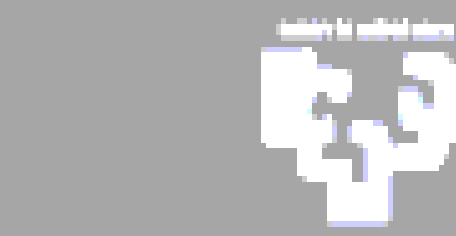


## da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Rodriguez, M. y Gondim, S.



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

## METODO

- 1.-Revisión meta-analítica
- 2.-Cálculo de tamaño del efecto y relevancia de los factores.
- 3.-Relevancia de los factores facilitadores de la creatividad a través del *Binomial Effect Size Display* -o efecto binomial expuesto- de Rosenthal (BESD).

2.-Para informar los efectos de todos los factores fueron utilizadas correlaciones  $r$ . Por ello, cuando eran  $d$  de Cohen (p.e., Hunter et al., 2007; Ma, 2009) fueron convertidas en  $r$ . Se calcularon en base a las  $r$ 's no corregidas para agrupar los resultados, dado que era el indicador común a todos (DeCoster & Iselin, 2005). Se utilizó el  $k$ -o número de estudios- para ponderar los tamaños del efecto

3.- Presuponiendo que la variable creatividad o innovación se distribuya de forma normal, se puede pensar que un nivel alto del factor facilitador, por encima de la media implica la probabilidad  $.50 + r/2$  de creatividad por encima de la media. A modo de ejemplo, la afectividad positiva se asocia  $r=.15$  a la creatividad. Esto quiere decir que el 57.5%  $(.50 + .15/2 = .575)$  de las personas en las que se induce alta afectividad positiva mostrara una respuesta creativa por encima de la media, comparado con el 42.5% de personas en estado de ánimo neutro (Baas, De Dreu, & Nijstad, 2008).

