prueba de normalidad de las distribuciones

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a			Prueba estadística
	Estadístico	gl	Sig.	Decisión
Ecoturismo	0.129	111	0.000	Sig. < 0.05 prueba no paramétrica
Turismo accesible	0.130	111	0.000	Sig. > 0.05 prueba paramétrica
Turismo de bienestar	0.166	111	0.000	

Fuente: Elaboración propia

4.2. Pruebas de asociación

i. Variable ecoturismo y turismo de bienestar

Hipótesis

H₀: El ecoturismo no está asociada con el turismo de bienestar.

H₁: El ecoturismo está asociada con el turismo de bienestar.

Valor de significancia

$\alpha = 5\%$

Tipo de prueba

Chi cuadrado

Coeficiente de Gamma

Coeficiente d de Somers

Regla de decisión

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza Ho

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la Ho

Tabla 8

Pruebas de asociación y de predicción

Variables	Prueba Chi cuadrado	Sig.	Coeficiente Gamma	Sig.	Coeficiente de Somers
Ecoturismo	587.441	0.000	0.615	0.000	58.0%
Turismo de bienestar	53,202	0.000	0.754	0.000	53.5%

Nota: Información de visor de resultados SPSS

La Tabla 8, muestra la prueba de asociación de la variable ecoturismo con la variable turismo de bienestar, de lo que se deduce que tiene una significativa asociación con un valor sig. < 5%, con una intensidad de relación según el coeficiente de gamma de 0.754 siendo un nivel moderado–alto y con el coeficiente de Somers se comprueba que el turismo de bienestar depende de un 53.5% del ecoturismo. De lo escrito se deduce que el estudio comprueba que a medida que se minimice el impacto provocado por el turismo en el ambiente, este tendrá un impacto relevante en el turismo de bienestar.

ii. **Variable turismo accesible y turismo de bienestar**

Hipótesis

H₀: El turismo accesible no está asociada con el turismo de bienestar.

H₁: El turismo accesible está asociada con el turismo de bienestar.

Valor de significancia

$\alpha = 5\%$

Tipo de prueba

Chi cuadrado

Coeficiente de Gamma

Coeficiente d de Somers

Regla de decisión

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza Ho

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la Ho

Tabla 9

Pruebas de asociación y de predicción

Variables	Prueba Chi cuadrado	Sig.	Coefficiente Gamma	Sig.	Coefficiente de Somers
Turismo accesible	555.697	0.000	0.543	0.000	50.8%
Turismo de bienestar	49.081	0.000	0.646	0.000	45.6%

Nota: Información de visor de resultados SPSS

La tabla 9, muestra la prueba de asociación de la variable turismo accesible con la variable turismo de bienestar, de lo que se deduce que tiene una significativa asociación con un valor sig. < 5%, con una intensidad de relación según el coeficiente de gamma de 0.646 siendo un nivel moderado-alto y con el coeficiente de Somers se comprueba que el turismo de bienestar depende de un 45.6% del turismo accesible. De lo escrito se deduce que el estudio comprueba que a medida que se enfoque en asegurar para toda la accesibilidad de las zonas turísticas, este tendrá un impacto relevante en el turismo de bienestar.

Conclusiones

El estudio revela que el Ecoturismo es un factor impulsor que promueve la dinamización de las economías locales, creando condiciones para implementar actividades empresariales y comerciales como los servicios turísticos de alojamientos, alimentos, guías entre otros y actividades complementarias.

El ecoturismo y el turismo de bienestar, presentan una asociación significativa, ($\lambda=0.754$; sig. <0.05), que indica que el nivel de progreso que alcance el ecoturismo impulsará la probabilidad del desarrollo del turismo de bienestar en la Región. En ese sentido, el turismo de bienestar resulta ser un objetivo relevante para el desarrollo de las regiones, dado que contribuye con la generación de empleo, la productividad y de la promoción de la calidad de vida en los ciudadanos que disfrutan de las bondades que ofrece el Turismo. Entonces, el Turismo del bienestar es un objetivo crucial que depende de las nuevas condiciones que se promuevan en el del desarrollo del ecoturismo.

Referencias

- Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of tourism research*, 21(3), 661–665.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738394901260>
- Crespo Jareño, J. A. (2020). Orígenes e impactos del ecoturismo. *Kalpana*, 18(Edición Especial), 5–32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7834208>
- Cruz-Piña, J.-M. d., Ferrero-Ronda, R., Rivas-Nuila, J. R. y Cruz-Aguilera, N. (2023). Turismo de bienestar como segmento en crecimiento: una mirada desde los

estudios bibliométricos. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 8(1), 97–110. doi:<https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.5080>

- Tite Cunalata, G.M., Carrillo Rosero, D.A. y Ochoa Ávila, M.B. (2020). Turismo accesible: estudio bibliométrico. *Turismo y Sociedad*, 28, 115–132. DOI:<https://doi.org/10.18601/01207555.n28.06>.
- Darcy, S., & Dickson, T. (2009). Un enfoque integral del turismo: el caso de las experiencias turísticas accesibles. *Revista de Gestión Hotelera y Turística*, 16(1), 32–44.
- Organización Mundial del Turismo (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* – Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*, OMT, Madrid.
- Porto, N. y Rucci, A. C. (2019). Accesibilidad en turismo. Diagnóstico, voluntad política y acciones. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7070073>
- Rieckhof, M. A. (2020). Turismo de bienestar. Nuevas oportunidades en la hotelería. *Revista Cultura USMP*, 34, 145–158.
https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_turismo-bienestar.pdf
- Puente Pacheco, M. A. (2015). Turismo de bienestar: limitación conceptual y posicionamiento. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo Local Sostenible*, 8(19). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8020648>