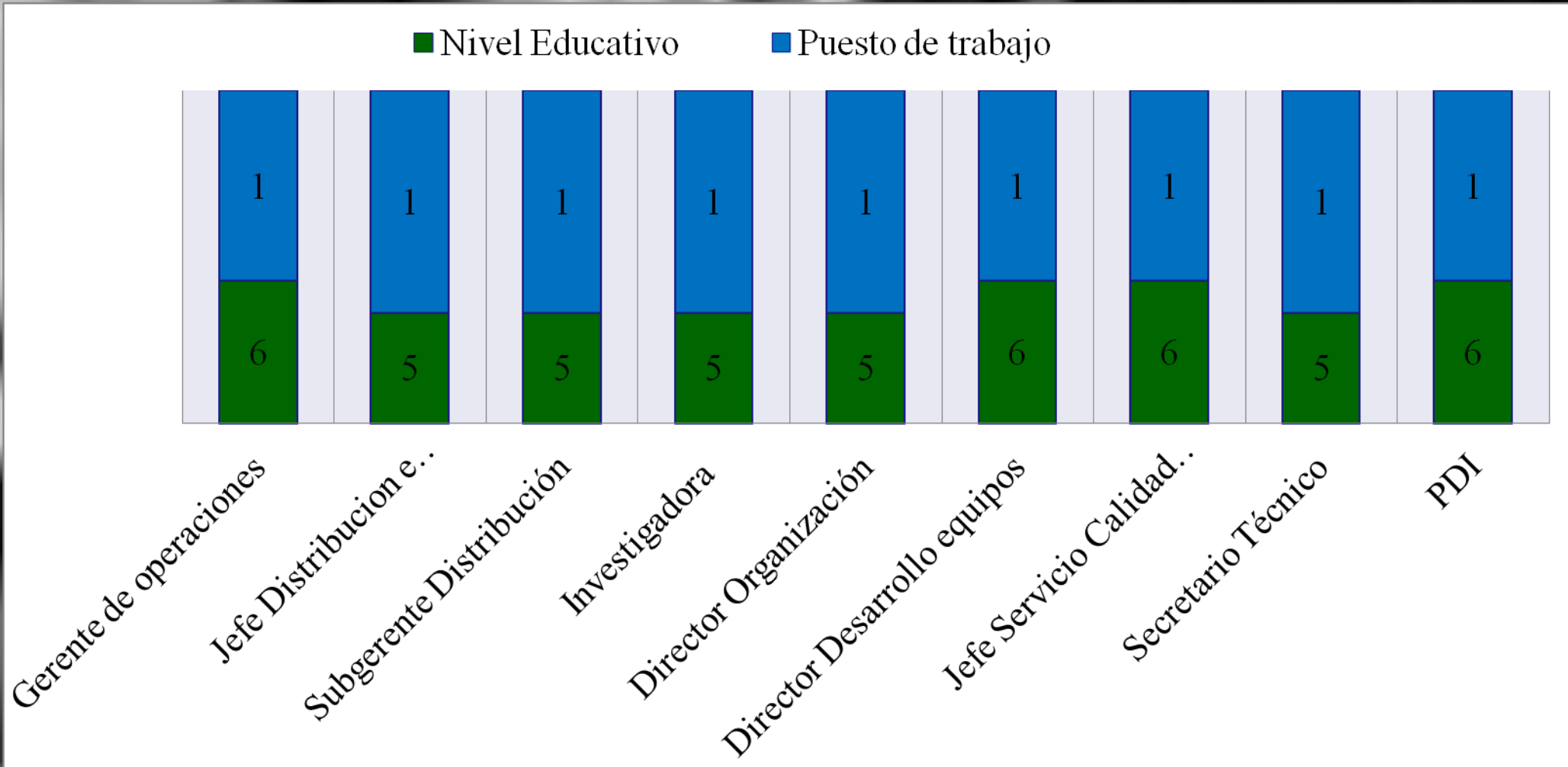
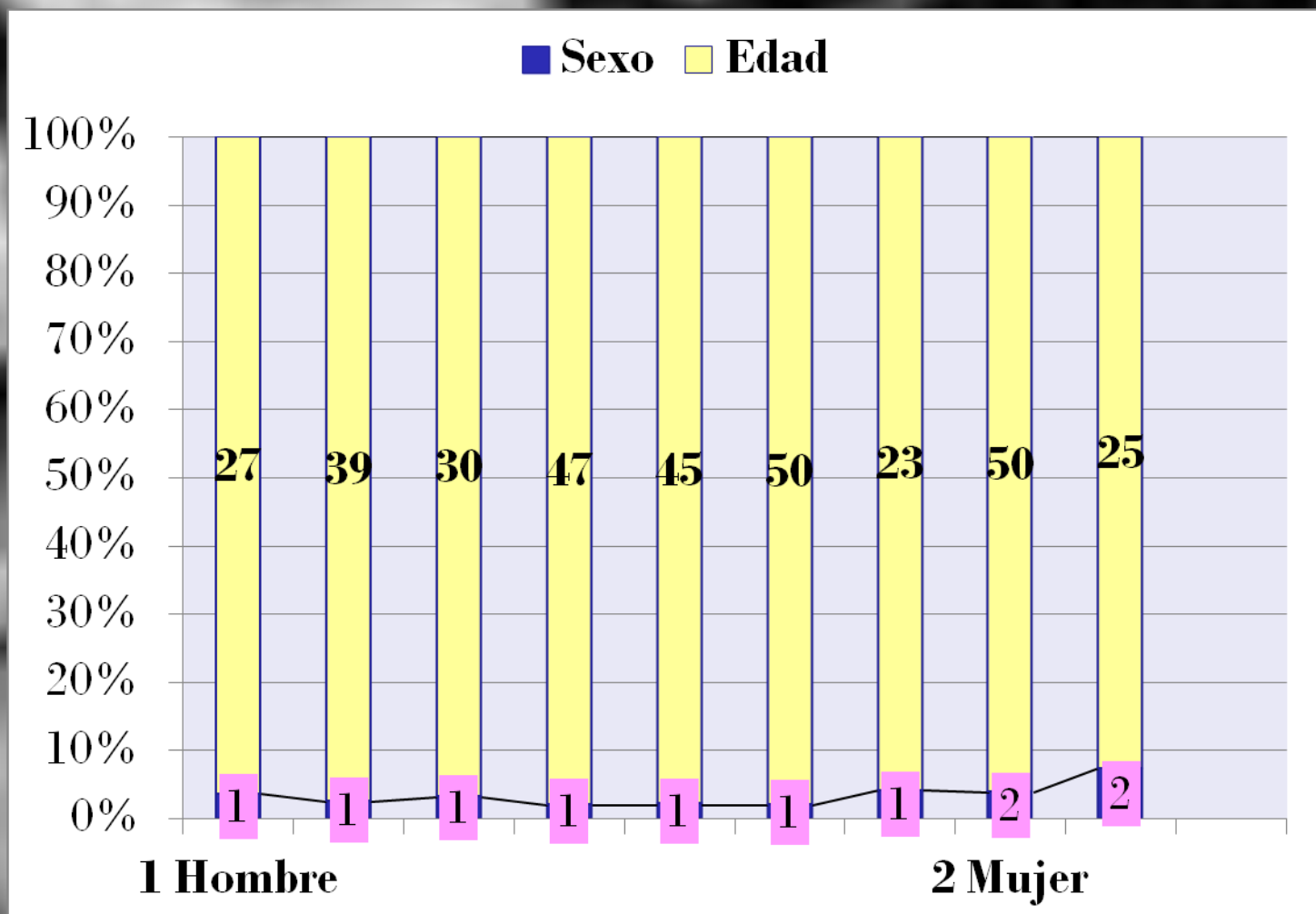
## Factores psicosociales asociados a la creatividad e innovación en las organizaciones.

Meta-análisis	Hunter et al. (2007)	Ma (2009)	Hülshofer et al. (2009)	Hammond, et al. (2011)	
Factor	K	z	k	Z	p
<b>Rol laboral</b>					.30
Complejidad de rol. Desafío	12	.41			.29
Autonomía	15	.23			.28
Expectativa de rol					.40
<b>Procesos grupales</b>					.28
Orientación a la tarea	13	.29		.06	.19
Cohesión	27	.43		.27	.36
Claridad de las normas	18	.30		.13	.23
Comunicación interna			2	.32	.30
Estimulación intelectual o conflicto de tarea	11	.40		.07	
Comunicación externa			2	.35	.34
Orientación a la recompensa	9	.27			.27
<b>Liderazgo</b>					.23
Positivo LMX	24	.36			.22
Transformacional					.12
Apoyo de los superiores a la innovación	30	.36		.22	.17
<b>Clima socio-emocional</b>					.21
Positivo					.19
Participativo	11	.29		.13	.12
Favorable a la creatividad		.26	.34		.17
<b>Cultura organizacional</b>					.31
Integración	20	.31			.30
Existencia de recursos organizacionales	14	.30			.23
Flexibilidad organizacional	24	.40			.38

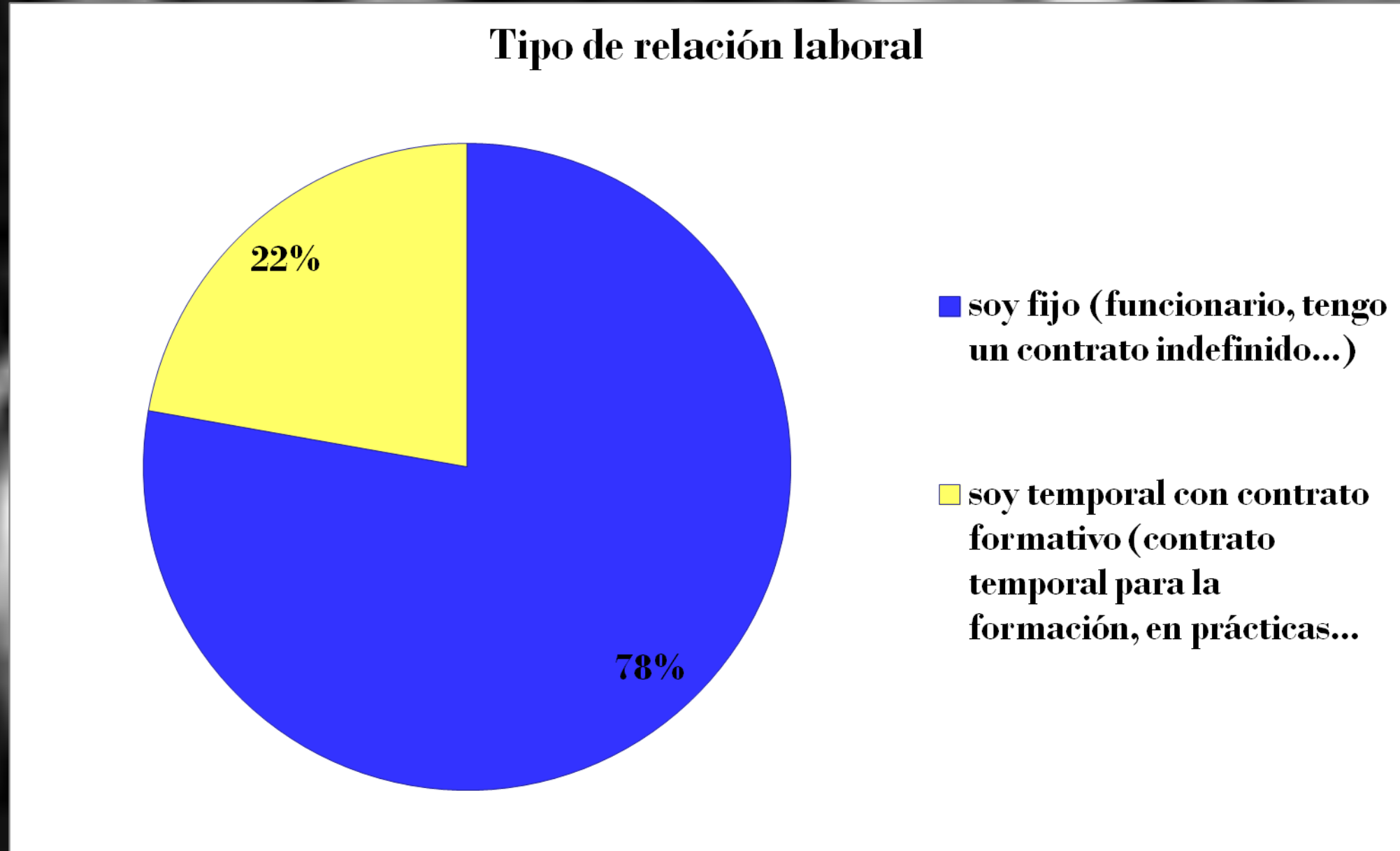
*Nota:*  $k$ =numero de estudios;  $z$ =conversión de las  $r$  en puntuaciones estandarizadas;  $R_p$ = correlación media ponderada; rango=posición del coeficiente sobre el total de ellos, siendo 1 el rango más alto.

- 1.-Versión del instrumento: castellano en papel.
- 2.-Presentación del estudio, objetivo principal e investigadores participantes.
- 3.-Consentimiento informado y principio de confidencialidad.
- 4.-Para comenzar, nos gustaría saber cómo Ud. Define los conceptos de Creatividad e Innovación.

- En pocas palabras, ¿qué significa creatividad para Ud. en el contexto de su organización?
- En pocas palabras, ¿qué significa para Ud. Innovación en el contexto de su organización?



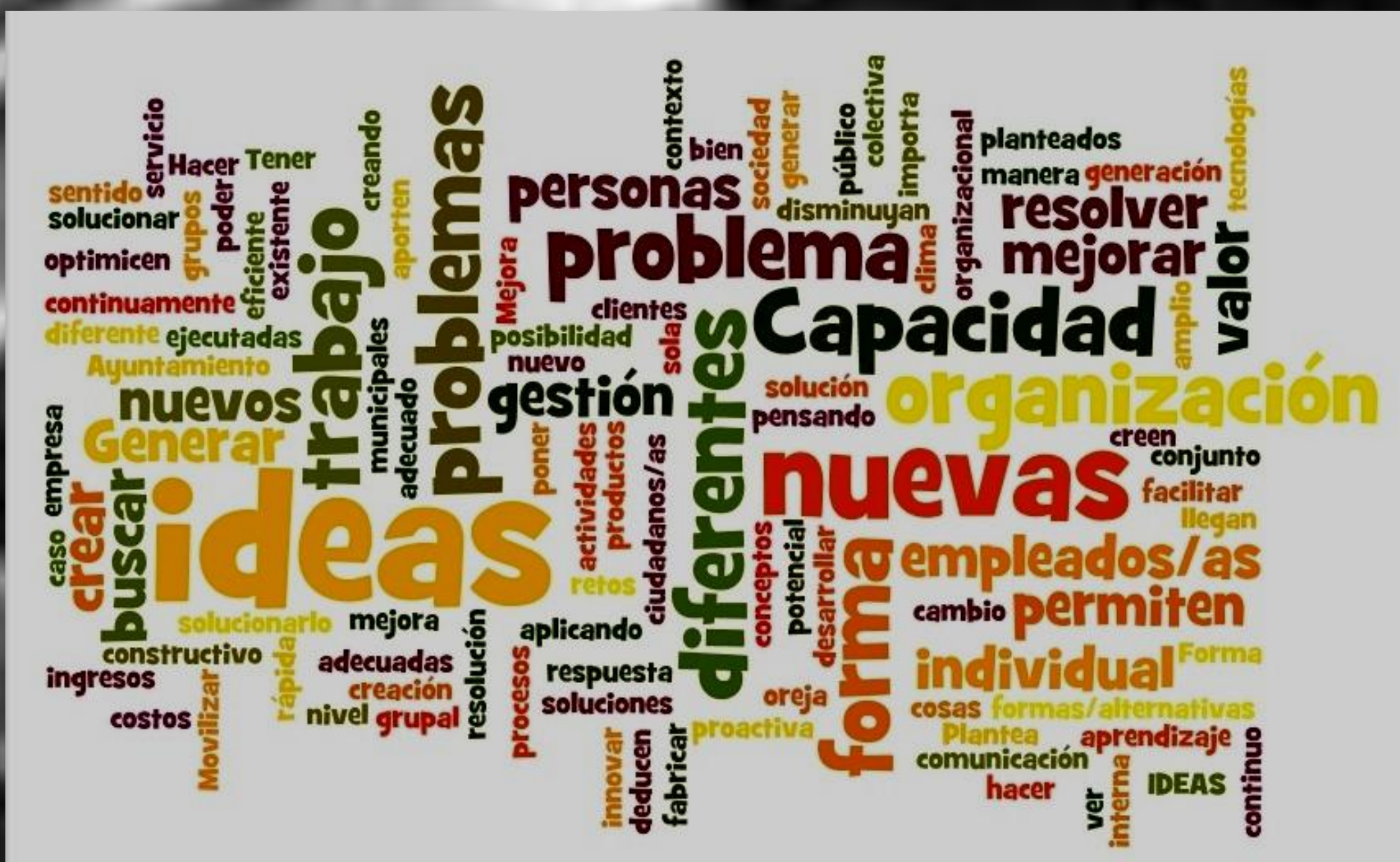
**Nota:** Nivel Educativo 5=Licencia, 6=Máster/Magister



## DISCUSIÓN y CONCLUSIONES

La actualidad hay evidencias en las que apoyarse para afirmar que los factores que refuerzan la creatividad e innovación. La fuerza de las asociaciones encontradas oscilan entre  $r=.12$  y unas pocas máximas de  $r=.38$  explicando en el mejor de los casos un 15% de las diferencias. Aunque estos tamaños del efecto son pequeños según los criterios de Cohen, son coherentes con síntesis de tamaños del efecto que han encontrado en psicología social, con una  $d$  de .21 y una mediana de  $r=.18$  (Richards, Bond & Stokes-Zoota, 2003). La integración de meta-análisis permite concluir que hay un conjunto fuerte y estable de factores que refuerzan la innovación. La relevancia de la utilización de meta-análisis o síntesis sistemáticas de investigaciones a nivel internacional en la construcción de nuevos instrumentos de medida de aplicación en ambientes laborales, puede contribuir efectivamente en el desarrollo científico de la comprensión de los fenómenos organizacionales (da Costa, Pérez, Sánchez, Gondim y Rodríguez, 2014). Se presenta a las Organizaciones/Empresas y trabajadores de las mismas en castellano y portugués: <http://ww3.unipark.de/uc/udp/>, en castellano: <https://es.surveymonkey.com/s/E5upv> y euskera: [https://es.surveymonkey.com/s/RLRVMNP\\_E5E](https://es.surveymonkey.com/s/RLRVMNP_E5E) una escala sobre Factores de Creatividad e Innovación en las Organizaciones de 38 ítems que mide: rol laboral (complejidad de rol, desafío, autonomía y expectativas); procesos grupales (orientación a la tarea, cohesión, visión o claridad de las normas grupales, comunicación interna y externa, estimulación intelectual o conflicto de tareas, orientación a la recompensa); liderazgo (positivo, transformacional, apoyo de los cuadros superiores a la innovación); clima socioemocional (clima positivo, participativo, favorable a la creatividad) y cultura organizacional (integración, existencia de recursos, flexibilidad).

*Creatividad en el contexto de su organización.*



### *Innovación en el contexto de su organización.*

